

Ansøgning til KFU om 150.000 kroners støtte til

48TIMER Festival 2021

En hyldest til kulturen, fællesskabet og mangfoldigheden,
det personlige og nørdede, til ildsjælene og de små bydelsaktører på Nørrebro.



Alle billeder er af Daniel Liversage fra 48TIMER Festival 11.-13. september 2020

Indholdsfortegnelse

PROJEKTBEKRIVELSE	1
1. Resumé	1
2. Corona og 48TIMER Festival 2021	1
3. Baggrund og målgruppe	2
4. Formål	3
5. Metode	4
6. Projektets koncept	5
7. Nyskabelse under festivalen	6
8. Projektorganisation og kvalitetssikring	6
9. Organisationsdiagram	7
10. Kriterier for succes og evalueringsproces	7
11. Bilag: Økonomi	8
12. Bilag: Udvalgt presseomtale	9

PROJEKTBEKRIVELSE

1. Resumé

48 TIMER Festival er en kulturfestival på Nørrebro med besøgende fra hele landet, og dets turister, over en weekend. Vores formål er at styrke medborgerskabet, den kulturelle mangfoldighed og inklusion af byens borgere, uanset alder, køn, religion og etnicitet. Ydermere styrker vi den positive og lokale stedsidentitet igennem kulturen, og øger både kendskab og netværk mellem det private og det offentlige, foreninger og borgere – alt sammen med kulturoplevelsen som omdrejningspunkt.

Indholdet er skabt af lokale aktører bestående af foreninger, kunstnere, organisationer, private og offentlige institutioner, erhvervsdrivende, beboere og andre ildsjæle på Nørrebro. De seneste år har der været mere fokus på samarbejde med uddannelsesinstitutioner såsom KEA og Zealand, og på internationale samarbejder også, hvor sammensætningen af festivalens aktører har tiltrukket kulturskabere fra blandt andet Catalonien og Brasilien.

Indslagene og de mange events er geografisk fordelt over hele Nørrebro, og samlet og synliggjort af et koordinerende festivalkontor. Festivalen anser vi som en løftestang for det alsidige fritidsliv i byen, og har en afgørende rolle for aktørernes dannelse og kreativitet. Dermed er festivalen med til at bidrage til vores stærke kulturliv, der er med at gøre København til en god by at bo i, med blik for både de kreative potentialer, fællesskaberne og engagementet.

Festivalen er blevet en fast del af Nørrebro for både besøgende og aktører, og festivalen vokser år for år, med både flere deltagere, besøgende og mere synlighed i pressen. Den udvikling betyder også, at festivalen er blevet mere attraktiv for frivillige at engagere sig i. I april 2019 rummede festivalen nøjagtig 116 unikke kulturarrangementer, arrangeret og afviklet af 90 forskellige aktørgrupper, samarbejdspartnere og frivillige på Nørrebro. Festivalen havde omtrent 10.000 besøgende fra hele København.

2020-versionen af festivalen, optrådte i en skygge af sig selv, hvor 36 arrangementer fandt sted med ca. 1500 besøgende i alt. Som det meste andet, måtte festivalen udskydes i foråret af hensyn til Covid-19 og efterfølgende genopstå i en langt mindre og Corona-sikret efterårsudgave 11.-13. september, og her fik vi understreget hvilken dynamisk størrelse festivalen har. Vi fastholdt afviklingen, på baggrund af en beslutning fra vores side, trods restriktioner og krav, at bakke op og imødekomme dét kulturliv, som festivalen er sat i verden for at understøtte. Opbakningen til festivalen 2020 er et bevis på at kulturlivet på Nørrebro gavnes af og har brug for festivalens format og matchmaking-funktion mellem aktører og besøgende.

Med de bedste hilsner fra Nørrebro og 48TIMER Festival
Festivalledere Madeleine von Warburg og Rasmus Koldby Nielsen

Madeleine // ge0u@kk.dk // +45 6163 3849
Rasmus // zf7q@kk.dk // +45 2492 5677

2. Corona og 48TIMER Festival 2021

Under vores planlægning og afvikling i 2020 blev vi bekendte og fortrolige med de mange metoder som er nødvendige for at skabe trygge arrangementer, der samtidig overholdte gældende restriktioner, og også fleksible koncepter, der kunne tilpasses med kort varsel, såfremt at de gældende restriktioner blev ændret.

Afviklingen af efterårsudgaven, lagde grobund for at fortsætte planlægningen af en festival i foråret 2021. Festivalens størrelse og format, gør det muligt at afvikle en version 2021, som kan ændres og justeres til den gældende situation mht. pandemien. Såfremt at vi ikke kan afholde festivalen i sin originale tænkte form, så vil vi løbende kunne designe en festival som lever op til alle forventninger og restriktioner om forsamlingsforbud og forsigtighedsprincipper.

Kulturlivet har lidt og vil fremover lide som konsekvens af nedlukning og forsamlingsrestriktioner. Det er vigtigt for festivalen at signalere, at lige meget hvad fremtiden må bringe, er indstillet på at fremme og understøtte kulturlivet og er parate til at akkommodere en festival som er med til fortsat at bidrage og styrke det ellers blomstrende kulturliv på Nørrebro.

På holdet bag festivalen findes der stor erfaring i afvikling af arrangementer i alle størrelser. Dette er med til at danne grundlag, for en yderligere sikret håndtering og afvikling af festivalen 2021. På baggrund af dette, er det blevet besluttet at budgettere med en post til ekstra personale, værnemidler og rekvisitter til afviklingen, i så fald at dette er nødvendigt.



3. Baggrund og målgruppe

48TIMER fandt sted **første gang i 2012** på initiativ af de på daværende tidspunkt tre kulturhuse på Nørrebro: Verdenskulturcentret, Blågården og 2200Kultur. Verdenskulturcentret hedder i dag Union, mens Blågården og 2200Kultur nu er sammenlagt under Kultur N. Festivalen blev udviklet, dels for at fremme og styrke samarbejde og netværk mellem de tre kulturhuse, og dels for at skabe en særlig Nørrebro-begivenhed, som

kunne vise nogle af bydelens særlige karakteristika frem for hele København og byens turister. Endvidere blev festivalen arrangeret for at styrke kendskab og netværk mellem aktører, frivillige og KFF til gavn for Københavns kulturliv og beboere på den længere bane. Der er jævnligt ballade på Nørrebro, og festivalen er med til, at **borgerne indtager byrummet på en styrkende, bidragende og inkluderende måde.**

Målgruppe

Som det fremgår af ovenstående arbejder vi med et koncept, der både når og tilgodeser de besøgende publikummer og aktørerne. Opdelingen af målgrupperne kan skrives ud således:

- **Nørrebro-aktører**, der får mulighed for at fremvise deres virke, får kendskab til andre aktører i bydelen, og får synliggjort netværks- og samarbejds muligheder. Det giver styrket sammenhængskraft mellem forskellige aktører på Nørrebro.
- **Københavnere**, der får muligheden for at se et Nørrebro, de måske ikke ser til daglig. Målgruppen er alt fra børnefamilier og unge til voksne og ældre.
- **Turister** i København, der får mulighed for at opleve den mest pulserende, spraglede og kantede bydel i Danmarks hovedstad.



4. Formål

Vores formål er at vise mangfoldigheden, styrke fællesskabet og sammenholdet, skabe kendskab og netværk mellem det private og det offentlige, foreninger og beboere – alt sammen med kulturoplevelsen på Nørrebro som omdrejningspunkt.

Kulturen er både spontan og forberedt, overlagt og tilfældig, professionel og frivillig og skabes gennem en *bottom-up tilgang* sammen med bydelens aktører. Med **netværksmøder og matchmaking** mellem aktørerne bliver der også åbnet for nye samarbejder, der styrker netværket og sammenholdet på tværs af Nørrebro – et vigtigt mål for os, for at bakke op om borgernes virkelyst og for at styrke tilknytningen til lokalsamfundet. Vi håber at kunne bringe alle ressourcer i spil både i og rundt om de kommunale huse og hos den enkelte borger, og samtidig være en løftestang for, at borgerne kan føre deres idéer ud i livet med hjælp fra os, og via dette samarbejde, vil kvaliteten af kultur- og fritidstilbuddene samtidig øges.

Ovenstående formål understøttes også yderligere i kraft af festivalens ønske om **at inddrage mindre aktører på Nørrebro** og gøre dem til arrangører og medafsendere på festivalen. Mange af de repræsenterede mindre aktører på festivalen har måske ikke den store erfaring med kulturprojektledelse, og vi mener, at den øvelse som ligger i selv at skulle planlægge, afvikle og finansiere et event på en festival er en øvelse, som fremmer kompetencer inden for entreprenørskab og dét at kunne sætte dagsordener, udover ovennævnte værdier. 48TIDER forholder sig til **kultur i bred forstand**. Det kan være alt fra koncerter, filmvisninger, kunstudstillinger, workshops, samskabelsesaktiviteter og alle de møder, der måtte opstå af sig selv ud af det blå. Kultur er det, man oplever i hverdagen, men også noget, man præsenteres for og investerer sig selv i.



Kulturen kan dukke op overalt, og hvor man mindst venter det. Hvor ildsjælen og det personlige engagement findes, er kulturen stærk. **Festivalen ønsker derfor at åbne baggårdene, stuerne, foreningens kælderrum, det nørdede værksted og ønsker at udfordre hvad en svømmehal, en grønthandler eller en pladebutik kan være rammen om.** Festivalen inspirerer besøgende til at gå på opdagelse og udforske kvarterets kontrastfyldte, charmerende, skønne og ukendte kringelkroge, både indenfor og udenfor, ved at gøre netop disse steder og aktiviteter tilgængelige og synlige under 48TIMER. På den måde ønsker vi at gøre kulturen **lettilgængelig og levende for både skabere og tilskuere.** Arrangementerne præsenterer kulturen i øjenhøjde, men bryder grænserne for, hvad et kulturarrangement kan være.

Festivalens udviklingsfokus er derfor også helt i tråd med ovenstående formål for festivalen. **Festivalens DNA** tager sit afsæt i en samproduktion med de mindre aktører, og hvor de er på pågældende tidspunkt. Den tager ligeledes afsæt i en involverende metode-tilgang, også hvad angår frivillige. Festivalen er en organisk festival, som indholdsmæssigt altid vil bevæge sig med tiden og med de aktører og frivillige der deltager og engagerer sig i festivalen.

5. Metode

Udvælgelse og matchmaking af aktører til festivalen og forventningsafstemning

Alle, som har en idé til et indslag på festivalen, kan henvende sig med idéen til 48TIMERS festivalkontor. Her er der lagt op til to scenarier:

1. Én aktør eller flere har udviklet en færdig idé til et indslag på festivalen. I dette oplæg vil der være en afviklings- og finansieringsplan for indslaget. Dette oplæg sendes til festivalkontoret, som forholder sig til oplæg bl.a. i forhold til festivalens koncept.
2. Én aktør eller flere har en idé, som ikke er færdigudviklet, men som de gerne vil afprøve og afvikle på festivalen. Her kan vi assistere med logistik, erfaring eller andre ressourcer og få aktørerne i mål, så de kan afvikle deres arrangement med succes. Det gør vi for at få de mere uprøvede aktører i spil og give dem et skub, så de kan prøve kræfter som kulturentreprenører.

På festivalkontoret *matchmaker* vi en aktør med en eller flere andre. Det gør vi for at få mindre erfarne kræfter i spil – men også for at styrke netværk og kontakter mellem aktører, hvilket i længden også vil styrke sammenholdet internt i bydelen.

I denne pulje af ansøgninger kan der også være brug for de såkaldte *saltvandsindsprøjtninger*, som er små bevillinger til aktørers kulturproduktioner under parolen *lidt men godt*. Et godt redskab til at fremelske de helt særegne og vedkommende, intime kulturproduktioner. Netop sidstnævnte punkt har festivalkontorets store bevågenhed. Det er netop et af festivalens vigtige formål, at fremhæve de små og, i kulturproduktionsøjemed, uprøvede aktører, og understøtte disse med sparring, netværker og små økonomiske saltvandsindsprøjtninger. Dels for at give festivalen sit snørklede, men også særlige og vedkommende, præg, dels fordi der i festivalens DNA også ligger et ønske om at styrke de små kulturaktører, så de står lidt stærkere efter festivalen.

De færdige ansøgende indslag til programmet holdes op mod følgende kriterier:

- At indslag repræsenterer Nørrebro-aktører og arenaer
- At indslaget på en eller anden måde forholder sig til Nørrebros sociale, kulturelle og historiske virkelighed
- En kreativ værdi og et særegenskab
- At der samarbejdes med andre aktører og gerne at dette samarbejde medfører nye og særlige indslag i kraft af en ny aktørsammensætning

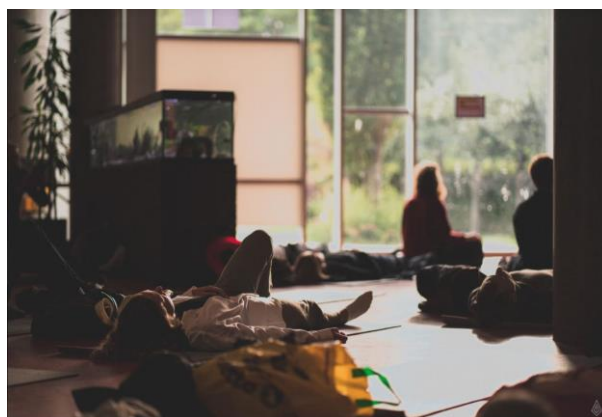
- At man har en realistisk og selvstændig handlings- og køreplan for arrangementet, og at man er økonomisk velfunderet i dette indslag. Kan understøttes af bistand fra Festivalkontoret.

Der vil af de enkelte aktører blive forventet:

- Som udgangspunkt selv at udvikle, planlægge, afvikle og finansiere de respektive events.
- At kommunikere tæt med festivalkontoret i forhold til festivalens formidlingsarbejde.
- At udbrede deres eget indslag samt det samlede festivalprogram ud i egne netværker.

Festivalkontoret og arbejdsgrupper leverer følgende:

- Synlighed af de enkelte events i et stort og flot samlet festivalprogram. Derudover en synlighed af festivalen overordnet set i byrummet (Info- og Eventspots, Åbnings- og Afslutningsevent, plakater, flyers, bannere m.v.) og på de sociale medier samt i medier som ex. diverse dagblade, lokalavisen, radio m.v.
- Vejledning og service (hvis nødvendigt) til aktører/arrangører vedrørende de enkelte events.
- Økonomiske saltvandsindsprøjtninger til aktørers eller arrangørers events under festivalen ud fra deisen lidt-men-godt.
- Deling af netværker med aktører/arrangører. *Matchmaking*.
- Teknisk support til udvalgte aktører/arrangører. Bl.a. udlån og transport af udstyr til events.
- Løbende tilbud til aktører om inddragelse i beslutninger vedrørende festivalens udformning og udvikling i form af tilbud om diverse workshops op til festivalen og evalueringer efter festivalen.
- Eventuel Covid-19 vejledning til aktører og partnere samt sikring af alle events, så alt kan foregå efter gældende restriktioner.



6. Projektets koncept

Vi ønsker hele tiden at styrke og videreudvikle festivalen med dét formål, der er beskrevet ovenfor. Det er vigtigt, at festivalen er dynamisk og bevæger sig med tiden og de mange mindre aktører, som løfter den.

Vi ansøger om støtte til festivalen i 2021 og programindhold er i sagens natur ikke på plads. Når tid er, vil programmet blandt andet fremgå på vores nye hjemmeside www.48timer.kk.dk. I 2019 havde vi over 100 events fordelt over weekenden, som blev til i samarbejde med uddannelsesinstitutioner, kulturhuse, foreninger, private og erhvervsdrivende. Dette er også målet for 2021, men tilrettelæggelsen og omfang af festivalen tager højde for den gældende situation mht. Covid-19 pandemien i løbet af vinter/forår 2021.

Hvert år er indholdet særdeles alsidigt og kendetegnet ved de mange små, skæve, personlige, vedkommende, usædvanlige, underholdende og lærerige arrangementer. Vi efterstræber altid et meget spraglet program med fokus på mange forskellige genre inden for kunst, musik, bevægelse, mad og læring. Det kan f.eks. konkret være alt lige fra kunst på de daværende grønne metrohegn til rullende livekoncerter,

undervandskoncert i svømmehallen, byvandring med unge fra helhedsplanerne, og bygning af sæbekassebiler for børn og deres forældre efterfulgt af et sæbekasse-ræs.

Åbnings- og afslutningsevent

Ligesom tidligere år åbner vi festivalen fredag med en større åbningsevent. Traditionen tro flytter dette event fra sted til sted hvert år. I 2016 var åbningsevenen ved Hans Tavsens Park i Rabarberlandet, i 2017 i Stefansgadekvarteret, i 2018 på Blågårds Plads og i 2019 på Den Sorte Plads på Ydre Nørrebro. Hvert år samarbejder vi med lokale aktører, som hjælper med planlægningen og afviklingen af eventet. Vi ønsker også at markere festivalens afslutning med en event om søndagen. Dette er en tradition på Sankt Hans Torv.

7. Nyskabelse under festivalen

Festivalen foregår på Nørrebro, men er en københavnerebegivenhed

48TIMER Festival er en gave til alle københavnere og byens turister. Københavnerne fra alle bydele skal kunne komme til Nørrebro og gå på opdagelse i byens særlige og unikke steder, og opleve bydelens kreative udfoldelser, som man måske ikke lige havde forestillet sig også finder sted. 48TIMER skal eksemplificere, hvordan man kan opleve byens, til dagligt, mindre synlige steder og aktiviteter. Vi håber, at alle besøgende og gæster fra andre bydele vil tage hjem og måske se deres eget lokalområde med lidt andre og nye briller. Vi kan bryste os af, at have inspireret Åben Festival til at skabe et tilsvarende koncept på Østerbro, der startede her i 2020.

Infospots og udvikling af konceptet om samskabelse med uddannelsesinstitutionen KEA

I 2018 udvidede vi vores samarbejde med KEA, så en hel e-design-klasse bestående af 85 studerende blev undervist og udfordret til at tage kontakt til foreninger, erhvervsdrivende og andre mulige aktører med henblik på at samarbejde omkring i alt 10 forskellige infospots spredt over Nørrebro. De havde ligeledes ansvar for at tage del i festivalen, lave kulturarrangementer og være til stede på deres spots. Det var med stor glæde og succes for både borgerne, os, de studerende og naturligvis KEAs undervisere, der kunne give de studerende en reel opgave, der tog udgangspunkt i virkeligheden. På baggrund af udsagn fra KEA, forventer vi et lignende samarbejde om festivalen 2021. I sagens natur, blev samarbejdet om festivalen 2020 afbrudt i forbindelse med nedlukningen i marts.

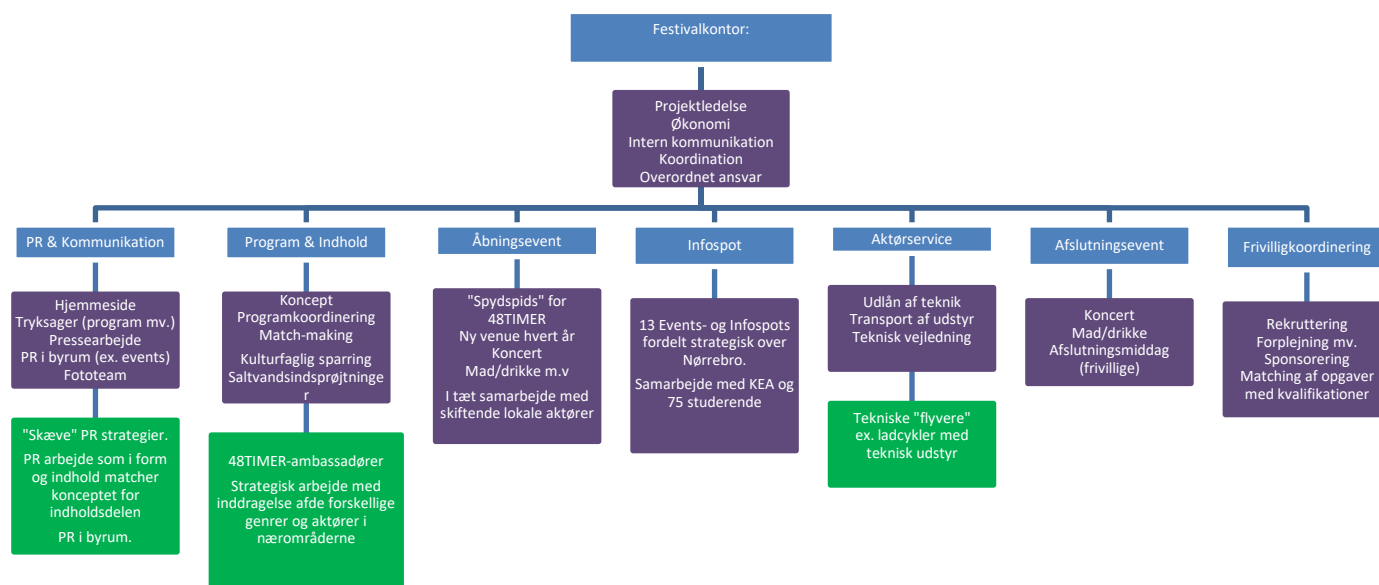
8. Projektorganisation og kvalitetssikring

Helt overordnet er festivalen organiseret ud fra et koordinerende organ bestående af et festivalkontor med underliggende arbejdsgrupper (48TIMER-organisationsdiagram er vedlagt som bilag) og er p.t. sammensat af kulturmedarbejdere fra kulturhusene på Nørrebro samt repræsentanter fra hver af festivalens syv arbejdsgrupper. Økonomien er forankret hos kulturhusene under KFF.

Festivalens programindhold er primært båret af forskellige Nørrebro-aktører, som byder ind med de mange events. Det er aktørerne, som primært selv er ansvarlige for planlægning, afvikling og finansiering. Det koordinerende festivalorgan forpligter sig til gengæld til at give aktørerne en massiv synlighed via intensivt PR-arbejde for festivalen.

Aftalen mellem det koordinerende festivalorgan og aktørerne laves ved, at aktørerne tilmelder sig ved at udfylde en formular på vores hjemmeside. Herefter tager vores program- og indholds-gruppe kontakt til aktøren og sørger for at få alt på plads, så eventet og indholdet passer til festivalen og de logistiske rammer. Begge parter forpligter sig dermed og holder hinanden oppe på at levere et kulturelt arrangement under festivalen.

9. Organisationsdiagram



NB:

De blå kasser illustrerer de forskellige arbejdsgrupper.

De lilla kasser beskriver de eksisterende opgaver/nuværende arbejdsdeling.

De grønne kasser er nye tiltag, vi implementerer løbende fra 2017-2021.

10. Kriterier for succes og evalueringsproces

Vi måler projektets succes på nedenstående parametre:

- Det styrkede netværk mellem festivalkontoret, aktørerne og de frivillige, samt mængden af samskabelse og inddragelse af borgere.
- Antallet af henholdsvis frivillige, aktører og publikum/deltagere ved arrangementerne.
- Feedback fra aktører, deltagere ved arrangementerne og samarbejdet med KEA og de 85 studerende.

Evaluering

Under festivalen laver vi løbende informationssamling blandt publikum, deltagere og aktører. Efter festivalen sender vi spørgeskemaer ud til aktører for at høre om samarbejdet og afholder evalueringsmøder internt med vores frivilligrupper og med større samarbejdspartnere – alt sammen under projektlederens ansvar.



11. Bilag: Økonomi

48 TIMER Festival 2021		
Budget	Poster	Ansøgt beløb
Aktørstøtte og Matchmaking	Programrelease, saltvandsindsprøjtninger, teknikserservice	75.000 kr.
10 infospots	Transport, værktøj, værksted og materialer	43.000 kr.
Frivilligpleje og workshops	T-shirts, forplejning, workshops, afslutningsarr. og velkomstarr.	36.300 kr.
Åbningskoncert	Booking, forplejning, toiletter, transport, renhold og produktion	103.700 kr.
Formidling	Program, plakater, SoMe, grafisk arbejde, fotograf, video og abribus reklame	91.000 kr.
Koordinering og logistik	Projektledelse og revision	159.000 kr.
Faciliteter	Produktionsindkøb, Covid19 værnemidler, festivalkontor, nedskrivning af udstyr	97.000 kr.
Diverse	Fondsmoms (17,5% af tilsagn), KODA afgifter og uforudsete udgifter	172.167 kr.
UDGIFTER I ALT		777.167 kr.
Finansiering		Ansøgt beløb
KFU (ansøgt)	Søgt 01.10.20 Svar	150.000 kr.
Bestlesfonden (søges)	Søgt 21.08.20 Svar	50.000 kr.
Nordea fonden (søges)	Søgt Svar	30.000 kr.
Toyotafonden (søges)	Søgt Svar	30.000 kr.
William Demant Fonden (søges)	Søgt 14.08.20 Svar	75.000 kr.
KODA puljen (søges)	Søgt Svar	50.000 kr.
Tuborgfondet (tilsagn)	Søgt 31.01.20 Svar 20.02.20	48.000 kr.
Nørrebro Lokaludvalg (søges)	Søgt Svar	100.000 kr.
Egenfinansiering (foruden KFU)		189.167 kr.
FINANSIERING I ALT		722.167 kr.

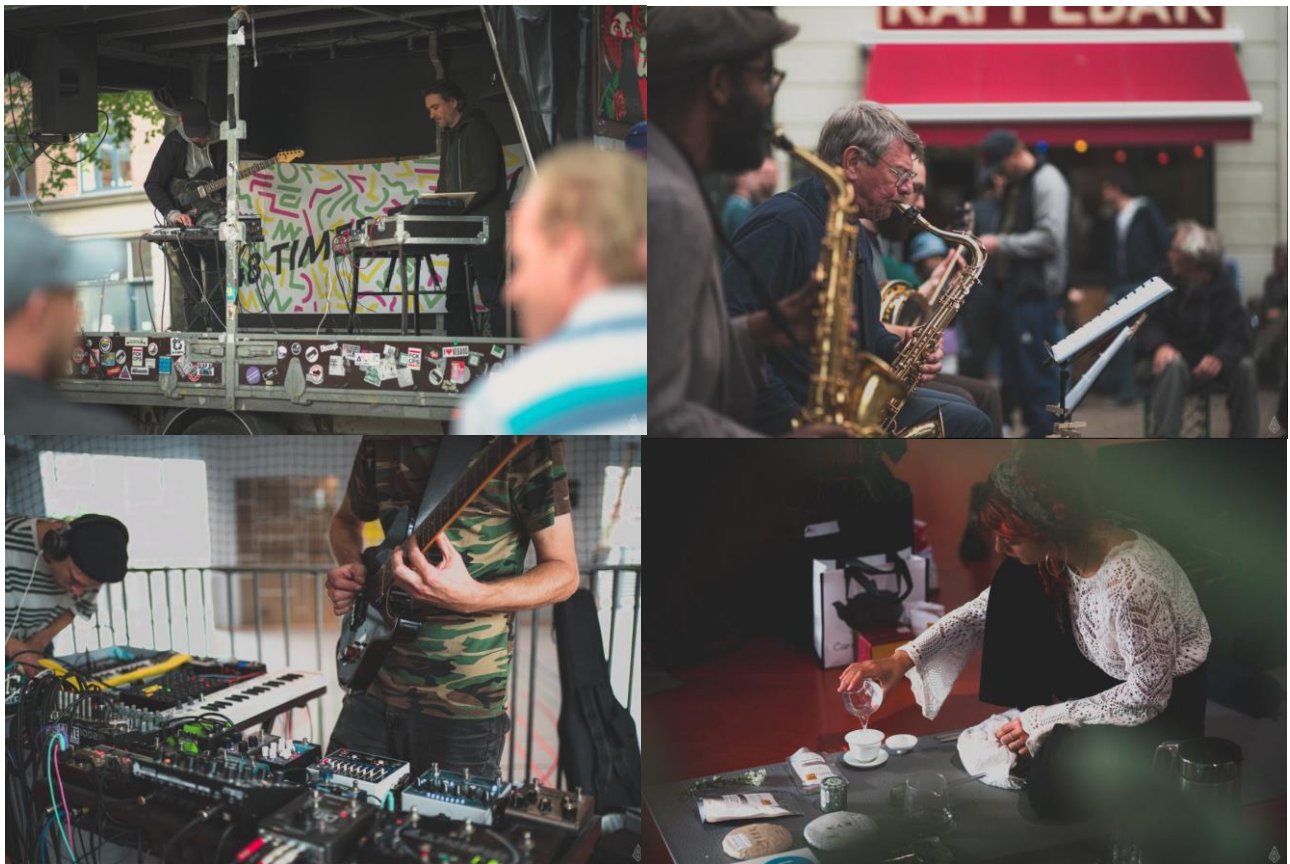
12. Bilag: Udvalgt presseomtale

<https://mitnorrebro.dk/lokal-festival-bliver-gennemfoert-trods-stigning-i-coronasmitte/>

<https://mitnorrebro.dk/er-du-klar-aarets-mest-oplevelsesrige-weekend-venter-paa-dig/>

<https://minby.dk/2019/04/09/114585/noerrebro-byder-foraaret-velkommen-med-48-timer-lang-festival/>

<https://politiken.dk/ibyen/art7098490/Her-er-3-festivaler-i-K%C3%B8benhavn-du-b%C3%B8r-kigge-forbi-i-de-kommende-uger>





COPENHAGEN BEER WEEK

www.cphbw.dk



Copenhagen Beer Week 2021

Copenhagen Beer Week (CPHBW) bliver afholdt første gang den 3.-11. oktober 2020 med mere end 60 events, middage og smagninger rundt omkring i København. Alle arrangementer med fokus på dansk øl, kombinationen af øl og mad samt den eksplosive udvikling, som den danske øl-scene har gennemgået de seneste 20 år.

Over 30 danske bryggerier står bag Copenhagen Beer Week, som oprindeligt skulle være afholdt i maj 2020, men den plan måtte udskydes pga. corona. Over sommeren har vi fundet et format, som kan afvikles under de nuværende restriktioner, så nu kører CPHBW 2020 (med hiv, sving og håndsprit en masse).

I 2021 ønsker vi at afvikle Copenhagen Beer Week i maj, som var den oprindelige plan. Her skal København igen lægge hus til talrige arrangementer og events, der alle har en størrelse, der – ligesom nu – må formodes at kunne afvikles forsvarligt ift. de til den tid gældende restriktioner.

Skulle situationen på det tidspunkt være stabiliseret i en sådan grad, at det atter vil være tilladt at mødes i større forsamlinger, er det vores intention at udvide festivalen med større arrangementer. Vi vil f.eks. meget gerne afvikle CPHBW's 'Øl-Marked' med deltagelse af udvalgte bryggerier samt scene til underholdende talks, lærerige oplæg med kokkeskole og diverse smagninger.

Vi ansøger om tilskud på 100.000 DKK ud af et samlet budget på 690.000 DKK.

På næste side kan I læse, hvad tilskuddet fra Københavns Kommune skal bidrage til.



People Like Us er både et københavnsk mikrobryggeri og et socialt projekt, som skaber arbejdspladser til folk på kanten af arbejdsmarkedet. Bryggeriet deltager med en række events i CPHBW 2020.



Formål med tilskud fra Københavns Kommune

Med tilskuddet på 100.000 DKK fra Københavns Kommune ønsker vi for det første at sætte særlig fokus på Københavns fascinerende historie som øl-kulturel by og formidle historierne om, hvordan øl-historien afspejler sig i byen i dag med f.eks. Carlsberg Byen, Bryghustræde, Glyptoteket, Pisserenden osv.

Vi ønsker for det andet at øge kendskabet til de bryggerier, som i dag findes inden for Københavns kommunegrænser, hvor man ser en række små 'unge' bryggerier poppe op i bybilledet og dermed forny bryggertraditionen i en af verdens bedste ølbyer. Der er i dag ca. 20 bryggerier, som brygger øl i Københavns Kommune.

Det gælder f.eks. Bicycle Brewing på Østerbro, Kaleidoscope Brewing på Amager, Barn Beer i Sydhavnen, Christiania Bryghus, Flying Couch i Nordvest, ÅBEN i Kødbyen, People Like Us på Amager, Valby Bryghus og Ølsnedkeren på Nørrebro.

Events kunne f.eks. være:

- Gratis byvandring i øllets fodspor i det gamle og nye København
- Langbordsmiddage i byens 'ølgader' i samarbejde med bryggerier og restauranter
- Gratis cykel- og vandre-ruter til ølkulturelle lokationer og byens nyere øl-historie
- Åbent hus og smagninger hos byens nyeste, mindste bryggerier

Samarbejdspartnere og økonomi

I 2020 bidrager 34 danske bryggerier økonomisk til gennemførslen af Copenhagen Beer Week.

Danmarks to største bryggerier (Carlsberg og Royal Unibrew) bidrager med hovedparten af midlerne, mens de små bryggerier bidrager med en symbolsk støtte på 2.000 kr. hver.

Det samme forventes at gøre sig gældende i 2021.

Det er centralt for Copenhagen Beer Week, at der er bred støtte og opbakning til projektet og idéen, at vi repræsenterer hele den danske øl-scene.

Når vi også søger tilskud fra København Kommune, er det fordi, vi ønsker at tilføre CPHBW nogle aktiviteter, som ellers ikke er kommercielt bæredygtige f.eks. med et bryggeri, der er så nystartet eller småt, at de ikke selv har overskud til at planlægge og gennemføre en event, eller fordi vi ønsker at en aktivitet skal være gratis for at tiltrække nye målgrupper som f.eks. de unge.

Vi mener, at det er vigtigt at give københavnernes og de turister, som måtte være i byen på det tidspunkt, en forståelse af København som ølby, dens historie, og hvordan bryggerierne stadig i dag bidrager til byens udvikling.

Budget kan ses i Bilag 1.

Oversigt over primære samarbejdspartnere kan ses i Bilag 2.



Københavns nyeste bryggeri er Barn Beer, der åbnede i august 2020 på Banegaarden i den nye bydel 'Jernbanebyen'

Baggrund om Copenhagen Beer Week

Copenhagen Beer Week (CPHBW) er en samling af spændende, lærerige og unikke arrangementer, der har til formål at fremhæve smagen af – og fortællingen om den danske øl – både i en gastronomisk, historisk og kulturel kontekst. CPHBW foregår på barer, restauranter, bryggerier, spillesteder, museer, gallerier, universiteter og inddrager en bred vifte af aktører rundt omkring i byen.

CPHBW har også et særligt fokus på kombinationen af øl og mad. I revolutionen af det nordiske køkken, kom øllen kun med i begrænset omfang, og vi glemte især at tage øllen med til bords. Med fremkomsten af alle de mange nye bryggerier og øltyper, er det nu tid til for alvor at gøre øllen, ikke kun vinen, til en naturlig del af det gode måltid.

Initiativet til CPHBW blev taget af Mikkeller, der i 2018 henvendte sig til FOOD med ønsket om at skabe en samlet, stærk ølfestival med fokus på dansk øl - inspireret af de kendte amerikanske festivaler som San Fransisco og Philadelphia Beer Week.

To år senere har næsten 40 små og store bryggerier fra hele Danmark støttet tilblivelsen af projektet. Det er første gang, at så mange aktører fra den danske øl-branchen har forenet kræfterne for at skabe en begivenhed, der skal vise den diversitet, branchen har i dag.

Ligesom i mange andre europæiske og vestlige metropoler, ser man i København en stigende interesse for craft-beer, altså specialøl og lokale bryg. Denne bevægelse omfatter ikke 'kun' øl, men afspejler en stigende tendens mod lokale råvarer og bæredygtige produktionsmetoder.

Byens iværksættere har på relativt få år åbnet mange nye barer og mikrobryggerier, hvor der skabes arbejdspladser, vækst og lokal sammenhængskraft. De er særligt udsatte i en krise-tid som denne med restriktioner og økonomisk afmatning, der rammer dem ekstra hårdt.

Vi føler derfor, at CPHBW er vigtigere end nogensinde, og selvom 2020 har været et hårdt år for branchen, er der fuld opbakning fra bryggerierne til at fortsætte med at bruge Copenhagen Beer Week som platform for at udbygge byens styrkeposition som førende øl-destination også i årene fremover.

Vi glæder os til at vende tilbage i maj 2021. Skål!

København som ølby

I Danmark er der formodentligt blevet drukket øl siden bondestenalderen, og der er god grund til at antage, at Københavns grundlæggere har kendt til humledrikken. Flere årtusinder senere, på Christian 4's tid, var det almindeligt for både spædbørn og oldinge at drikke øl, og det er blevet anslået, at der fandtes mere end 116 bryggerier inden for voldene i København.

Efter en rejse til München i 1845, hvorfra han hjembragte en undergærskultur i en ombygget hatteæske, fik bryggeren J.C. Jacobsen kongeligt privilegium til at bygge et bryghus uden for Københavns volde. Hans ambition var at brygge det bayerske lagerøl i en kommerciel skala, og øllet blev så stor en succes, at Carlsberg blev grundlagt som et dedikeret lagerølsbryggeri i 1847. Siden da har Carlsberg været med til at definere ølkulturen – ikke bare i Danmark, men også i resten af verden.

Det samme kan siges, om end i en mindre målestok, om bryggeriet Mikkeller, der blev etableret i 2006 og på sin vis er blevet flagskib og spydspids for udviklingen af specialøl-segmentet i Danmark. Allerede to år tidligere åbnede Nørrebro Bryghus sine tanke, og siden har øl-elskere i København kunne glæde sig over en øl-revolution.

København rummer i dag mere end 20 bryggerier, hvoraf nogle regnes blandt verdens bedste. Der er åbnet en række internationalt anerkendte ølbarer, og det estimeres, at der er mere end 5.000 aktive håndbryggere.

København er derfor i dag blandt de mest interessante øldestinationer i verden, og byens ølhistorie ses overalt i Hovedstaden - fra kvarteret omkring Pisserenden, hvor brygger Jacobsen startede sit bryggereventyr, og Carlsberg Byen til Kongens Bryghus, Glyptoteket og i Tivoli.



Elefantporten er et af Københavns mest berømte øl-vartegn

Praktiske oplysninger

Event, der søges penge til: Copenhagen Beer Week i maj 2021.

Vi ansøger om tilskud på 100.000 DKK ud af et samlet budget på 690.000 DKK

Ansøger

Food Organisation of Denmark (FOOD)
Projektleder Christian Thomsen
Vigerslev Allé 18
2500 Valby
info@cphbw.dk
20861380

CVR-nr. 33352832 - FOOD er momsregistreret

FOOD, som arrangerer Copenhagen Beer Week, står bag en række andre madevents i hele landet f.eks. Copenhagen Cooking & Food Festival, Madens Folkemøde på Lolland og Food Festival i Aarhus.

Bilag

Der er to bilag til denne ansøgning:

BILAG 1: Budget

BILAG 2: Liste over hhv. støttebryggerier og eventarrangører i CPHBW 2020, som kan give et indtryk af bredden af samarbejdspartnere på projektet.





BILAG 1: BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Tilskudsmodtagers navn: Food Organisation of Denmark (FOOD)
CVR: 33352832
Festivalens/eventets navn: Copenhagen Beer Week

Projektperiode: November 2020-Maj 2021
--

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	100.000	0	
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)	500.000		
a) Tilskud fra bryggerier	450.000		
b) Tilskud fra kommercielle øvrige partnere	50.000		
c)			
Honorarer			
Billetindtægter			
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Gebyrindtægter	10.000		
b) Udlejning af stande	80.000		
c)			
INDTÆGTER I ALT	690.000		

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	340.000	
Konsulentudgifter	20.000	
Materialeudgifter	90.000	
Transportudgifter	15.000	
Opholdsudgifter	10.000	
Fortæring, herunder møder	5.000	
Diverse repræsentation		
PR og markedsføring	200.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	10.000	
Revisionshonorar		
Øvrige udgifter, specificeret		
a)		
b)		
c)		
UDGIFTER I ALT		
RESULTAT	0	

BILAG 2: Støttebryggerier samt eventarrangører på CPHBW 2020

Støttebryggerier CPHBW 2020

Alefarm
Amager Bryghus
Anarkist
Birkerød Bryghus
BRAW
Brewers Inc.
Brewpub
Bryggeri-Foreningen
Dry & Bitter
Ebeltoft Gårdbryggeri
Fanø Bryghus
Flying Couch
Fur Bryghus
Gamma
Grauballe Bryghus
H.C. Andersen Bryghus
Hangun
Herslev Bryghus
Hjort Beer
Husbryggeriet Jacobsen
Kissmeyer
Krenkerup Bryggeri
Midtfyns Bryghus
Mikkeller
Mikkeller Baghaven
Nørrebro Bryghus
People Like Us
Skands
Small Batch
Svaneke Bryghus
Søgaard Bryghus
Thisted Bryghus
Timm Vladimirs Bryghus
Two Face Brewing
Ugly Duck Brewing Co.
Warpigs Brewpub
Ø-Bryg
Ølsnedkeren
Ørbæk Bryggeri
ÅBEN

Arrangører CPHBW 2020

Almanak
Brasserie Liva
BRAW
Brewers Inc.
Broens Gadekøkken
BRUS
Carl's Øl - & Spisehus
Christianshavns Færgecafé
Fermentoren
Folkehuset Absalon
Frederiksberg Bryghus
Gamma Brewing
Herslev Bryghus
Hotel Kong Arthur
HRS Kellner
Husbryggeriet Jacobsen
København Cafén
Mikkeller
Nationalmuseet
NOHO
Nørrebro Bryghus
People Like Us
Radio
Reffen
Restaurant Fleisch
Restaurant Ravelinen
Restaurant Vigen
San Marco Junior
SKAAL
Slowburn Brewing Co-op
Svaneke Bryghus
Tap 21
Tholstrup-Gruppen
Timm Vladimirs Køkken
Urban Camper Hostel
Videnskabernes Selskab
Ølsnedkeren
ÅBEN

Til: Københavns Kommune

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

Ansøger:

Foreningen Copenhagen Carnival
Ørnegårdsvej 57, 2820 Gentofte
CVR: 34159289
E-mail: info@cphcarnival.dk
Web: cphcarnival.dk

Ansøgning til Festivalpuljen om økonomisk tilskud til Copenhagen Carnivals 40 års jubilæum 2021

På vegne af Foreningen Copenhagen Carnival ansøges hermed om økonomisk støtte til afholdelse af Københavns ældste kulturelle folkefest, som holder 40 års jubilæum i pinsen den 21., 22. og 23. maj 2021.

I lyset af den globale Covid-19 pandemi, valgte karnevallet at aflyse årets karneval i 2020. Med dette års ansøgning har vi forsøgt at forudse næste års afholdelse, hvori der i budgettet indgår poster for værnemidler til frivillige, artister samt publikum. Dette betyder en forøgelse af budgettet på hegn, værnemidler og sanitet, heriblandt vaskestationer og sprit. Desuden har vi påtænkt at lave ensretning igennem hele området og eventuelle testkrav fra udenlandske artister.

Aflysningen i 2020 gjaldt for over 2500 artister, hvoraf 1000 af dem var fra hele verden; USA, England, Brasilien og resten af Europa samt omkring 1500 danske artister. Ligeledes måtte vi meddele alle vores gode samarbejdspartnere, at vi så os nødsaget til at aflyse alle økonomiske aftaler.

Der lå mange overvejelser bag beslutningen om at aflyse. Alle karnevallets samarbejdspartnere blev derfor også inddraget inden beslutningen, fordi vi vidste, at de som foreninger, festivaler og sæsonvirksomheder ville kunne komme økonomisk i klemme. Alle udviste forståelse herfor og støttede op om beslutningen.

I samme ombæring takkede vi nej til den bevilgede støtte fra Festivalpuljen med et ønske om, at de allerede bevilgede puljepenge til os, i stedet ville blive brugt til de alvorligt økonomisk ramte i vores samfund, så vi alle kunne komme så helskindet ud af Corona-krisen som overhovedet muligt.

Karnevallet har kunnet dække alle udgifter ved aflysningen selv, fra det økonomisk opsparede overskud fra karnevallet og andre events i 2019, da alle løbende udgifter op mod karnevallet i 2020 har været arrangeret med karnevallets økonomiske sikkerhed og sunde fundament for øje. Aflysningen er derfor taget udelukkende med hensyn til alle deltageres sikkerhed og uden at gældsætte karnevallet.

Alt arbejde som er lagt i dette års Copenhagen Carnival, rykker således frem til næste års karneval, som vil finde sted i pinsen den 21-23. maj 2021. Vi håber, som det var planen for i år, at kunne gå fra sidste års enlige scene til fem scener, heriblandt et gensyn med Elektronisk Scene i samarbejde med STRØM-festivalen. Det betyder også at vi har ekstra lang tid til at planlægge Copenhagen Carnivals 40-års jubilæum og gøre det til et ekstra stort kulturelt brag af et jubilæumskarneval.

Planen for Copenhagen Carnival 2021

Copenhagen Carnival var planlagt tilbage til Fælledparken i år og vil derfor også blive afholdt i Fælledparken i 2021. Efter et meget vellykket karneval i 2019 på Rådhuspladsen, har vi produktionsmæssigt og økonomisk planlagt at karnevallet i 2020 skal strække sig over tre dage, hvoraf den ene om fredagen er dagen, hvor sambagrupperne traditionelt varmer op i indre by og gør opmærksom på det kommende karneval i Fælledparken. Det betyder, at Karneval 2021 vil vare to dage i Fælledparken, både lørdag og søndag, som afholdes med stor frivillig hjælp, samt med aktiv deltagelse af gode venner af karnevallet, der har stor erfaring både kunstnerisk og praktisk omkring afholdelse af større events, festivaler etc.

Karnevallet kommer til at have 5 forskellige scener og telte af hensyn til vejret - alle mindre og overskuelige (både i omfang og økonomi), der serviceres, køres og kurateres af forskellige samarbejdspartnere. Elektronisk og Caribisk scene med udgangspunkt i den elektroniske musik som STRØM står for. Latin scenen som en ti

Hovedscenen med samba, som folk i det brasilianske miljø står for.

Fredag 21. maj optræder sambagrupper fra ind- og udland på forskellige offentlige pladser i indre by - som betyder en stor synlighed og markedsføringsmæssig værdifuld opmærksomhed, og samtidig en ikke særlig produktionstung dag for selve teamet omkring produktionen af karnevallet, da grupperne selv står for det meste. Denne opvarmningsdag er en årlig tradition for de mange sambagrupper, som deltager i karnevallet.

Lørdag 22. maj bliver paradedagen med den årlige traditionsrige store parade gennem indre by på Strøget – med stor finale i Fælledparken med kommentatorer og masser af musik, dans og workshops i parken for både børn og voksne.

Lørdag og søndag 22-23. maj bliver karnevallets 40 års jubilæum afholdt med stort familie- og børneområde med tivoli, workshops, parader og børneparade, masser af danse-, musik- og capoeira workshops, mulighed for at prøve kostumer fra de forskellige sambaskoler etc. Sideløbende er der program på de 5 scener og de mindre pop up scener, som kreative værksteder, foreninger og skoler står for.

Økonomisk set er vi klar over, at vi ikke har mulighed for at indhente de samme støttende tilbud og hjælp i 2021, da alle artister, foreninger og virksomheder som vi samarbejder med, alle er blevet ramt økonomisk i år af Corona krisen. Endvidere har vi større udgifter til hegn, værnemidler og sanitet, og vi ser det derfor nødvendigt at søge Københavns Kommune om nedenstående økonomiske støtte, for at kunne dække alle udgifter og sikre vores samarbejdspartnere og artister betaling, for at få hjulene i den kulturelle og kreative del af samfundet på fode igen.

Det er stadig vigtigt at Copenhagen Carnival er gratis at deltage i for publikum, at der er plads til så mange foreningers/dansegruppers deltagelse som muligt, og at målet om at gøre det hele enkelt og gennemførligt hele tiden er for øje. Udefrakommende revision vil økonomistyre karnevallet.

Opfyldelse af økonomisk tilskud for Festivalpuljen

I

FAKTAARK

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



1. OM COPENHAGEN CARNIVAL

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

2. BAGGRUND

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

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

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

Master Fatman/ Morten Lindberg har siden 2006 være Protektor og god ven af karnevallet, som vores skoler samarbejdede med professionelt og mange også kendte privat. Han stoppede ved eventbureauets inddragelse, men involverede sig igen i sommeren 2018, da han ønskede at hjælpe karnevallet på benene igen. Morten var meget opsat på vigtigheden af, at det skulle blive en succes og lagde derfor al sit arbejde vederlagsfrit. Morten havde en særlig viden og forståelse for karnevallets ånd og rummelighed, som han også selv besad og var kendt for. Mortens arbejde i og med karnevallet kan ikke erstattes, efter hans pludselige død i 2019, men vi fortsætter i samme ånd i fremtiden.

3. PRÆSENTATION AF KARNEVALLETS NYE LEDELSE

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

Bestyrelsen har valgt Louise Kubert som ansvarlig leder for karnevallet, der er en af ildsjælene bag projektet og har været i karnevalsmiljøet i snart 12 år. Hun har arbejdet med ledelse og kommunikation hvor hun tilsvarende har akkumuleret erfaring med virksomhedsopbygning, hjulpet start-up virksomheder i gang og afholdt større events. På karnevallets vegne, har hun fokus på mere inkluderende samarbejde på tværs af skoler, foreninger og virksomheder i Danmark, hvilket ledte til stor positiv feedback og succes for et ellers kriseramte karneval i både 2018 og 2019.

Louise har teamet op med gode venner af karnevallet der har erfaring med events, kommunikation etc. - bl.a. Frederik Birket fra STRØM, der efter Master Fatmans pludselige død hjælper med praktisk planlægning af karnevallet, ligesom RF Experience under Roskilde Festival og royal etc. - har meldt sig på banen med praktisk hjælp omkring gennemførelse og fremtidigt samarbejde. Derudover er flere frivillige ansvarlige også med i den praktiske planlægning til at hjælpe og afvikle karnevallet.

4. FORMÅL OG SUCCESKRITERIER

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

Formål:

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

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

Succeskriterier:

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

- At skabe en glædesfyldt musik- og dansefest for Københavns borgere.
- At give børn mulighed for at møde musik og dans på en inkluderende, aktiv og festlig måde, og udfolde deres nysgerrighed og kreativitet.
- At sikre gratis deltagelse for alle besøgende og karnevalsdeltagere.
- At have omkring 10.000+ fremmødte publikumsdeltagere.
- At have 4 sc

6. MÅLGRUPPE

Målgruppen for Karnevallet udgør følgende grupper:

- Børnefamilier (ca. 54.000 i Københavns Kommune)¹
- Turister i Region Hovedstaden (ca. 91.000 i perioden 30-31. maj)²
- Foreninger og skoler i Region Hovedstaden og hele Danmark
- Smbagrunder, latin- og afromiljøet - også internationalt

7. INTERESSETER

Copenhagen Carnival samarbejder med en række interessenter, herunder Københavns Kommune, Cph Volunteers, Kultur Østerbro, Royal, STRØM, Mojito Factory, RF Experience (Roskilde Festival) mfl. samt en lang række skoler og foreninger med både børn og voksne.

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

8. USIKKERHEDSFAKTORER

Grundet Momentum CPH's k

BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn: Foreningen Copenhagen Carnival
CVR: 34159289
Festivalens/eventets navn: Copenhagen Carnival 2021

Projektperiode: <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 (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	1.000.000		ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)	1.003.125		ansøgt
Boder/kulturföreninger - lejeindtægt (streetfood & nonfood) i 2 dg	600.000		
Drikkeboder (i 2 dg)	240.000		
Indtægt fra sceneaftaler	90.000		
Indtægt fra Tivoli	30.000		
Indtægter fra egne workshops til Børnekarneval	100.000		
Egenfinansiering fra støttearmbånd, støttefester, merchandise	10.000		
INDTÆGTER I ALT	3.073.125		

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Arbejdsskadeforsikring og arrangementsansvarsforsikring	12.000	
Forplejning til frivillige, udlandsartister + teknikere (2x2 dage)	600.000	
Rejserefusion af fly/tog/bus og overnatning til udenlandske artister	500.000	
Frivillig arbejds t-shirts med tryk	6.625	
KODA&Gramex afgift for weekenden inkl. parade 3,31 pr tilhører	41.400	

Security, samaritter og brandvagt fredag til mandag (autoriseret vagtselskab)	150.000	
Leje af afspærringsmateriel, lift, truck, kassevogn	12.500	
Leje af Dankort maskiner, walkie talkie, mikrofoner	15.000	
Renovation (Københavns Kommune affald mv.)	100.000	
Leje af toiletkabine med tank og urinal inkl. forbrugsvarer	106.500	
Leje af 72 m2 meter telt med gulv, ekskl. Fragt (omklædningstelt)	35.750	
18 m2 meter telte uden gulv (omklædningstelte)	7.000	
Artist løn, kendte	187.500	
Scener, Lyd og lys inkl ops/nedt. og teknikere i 2 dage	437.500	
Leje af borde/bænke sæt m/klapben	26.250	
Pop Up scener og lyskæder til scener, backstage telte og børneboder	51.750	
Leje af hegn m. dug til sikkerhed, backstage og covid ensretning	56.250	
Leje af el i Fælledparken	62.500	
Projekt- og områdeansvarlige deltids årsløn og honorar	250.000	
Administration, kontorartikler, server, telefon mv.	12.500	
Strømkabler, strips, snor, klude, handsker, grabbere, affaldssække mv.	50.000	
Deco og scenebeklædning af scener inkl. Fælledparken	62.500	
Materialer til kreative værksteder - børnekarneval	62.500	
Covid værnemidler (ekstra til frivillige) sprit, håndvaske, masker, handsker mv.	15.000	
Covid værnemidler (ekstra til publikum) sprit, håndvaske mv.	75.000	
Øvrig drift	25.000	
Markedsføring; Plakater, flyers og ophæng i indre by, SoMe (Markedsføring af 40 års jubilæum)	100.000	
Website, emails, internet, bankkonto mv. (vedligehold)	8.750	
Backstagearmbånd og støttearmbånd	3.350	
UDGIFTER I ALT	3.073.125	

RESULTAT	0	
-----------------	----------	--

Kommentarer/forbehold:

Budget for 2021 er højere end de forgangne sidste par år, grundet 40 års jubilæum og Covid-19 pandemien, samt særtilbud fra underleverandører de tidligere år som ikke kan opnås i 2021.

Ansøgning til Festivalpuljen

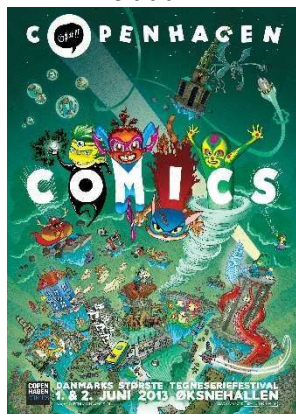
En levedygtig festival

Det er med stor glæde, at vi kan præsentere Københavns kommune for et visionært og levedygtigt projekt, Danmarks største tegneseriefestival, organiseret af foreningen Copenhagen Comics. Vi søger om støtte til dækning af udgifter forbundet med festivalens gennemførelse – herunder internationale oplægsholdere, formidlingsaktiviteter samt leje af Øksnehallen. Festivalen, der er baseret på udelukkende frivillig arbejdskraft, vil i 2021 have nordisk tegneseriekultur som sit fokusområde. Vi ønsker at samle kunstnere fra hele Skandinavien, samt Færøerne, Island og Grønland. Festivalen som et nordisk kulturknudepunkt i midten af København. Ud af et samlet budget på 880.000kr. ansøges Københavns kommune om i alt 120.000 kr. til delvis dækning af ovenstående. I 2019 modtog Copenhagen Comics 100.000,- fra festivalpuljen.

Baggrund for at søge Statens Kunstfond

Copenhagen Comics har været afholdt otte gange: 2004, 2006, 2008, 2010, 2013, 2015, 2017 og 2019. De første gange under navnet Komiks.dk, og siden 2013 'Copenhagen Comics'. Den har alle gange været drevet af frivillige ildsjæle, som har været uundværlige for festivalens store udbredelse og omtale. Festivalen har i stigende grad formået at tiltrække nogle af verdens bedste tegneserieskabere, bl.a. Barry Kitson, Grzegorz Rosinski og Gilles Roussel. Succesen har samtidig betydet, at festivalen er vokset fra de mindre kulturhuse til Øksnehallen, som for mange er blevet festivalens vartegn og foretrukne ramme.

Festivalens popularitet blandt byens borgere er gennem det seneste år steget markant. Vi kunne ved sidste festival byde 4050 glade gæster velkommen til Danmarks største tegneseriefestival, i 2021 forventer over 5000 forventningsfulde besøgende.



Projektbeskrivelse

Vi er en forening drevet af frivillige. Det gælder bestyrelsen, diverse arbejdsgrupper og de mange frivillige, der hjælper med afviklingen af festivalen. Den frivillige ånd, samt en fælles interesse for tegneserier, har gennem årene bidraget et givende fællesskab blandt alle der lægger tid og kræfter i foreningen. I 2021 vil vi have særligt fokus på den nordiske tegneseriekultur, hvor kunsterne fra Skandinavien og de nordatlantiske øer samles i fællesskab. Vi vil inspirere og vise de besøgende en levende streg fra hele den nordiske kulturskat. Tegneseriemediet har en utrolig evne til at bringe fortællingerne til live med deres fantastiske udtryk, hvilket taler til et stadig større publikum.

Ved de forrige festivaler har vi haft stor succes med arrangementer og tegneworkshops for mindre børn. Det ønsker vi fortsat, og vi bestræber os derfor på at udbyde workshops mere professionaliseret. Men vi ønsker samtidig at udvide fokus til de unge/større børn, som er en målgruppe, der ofte overses. Særligt arbejder vi med inddragelse af sociale medier som Instagram, Snapchat og YouTube, til udbredelse af tegneserieinteressen blandt unge. Vi samarbejder med flere forskellige tegneworkshops, herunder bl.a. Cosplay-croquis og tegneseriekørekor, et stort tegneområde med gratis tegnematerialer, tegnerobot (som er en slags pas-automat med en tegner skjult inden i) og den dekorative planche 'byg en tegneserie', hvor figurer kan flyttes rundt. Vi har desuden en række børneværter, som forinden er blevet screenet og briefet, der sørger for, at alle føler sig velkomne på festivalområdet.

Ved kommende festival har vi fokus på særligt Cosplayområdet, der interesserer mange unge besøgende. Vi ønsker på at få internationalt kendte Cosplaydommere til festivalen, da bedømmelse af hjemmelavede kostumer og udstyr fra popkulturen, er et særligt trækplaster for målgruppen. Samtidig er det fantastisk stemningsskabende når området omkring Øksnehallen, præges af dedikerede unge mennesker i flotte kostume.

Sociale medier spiller en stadig større rolle i unge menneskers medieforbrug, hvor tegneserier ofte havde en betydelig plads, i begyndelsen af børn og unges læsekarriere. Her vil vi gerne fastholde tegneseriemediet i bevidstheden hos de unge. Med profiler fra SoMe-miljøet ønsker vi at sætte spot på tegneserien, som en attraktiv og udviklende læseoplevelse der kan vare hele livet.



Mere end bare festivalen

I samarbejde med andre tegneserieaktører var Copenhagen Comics til stede ved BogForum 2019 i Bellacenteret for derved at synliggøre den frivillige forening. Alt sammen i overensstemmelse med foreningens formål: "Foreningens formål er at arrangere tegnesriefestivaler og tegneserierelaterede kulturarrangementer i Danmark. Foreningen ønsker at fremme tegneseriemiljøet i Danmark og udbrede kendskabet til tegneseriemediet generelt." (Uddrag fra Copenhagen Comics vedtægter, stk. 1).

Gennem et fokus på børnefamilier og et program, som på ingen måde kun begrænser sig til ænder og superhelte, forsøger vi at appellere til de mange potentielle tegneserielæsere, som vi ved findes. Tegneseriemediet har de sidste tyve år formået at tiltrække folk fra arkitektur-, design- og kunstscenen, og det skal en tegnesriefestival også afspejle. Festivalen placerer sig i vinterhalvåret, hvor der traditionelt set ikke er lige så mange festivaler og events som i sommerhalvåret. Dermed sikrer vi en større spredning af kulturtilbuddene i København. Og med øget fokus på børn og unge, ligger grobunden for en traditionsbunden kulturaktivitet for hele familien.

Samarbejde med andre aktører

Vi samarbejder med en lang række andre foreninger, bl.a. Geekcore, Dansk Tegneserieråd, Danske tegneserieskabere og Danske bladtegnere. Herudover også Storm P. Museet, Viborg Animation Workshop, Distortion, Billedskolen og tegneserienyhedssitet Nummer9.dk.

Samarbejdet med de forskellige andre tegneserieorganisationer spiller en væsentlig rolle i udviklingen såvel som afviklingen af de mange events på og udenfor festivalområdet. Herunder afholdes der i forbindelse med festivalen også et awardshow for enten Ping-prisen eller Claus Deleuran prisen.

Vi har en aftale med organisationen 'Læs for livet', der gratis tilbydes en stand, hvorfra de indsamler brugte tegneserier, som kommer anbragte børn og unge til gode. I samklang med egenproduceret undervisningsmateriale ønsker vi hermed at sætte spot på betydningen af læsning. Vi samarbejder ligeledes igen i år med Geekcore omkring unge gamere og cosplayere. De får et område af Øksnehallen til rådighed for spillekonsoller, og de deltager med en række udklædte cosplayere, som går rundt under festivalen og stiller op til fotografering. Siden 2015 har vi inviteret grundlæggeren af DM i Tegning Jannik Broz fra billedskolen i Horsens til at lave en zine-bod og tegnebattles under festivalen.

Hvem er Copenhagen Comics?

Bestyrelse i Copenhagen Comics består af:

Formand: Anthony Verniere Jr.

Formand gennem de seneste tre og arrangør af festivalen mange gange.

Næstformand: Thomas Friis Pedersen

Professionel tegner og forfatter med flere børnebogsudgivelser bag sig.

Kasserer: Jón Hammer

Talnørd med færøske rødder.

Thomas Berger

Superfan af tegneserier med en solid baggrund i kommunikation og PR.

Claus Ahlmann

Musik og popartnørd med rødder i biblioteksverdenen.

Kristian Smith Larsen

Fanboy med mange års erfaring i dansk foreningsliv.

I 2019 afholdte vi som samlet bestyrelse vores første festival, hvilket blev en bragende succes. Med stor hjælp fra en masse fantastiske frivillige så bestyrelsen, hvordan en rigtig tegneseriefestival skulle afholdes. 2021 vil blive året, hvor masser af mennesker mødes om deres fælles passion og kærlighed til tegneserier. Som bestyrelse vil vi igen være med til at skabe et kulturelt knudepunkt i København, hvor strengen og den skrevne litteratur favnede hinanden, til glæde for børn og voksne fra hele Norden.



Succeskriterier

Vi forventer mellem 4500 og 5000 gæster i løbet af weekenden. Derudover vil vi med at aktivere over 100 frivillige ildsjæle. Vi håber på udsolgte workshops og positiv respons fra gæster, som ellers ikke normalt frekventerer tegneseriebranchen.

Det er ligeledes intentionen fortsat at kunne fremvise mange internationale gæster. Ved sidste festival havde vi besøg af 13 udenlandske gæster,

samt mere end 80 danske aktører. Vi ønsker desuden en god pressedækning, hvilket vil sige omtale i aviser, radio og på de sociale medier.

Copenhagen Comics

Foreningen er momsregistreret (27664970).

Med venlig hilsen

Formand for Copenhagen Comics

Anthony Verniere Jr.

Anthony.verniere@copenhagencomics.dk



BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn:
CVR: 27664970
Festivalens/eventets navn: Copenhagen Comics 2021

Projektperiode: 15.12.2020-10.06.2021

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	100,000.00		ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) Danske tegneserieskabere	40,000.00		ansøgt
b) Statens Kunstfond	85,000.00		ansøgt
c) Statens Kunstfond	85,000.00		ansøgt
Honorarer			
Billetindtægter	320,000.00		
Øvrige indtægter, specificeret			
a)Salg af stande	250,000.00		
b)			
c)			
INDTÆGTER I ALT	880,000.00		

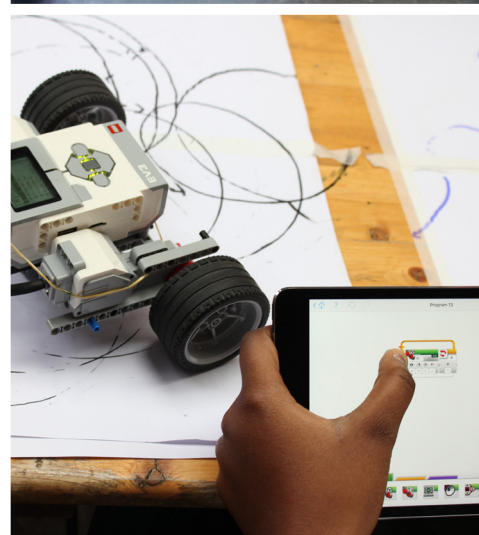


Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Honorarer	6000	
Konsulentudgifter	11500	
Transportudgifter	8000	
Opholdsudgifter	60000	
Fortæring, herunder møder	4000	
Diverse repræsentation	10500	
PR og markedsføring	30000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	5000	
Gæster (nordiske og internationale kunstnere)	80000	
Forplejning, frivillige	16000	
Specialarrangement	25000	
Leje af lokaler (Øksnehallen)	288000	
Bagbeklædning (Øksnehallen)	105000	
<i>Øvrige udgifter, specificeret</i>		
a) Administration og IT	9000	
b) Underholdning	6000	
c) Tegnematerialer	4500	
UDGIFTER I ALT	668500	

RESULTAT	211,500.00
-----------------	-------------------

Kommentarer/forbehold:

Vores festival finder sted hvert andet år, hvorfor der ikke foreligger resultater for året før budgetperioden.



Copenhagen Maker Festivaler 2021: Tusindvis af idéer til at skabe (næsten) alt. Året rundt. Over hele København





Tusindvis af idéer til at skabe (næsten) alt. Året rundt. Over hele København

Foreningen Maker anmoder Kultur- og Fritidsudvalget, Festivalpuljen, om støtte på kr. 350.000,- ud af et samlet budget på kr. 1.018 mio. til en realisering af en ny ambitiøs strategi, omstrukturering og opskalering af Københavns mest mangfoldige og tilbagevendende festival for skaber-kultur: Copenhagen Maker Festival.

Festivalåret 2020 blev ikke som nogen havde håbet og heller ikke Copenhagen Maker Festival gik fri af aflysninger grundet Covid-19. Afviklingen og dermed afprøvningen af festivalstrategien for 2020 har vi derfor måtte udskyde. Til gengæld har vi brugt året 2020 på at finjustere den nye strategi for festivalen, forankre de partnerskaber (samarbejdserklæringer kan eftersendes), der er centrale for at strategien lykkes og lagt konkrete planer for afviklingen af de fem Copenhagen Maker Festivaler i 2021. Vi glæder os til at lancere den nye strategi i 2021.

Copenhagen Maker Festival skal i de kommende år fortsætte med at vokse i størrelse, geografisk reach samt i deltager- og publikumstal. Hertil vil vores øgede fokus på stærke partnerskaber sikre, at festivalens værditilbud spredes ud over hele sommeren og efteråret så endnu flere københavnere får glæde af vores tilbud.

Copenhagen Maker Festival skal fortsat være en stærk og prominent kulturbegivenhed i København der præsenterer kreativ og innovativ teknologipraksis, folke-forskning og urbant entreprenørskab i krydsfeltet mellem tech, kunst, design og maker-kultur på en tilgængelig, håndgribelig og inspirerende måde. Det er vores forventning at denne nye organisering af festivalens aktiviteter - udover at komme til at medføre en 400% publikums-forøgelse til at nå forventede 30.000 deltagere i 2021 - vil sikre en større mangfoldighed i det samlede værditilbud, større målretning og i sidste ende forøget kvalitet i oplevelsen hos festivalens - og byens - mange teknologi- og design-interesserede borgere.

Støtte fra Kultur- og Fritidsudvalget vil først og fremmest blive anvendt til at skabe et unikt og diversit indhold. Samtidig vil udviklingen af partnerskaberne omkring og afholdelsen af de fem planlagte festivaler-arrangementer være med til at sikre strukturen fremover. Foreningen vil i partnerskaber med Ingeniørforeningen, Creative Business Cup, TechBBQ, Space NV, Ungdommens Folkemøde samt andre af foreningens partnere udvikle og tilrettelægge festivalprogrammer fra juni til oktober 2021 inden for alt fra bæredygtighed, iværksætteri og design, teknologi og mennesker, teknologiforståelse og maker-metoder, samt begejstret leg og kreativ dannelse. Udover at investere i at få Hovedstadens kreative vækstmiljøer og foreningsliv til at mødes på tværs, vil Foreningen også bidrage til at styrke de lokale og globale dagsordener der sætter København på landkortet som centrum for innovation, kreativitet og borgerinddragelse.

Stina Odgaard-Sabally
Festivalleder

tlf. 4040 4217 // stina@maker-effekt.dk

Københavns mest mangfoldige festival for maker- og undergrundskultur har fået vokseværk

Copenhagen Maker Festival har fra start haft som hovedformål at skabe en nytænkende, samskabt, inkluderende og mangfoldig platform, der præsenterer kreativ og innovativ teknologipraksis, folkeforskning og urbant entreprenørskab i et krydsfelt mellem tech, kunst, design og maker-kultur, på en tilgængelig, håndgribelig og inspirerende måde.

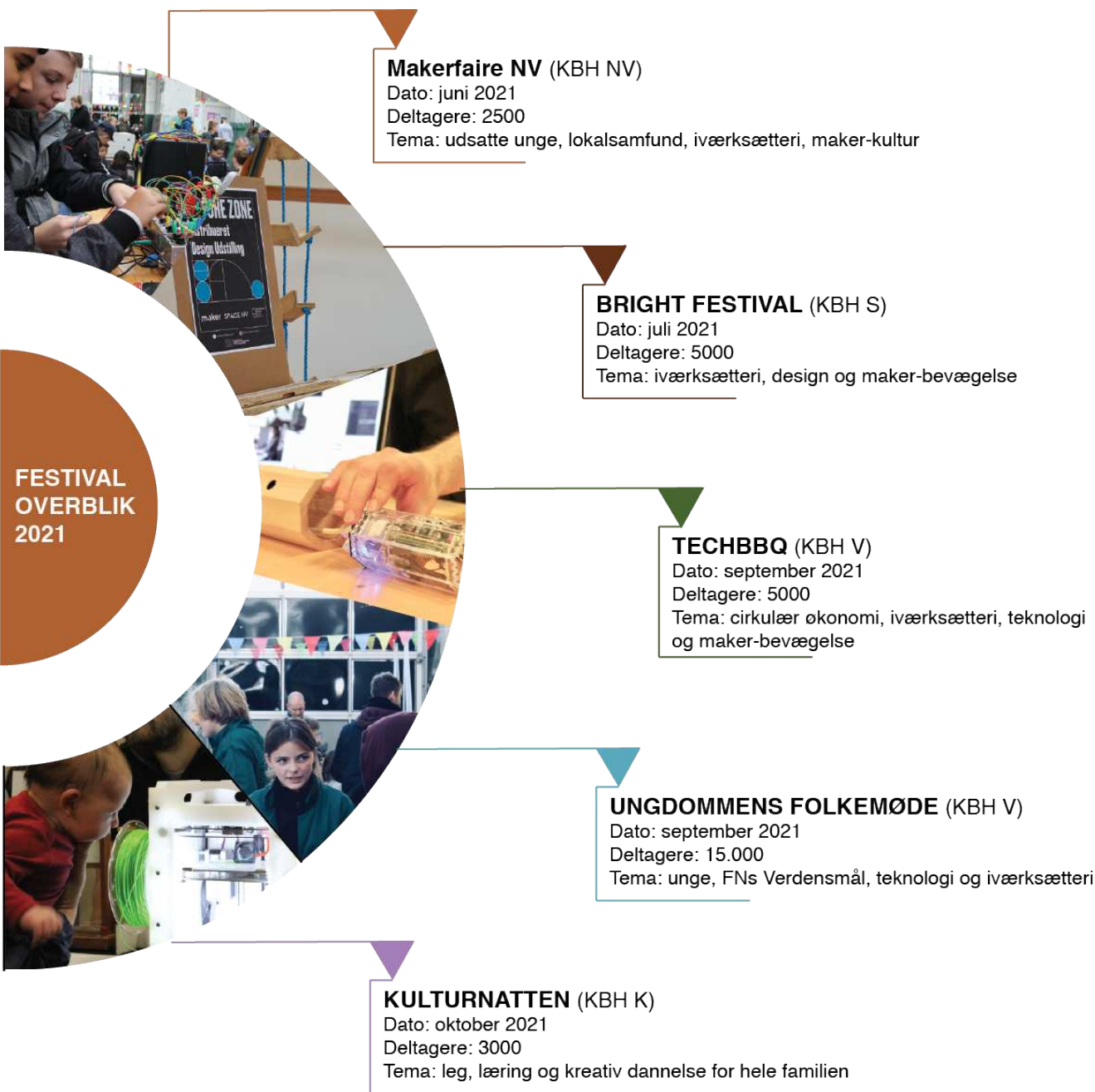
Vi ønsk

En fejring af fællesskaber, skabertrang og entreprenørskab

Makerne er Copenhagen Maker Festival. På festivalen møder publikum de fremmeste kreative inden for alt fra industrielt design til socialøkonomisk virksomhed fra både Hovedstaden, Europa og resten af Danmark. Til fælles har dette virvar af maker-projekter, at de inspirerer til virkelyst og engagement i problemløsning og nye fællesskaber, netop fordi de bliver præsenteret af ildsjælene selv, der gennem én-til-én oplevelser involverer publikummet i teknologi og værktøjer de arbejder med til dagligt. På Copenhagen Maker Festival er de kreative fællesskaber og ildsjælene stjernerne og smitter med deres viden, kreative drive og agendaer inden for alt fra produktudvikling, socialøkonomisk design og materiale-innovation til biologi og interaktionskunst.

F

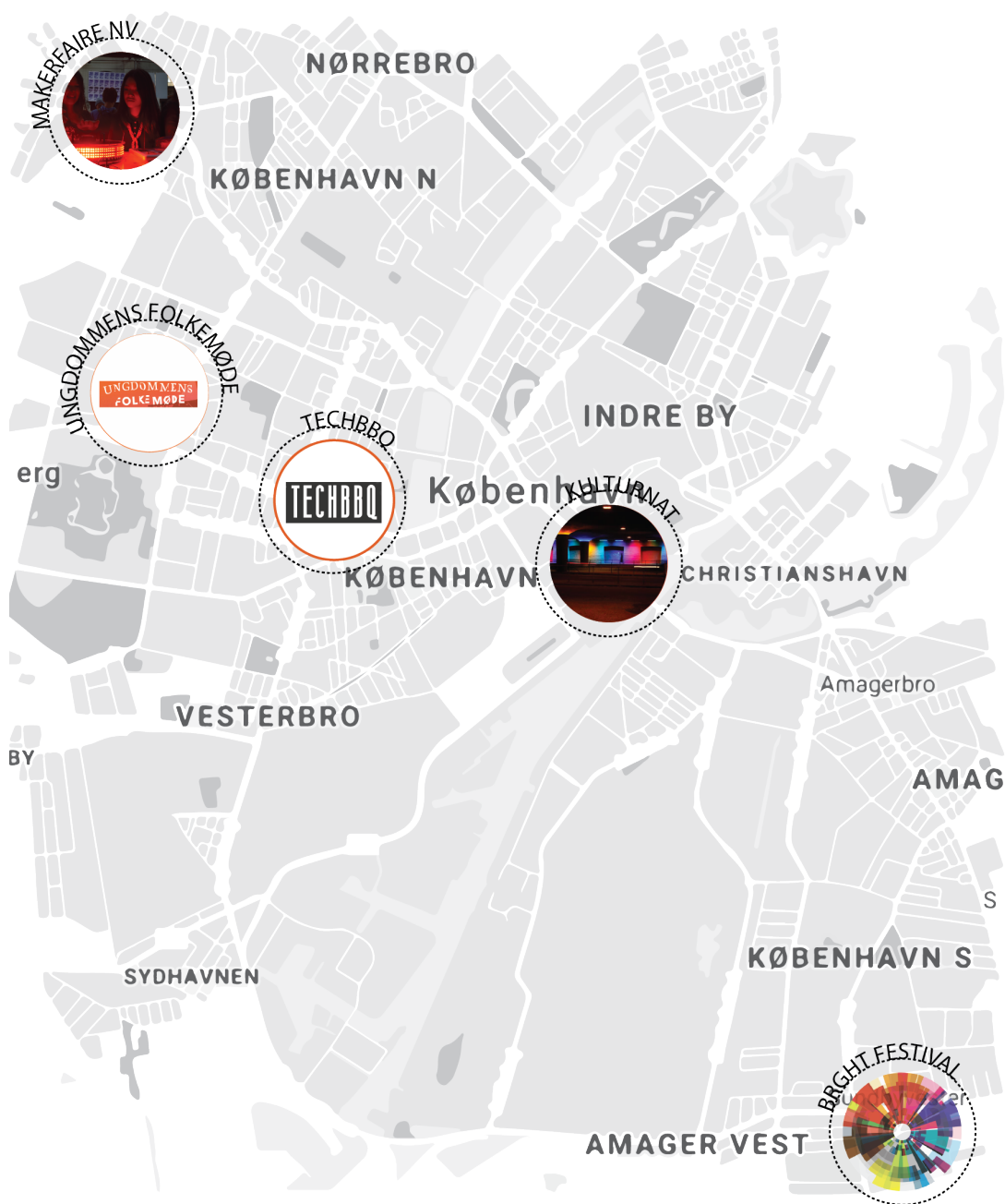
Festival-årshjul 2021



MAKERFAIRE NV. juni 2021

I partnerskab med biblioteket på Rentemestervej og projektteamet omkring det nye SpaceNV i Ungehuset Smedetoften vil Copenhagen Maker Festival kaste sig ind i et strategisk partnerskab omkring den første store afholdelse af Makerfaire NV i 2021 i og omkring det nyligt åbnede makerspace på Smedetoften i Nordvest. Her skal værkstedets målgruppe - områdets unge i alderen 13-18 år - samt fl

Festival-årshjul 2021



BRIGHT FESTIVAL. juli 2021

I partnerskab med Creative Business Cup udvikler Copenhagen Maker Festival et interaktivt program der præsenterer socialt iværksætteri, praktisk design-arbejde og prototyping for CBCs nysgerrige, internationale iværksættere med ambition

Festival-årshjul 2021 (fortsat)

UNGDOMMENS FOLKEMØDE. sep. 2021

På Ungdommens Folkemøde vil Copenhagen Maker Festival etablere et Makerspace med fokus på Unge og FNs grønne verdensmål. Her vil vi gennem praktiske og håndgribelige aktiviteter inddrage folkemødets unge i alt fra genanvendelse af plast og lokal produktion, til design af fremtidens cirkulære systemer og klæd

BUDGET

BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Tilskudsmodtagers navn: Maker
CVR: 36576871
Festivalens/eventets navn: Copenhagen Maker Festival

Projektperiode: 01.01.2021 – 31.12.2021

Indtægter.	Budget	Budget året før	Noter
Tilskud fra Københavns Kommune	350.000	175.000	Ansøgt
Øvrige tilskud,			
a) EU Kommissionen, H2020-projekter	80.000	12.500	Bevilget
b) EU Kommissionen, Creative Europe	135.000	50.000	Bevilget
c) Otto Bruuns Fond	50.000	0	Ansøges
d) Nordea Fonden	70.000	0	Ansøges
e) Spar Nord Fonden	30.000	0	Ansøges
f) Tuborgfondet	50.000	0	Ansøges
g) Realdania	100.000	0	Ansøges
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	0	0	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Medfinansiering, Ingeniørforeningen <i>Tilsagn 2020 mistet grundet Covid-19</i>	50.000	0	
b) Medfinansiering, Makerfaire NV <i>Tilsagn 2020 på 50.000 kr. Nedsat grundet Covid-19</i>	100.000	30.000	19
c) Medfinansiering, TechBBQ	0	0	
d) Medfinansiering, Creative Business Cup	0	0	
e) Salg af drikkevarer, mv.	3.000	0	
INDTÆGTER I ALT <i>Indtægt i 2020 væsentligt reduceret pga. Covid-19</i>	1.018.000	267.500	

Udgifter	Budget	Projektregnskab året før
Løn og honorarer	320.000	185.000
Konsulentudgifter	0	0
Materialeudgifter	60.000	12.000
Transportudgifter inkl. overnatning	50.000	1.500
Opholdsudgifter	0	0
Fortæring, herunder møder	20.000	4.000
Diverse repræsentation	0	0
PR og markedsføring	94.000	10.000
Rammeudgifter (renhold, leje af materiel, sagsbehandling mv.)	75.000	2.500
Scenografi og publikumshåndtering	20.000	0
Revisionshonorar	20.000	20.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Forsikringer	10.000	10.000
b) Lokaleleje	4.000	0
Udgifter til materialer, udstyr, mv. i programaktiviteter, herunder:		
a) Værksteder	140.000	15.000
b) Workshops	100.000	5.000
c) Showcases	80.000	2.500
d) Talks	25.000	0
UDGIFTER I ALT	1.018.000	267.500

RESULTAT	0	0
-----------------	----------	----------

BUDGET *fortsat*

Kommentarer/forbehold:

Kommentar ift. 2020

Som mange andre kulturaktører i København, har Copenhagen Maker Festival været ramt af Covid-19 restriktioner og deraf følgende aflysninger. Maker har forsøgt at afholde mindre begivenheder i løbet af året – heraf hvor den største var Makerfest2020 i Space NV's lokaler på Smedetoften, København NV.

Kommentar ift. 2021

Maker er partner på H2020-projekterne SISCODE, CIRcUIT, OPEN_NEXT, samt Creative Europe- projektet Distributed Design Market Platform (DDMP) og har leverancer inden for udbredelse og formidling, som vil blive tænkt ind i festivalaktiviteter, samt bidrager med medfinansiering af indhold samt ramme- og produktionsomkostninger.

Udover kontant medfinansiering fra partnerne, som ovenfor angivet, findes der for yderligere estimeret 180.000 kr. i medfinansiering i form af produkter og ydelser:

1. Ingeniørforeningen, IDA: 50.000 kr. ex moms (lokaler for 30.000, samt afholdelse af nødvendige rammeudgifter til materiel, forplejning, markedsføring, afviklere, mv.)
2. TechBBQ: 70.000 kr ex moms (containerleje og transport for 30.000, samt afholdelse af rammeudgifter + markedsføring, frivillige, mv.)
3. Makerfaire NV: 60.000 kr ex moms (lokaler for 30.000, samt projekttimer, udlån af maskinel, mv)

Alle beløb er ekskl. moms.





**COPENHAGEN
MAKER FESTIVAL** 

Til Kultur- og Fritidsudvalget

ANSØGNING OM VIDEREFØRELSE AF BEVILLING TIL COPENHAGEN PRIDE I 2021

Copenhagen Pride søger udvalget om videreførelse af foreningens tilskud på 1,25 mio. kr. pr. år i 2021.

Relevans for København

Copenhagen Pride er Københavns største festival og Danmarks største årligt tilbagevendende menneskerettighedsmarkering målt i antal deltagere. Det betyder, at vi involverer alle borgere i byen og når meget bredt ud. Vi understøtter således direkte Københavns bestræbelse på at være *en by, præget af vækst og livskvalitet, og hvor det skal være rart for alle københavnere at leve*. Vort mål om at arbejde for en verden, hvor enhver kan leve og elske frit og i tryghed er således i direkte overensstemmelse med byens egen målsætning.

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

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

Copenhagen Pride havde i august måned et reach på 1,2 millioner mennesker på vores Facebook side. Vi havde i 2019 1242 webbaserede omtaler/artikler, 449 publicerede artikler og 50 broadcasts. Deltagerantallet steg til 350.000 personer i Pride Week, og organisationen har været igennem en intern stor organisatorisk udvikling, der skal sikre den strategiske forankring i bestyrelsen med et passende antal undergrupper, der arbejder med forskellige fagområder (show, events, frivillige, sikkerhed, parade osv.). Udviklingen er sket som en del af foreningens ekspansion, der gælder for så vidt ud over det allerede nævnte, i antallet af frivillige, politisk engagement og niveauet for shows, debatter, events og synlighed under Copenhagen Pride Week i august samt i vores mulighed for at række ud til LGBTQIA+ miljøet som en samlende organisation. Ved midler fra Københavns Kommune, og ved organisationens egne midler, kan vi sikre sekretariatsbistand på 2 ½ årsværk, hvilket er i underkanten af tilsvarende organisationer, men betyder alverden for Copenhagen Pride.



For at sikre denne udvikling, der er pågået gennem de sidste 6 år, søger vi hermed Københavns Kommune om videreførelse af vores tilskud, der sikrer eksistensen af Danmarks største menneskerettigheds event.

Midlernes anvendelse

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

I foråret 2019 fik vi på baggrund af bevillingen samt via sponsormidler fra 2019 ansat en administrativ sekretariatsmedarbejder ansat på 32 timer ugentligt. Derudover prioriterede organisationen at ansætte en sekretariatschef på 35 timer pr. 1. november 2019. Foreningen kan ikke længere drives uden ansatte kræfter. Som landets største gratis event og med ca. 140 kunstnere på scenen, 100 debatter/events og 350.000 gæster i Pride Week, er det en realitet, at foreningens drift kræver sekretariatsbistand, hvis ansvar det er at koordinere Copenhagen Prides aktiviteter og assistere bestyrelsen, frivillige, de 12 fagsansvarlige, assistere med presse og kommunikation, den strategiske kommunikation om festivalen, samt arbejde med indsamling af dokumentation og udarbejdelse af medieanalyser mv. En fortsættelse af bevillingen er forudsætningen for, at medarbejderen kan fortsætte sin ansættelse udover det år, 2020-bevillingen har givet mulighed for.

Der er behov for strategisk arbejde med at udvikle festivalen, udbygge Københavns mangfoldighedsprofil og sikre målrettet presse og kommunikationsindsats, så både festivalen og byen kapitaliserer maksimalt på investeringen. Copenhagen Pride har på denne baggrund derfor valgt at ansætte en kommunikationschef pr. 1. marts 2020, der i indeværende år arbejder 4 dage ugentligt med Copenhagen Pride og 1 dag med Copenhagen 2021 – WorldPride og EuroGames. I 2021 bliver fordelingen den modsatte og i 2022 er det forhåbningen, at vedkommende kan arbejde fuldtids i Copenhagen Pride.

Vi håber på forståelse for vigtigheden af, at dette videreføres i 2021, så vi står bedst og stærkest rustede til WorldPride 2021, og ikke mindst tiden efter, hvor al læring, viden, netværk, know-how mm. skal samles op og bringes videre.

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

- Copenhagen Pride er udpeget til en af Københavns 5 signaturfestivaler.
- LGBT-liv er udpeget som en af Wonderful Copenhagen's 5 kernefortællinger om København.
- Copenhagen Pride engagerer 350.000 mennesker i byen i løbet af Copenhagen Pride Week og arrangerer desuden ca. 15 andre events i og omkring hovedstaden hvert år.
- Copenhagen Pride Week er dermed Københavns største festival og Danmarks største menneskerettighedsfestival med mere end 100 programsatte gratis-events – koncentreret om politisk engagement og menneskerettigheder.
- Siden 2013 er antallet af direkte aktivitetss dage, hvor der skabes aktiviteter med borgerinddragelse øget fra 9 til 53.

- Copenhagen Pride Week er Københavns største gratis event, for alle byens borgere, med 5 store udendørs koncerter på Rådhuspladsen i København med fri og lige adgang i forbindelse med Copenhagen Pride Week.
- Copenhagen Pride har pt. 2 ½ årsværk ansat til administration, understøtte frivillige og presse. Alt drives og skabes fortsat af frivillige kræfter - til byens bedste.
- Copenhagen Prides medieomtale i landsdækkende medier og webmedier har en værdi af godt 32 mio. kr. og når en potentiel læserskare på over 100 mio. læsere. Hertil kan lægges omtale i periodeudgivelser, regionale og internationale medier samt broadcasts (TV, radio mv.).
- Copenhagen Pride udgiver et nyt LGBTQIA+ magasin fra sommer 2020.

Aktiviteterne er mange og rækker langt udover Copenhagen Pride Week, og da alle vore andre indtægter i 2021 går til Copenhagen 2021, vil Copenhagen Pride være 100% afhængige af København Kommunes tilskud for at holde foreningen kørende gennem året og opretholde vores aktivitetsniveau.

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

- Tilskuddet til Copenhagen Pride for årene 2021 fastsættes til 1.250.000 kr. om året, som dels skal dække sekretariatsmedarbejderens fortsatte ansættelse, dels kontorhold (vi driver, for at holde udgifterne nede, et kontorfællesskab med Homotropolis og Happy Copenhagen), og dels imødegå de voldsomt stigende sikkerheds- og renholdsudgifter.
Desværre er arrangementer af vores type i stigende grad mål for mennesker, som ikke vil os det godt, hvorfor det generelle sikkerhedshensyn er skærpet med øgede udgifter til følge. Desuden er renholdsudgifterne til TMF steget fra 7500 kr. i 2009 til 131.000 kr. i 2018 og 150.000 kr. i 2019. Hertil fjernelse af bænke på Rådhuspladsen til 51.000 kr. og en strømudgift i 2019 på 25.000 kr.

Copenhagen Pride er fortsat frivilligt drevet, og fra maj 2019 har vi haft 2 deltidsmedarbejdere og fra 1. marts 2020 en deltidskommunikationschef til at forestå den daglige administrative drift af foreningen og vore aktiviteter, så frivillige kan koncentrere sig om det væsentlige. Udvidelsen af kommunikation betyder imidlertid, at vi har nået den absolutte grænse for vores formåen indenfor den økonomiske ramme, vi har, og at aktivitetsniveauet vil skulle beskæres, dersom bevillingen ikke fortsættes. Den øjeblikkelige coronasituation gør, at vi kommer ud med et væsentligt underskud i 2020, hvilket betyder, at det bliver overordentlig vigtigt, at vi modtager den kommunale tilskud for at komme godt videre. Som en direkte konsekvens ved manglende bevilling, vil en eller flere sekretariatsmedarbejdere skulle afskediges.

Kvalitet og originalitet

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

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

og best practice med andre på alle kontinenter og deltager i begrænset omfang i de toneangivende prides, især i Europa, samt alle prides i Danmark.

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

Vi har opbygget et nyt landsdækkende netværk for prides i Danmark. Netværkets formål er at idé- og erfaringsudveksle på tværs af landet, sikre synergi mellem de forskellige prides samt at opstarte flere prides i Danmark. Copenhagen Pride er tovholder på dette netværk.

Samarbejde

Copenhagen Pride arbejder, i årets løb og under vore festivaler, sammen med utallige andre LGBTI+ organisationer og andre festivaler. Lad os i flæng nævne:

- LGBT Danmark
- LGBT+ Ungdom
- Sabaah
- LGBT Asylum
- Transpolitisk Forum
- Intersex Danmark
- DARE
- Foreningen af Asexuelle i Danmark
- AIDS-fondet
- PanIdræt
- TransAktion
- Tegnbuen
- Aalborg, Kolding, Fanø, Viborg, Pride i Vest og Århus Prides, Malmö Pride m.fl.
- Blandt byens øvrige festivaler har vi bla. samarbejder med Cph Stage, Copenhagen Half Marathon, Color Run, Golden Days, Ungdommens Folkemøde, Distortion og Cph Dox.
- Vi samarbejder desuden med en lang række kulturinstitutioner fra Det Kgl. Teater, over Kunstforeningen Gammel Strand, Bøssehuset, Revymuseet, Bakkehusmuseet, Glyptoteket, Nationalmuseet, Arbejdermuseet, Warehouse9 og mange flere.

Vi er i en konstant bestræbelse på at opdyrke nye samarbejdsrelationer og sender to gange årligt henvendelser ud til hundredvis af kulturproducenter med opfordring til at bidrage til vores programmer eller samarbejde med os.

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

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

Eksperimenterende indhold og form.

Vi har konstant fokus på, hvordan vi skaber sikrere rum for flere at deltage i. Der arbejdes med nye inklusionspolitikker, antifobipolitikker og der skabes nye former for dialogfora. Særligt i vores menneskerettighedsprogram har der været opmærksomhed på at få grupper, som ellers er underrepræsenterede stemmer, til at træde tydeligere frem og få mere taletid. Vi arbejder også bevidst med kvotering af kunstnere, talere og repræsentation i udvalg og styrende organer, så vi sikrer at flest muligt forskellige baggrunde og erfaringer er involverede i at tage beslutninger og skabe vore aktiviteter, samt tegne foreningen og kreere vores indhold. I de sidste halvandet år har krops- og sexpositivisme været et særligt spor i vores programmer for at forbedre LGBTI+ personers selvværdsfølelse og for at kompensere for det fravær af seksualundervisning af ordentlig kvalitet, LGBTI+ personer oplever.

Aktivering

Copenhagen Pride arbejder, som ovenfor beskrevet, i årets løb og under vore festivaler sammen med utallige andre LGBTI+ organisationer og andre foreninger: LGBT Danmark, LGBT+ Ungdom, Sabaah, LGBT Asylum, Transpolitisk Forum, Intersex Danmark, DARE, Foreningen af Asexuelle i Danmark, AIDS-fondet, PanIdræt, Transaktion, Tegnbuen, Aalborg, Kolding, Fanø, Viborg, Pride i Vest og Århus Prides, Malmö Pride m.fl. Vi har desuden etableret samarbejder med Hverdagsaktivisterne, LGBT Handi, Foreningen af Polyamourøse, flere politiske ungdomsorganisationer, fagforbund, samt Amnesty International og Institut for Menneskerettigheder m.fl. Over 100 grupper og organisationer gik derudover med i Copenhagen Pride Parade 2019. Vi har desuden en stærk tiltrækning af københavnske borgere til vores arrangementer, som på tværs af byen involverede mere end 350.000 borgere i 2019.

Endvidere trykkes vores program i betydeligt antal og gennem vores mediasamarbejde med Berlingske, som optrykker programmet i et særligt tillæg, rækker vi ud til hele Danmarks befolkning med en invitation om at deltage og bakke op. Til sommeren 2020 lancerer vi vores nye LGBTQIA+ magasin, som vil udkomme i et betydeligt større oplag end tidligere.

Mangfoldighed

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

I år udvides Pride Square på Rådhuspladsen, hvor vi tager den fulde plads i brug. Scenen bliver anderledes og i et samarbejde med Tegnbuen er vi ved at få tolket alle events/arrangementer under Pride Week for at sikre inklusion og mangfoldighed også på denne front.

Tidsmæssig og geografisk spredning

Copenhagen Pride har aktiviteter året rundt, Hver måned er der en Pride Talk, i februar ligger Winter Pride Week, og så kører det ellers arrangement efter arrangement året igennem frem til jul, hvor vi arrangerer gratis julearrangement for mennesker, som ellers ville skulle tilbringe julen alene. LGBTI+ personer, viser undersøgelser som f.eks. SEXUS, er særligt ramt af følelsen af ensomhed og isolation, og under højtider forstærkes denne følelse. Derfor samler vi ind og finder støtte, så vi i 2019 kunne invitere 60 personer til julearrangement i foreningens lokaler den 24. december. Alt arrangeret af frivillige aktivister.

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

Udvikling og fornyelse

Vi eksperimenterer konstant med nye elementer såvel i festivalen, som i vore øvrige aktiviteter. I 2020 har festivalen fortsat fokus på at afprøve formater, som skal fungere i 2021; anderledes plan for Pride Square, ændret og udvidet paraderute, fokus på bæredygtighed og involvering af internationale aktivister. Desuden sker der en stadig udvikling af vores menneskerettighedsprogram, som nu omfatter 7 venues i Copenhagen Pride Week. Her har fornyelsen særligt været et fokus på intersektionelle perspektiver og kropspositivisme. Winter Pride Week 2020 har fundet sit nye koncept i samarbejde med Huset-KBH, som har været vores største og mest succesfulde Winter Pride indtil nu, og vi arbejder desuden på at udvikle formatet "Pride Talks" samt LGBTQIA+ Friday Network (et netværk for organisationsfolk med tilknytning til LGBTQIA+ dagsordenen). Copenhagen Pride har på 5 år fordoblet vores økonomi mere end to en halv gang samtidig med at deltagerantallet er næsten 5-doblet.

Bæredygtighed

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

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

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

Den økonomiske bæredygtighed arbejder vi med gennem vores konstante bestræbelse på at sikre lige og ens deltagelsesmuligheder for alle borgere ved at sikre, at alle Copenhagen Prides aktiviteter er gratis og åbne for alle. Vi arbejder gennem vores sponsorprogram med at sikre, at vi, efter en "Robin Hood model", får fra de "rige" (kommercielle sponsorer) og giver tilbage til de mindre rige – vi afsætter således 5% af vores egenkapital til 'Solidaritetsmidler'. Vores politik er, at vi kun arbejder sammen med virksomheder, som har en dansk overenskomst og overholder et sæt af etiske retningslinjer. Vi udbetaler desuden som minimum overenskomstmæssigt honorar til alle optrædende.

Den miljømæssige bæredygtighed er noget, vi tager yderst alvorligt, og som står højt på vores agenda. Copenhagen Pride vælger samarbejdspartnere og produktleverandører, som tager del i festivalen og den daglige drift, efter en grundig vurdering af deres indstilling til og engagement i at begrænse miljøaftrykket af vore aktiviteter.

Copenhagen Pride arbejder fokuseret på anvendelse af bæredygtig emballage og produkter i genbrugsmaterialer, og hvor muligt sikrer vi genbrug og upcycling af eksisterende materialer benyttet under vores arrangementer. Vi har gennem halvandet år arbejdet med Bæredygtig Bundlinje på at finde en løsning, som kan fjerne eller minimere forbruget af plastikkrus i festivalen, og vi har bandlyst sugerør, unødige plastemballage og opfordrer til at man benytter bionedbrydelig glimmer. I år vil vi implementere de nye tiltag på emballageområdet i tæt samarbejde med Københavns Kommune, brancheforeningen og vores øl leverandør Carlsberg

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

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

https://www.paradetilmelding.dk/dl/Krav_til_Køretøjer_-_Vehicle_Requirements.pdf

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

Afrunding

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

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

Med venlig hilsen



Lars Henriksen
Forperson



Michael Bager
Sekretariatschef



UDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

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

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

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: Copenhagen Pride
CVR/CPR: 26121000
Projektets navn: Copenhagen Pride 2021

Projektperiode: <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 (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	1.250.000		
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) Projektstøtte (arrangementspuljen)	100.000		
b) Sponsorater, varesalg mv.	50.000		
c)			
Honorarer			
Billetindtægter - Copenhagen Pride Week er en gratis festival for alle deltagere			
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Privat støtte	10.000		
b)			
c)			
INDTÆGTER I ALS	1.410.000		

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 Kunstnerhonorar inc. Forplejning, transport mm.	971.000	
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter	30.000	

Transportudgifter (oprydning og transport)	10.000	
Opholdsudgifter	40.000	
Fortæring, herunder møder	5.000	
Diverse repræsentation	5.000	
PR og markedsføring (Trykning, grafisk arbejde og strøgbannere)	50.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	10.000	
Revisionshonorar	25.000	
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Køb af varer til videresalg	40.000	
b) Teltleje, hegn, toiletter		
c) Sceneleje, opsætning og stagecrew		
d) Sikkerhed		
e) Dankortterminaler		
f) Synsgebyr		
g) KODA afgift	70.000	
h) frivilligudgifter	80.000	
i) Storskærm		
j) scenografi mv.		
k) pladsudgifter		
UDGIFTER I ALT	1.365.000	

RESULTAT	74.000	
-----------------	---------------	--

Kommentarer/forbehold:

Aktiviteterne er mange og rækker langt udover Copenhagen Pride Week, og da alle vore andre indtægter i 2021 går til Copenhagen 2021, vil Copenhagen Pride være 100% afhængige af København Kommunes tilskud, for at holde foreningen kørende genen året og opretholde vores aktivitetsniveau jf. ansøgning.

Budget for 2019 er tidligere udfyldt uden for dette skema.

**Kultur og Fritidsforvaltningen Rådhuset
Rådhuspladsen 1
1599 København V**

Ansøgning om støtte til udvikling af ENGAGE i 2021-2024

Veteranfonden ansøger hermed høfligst om støtte til afvikling af Festivalen ENGAGE i København i 2021 og i de følgende tre år. Der ansøges om DKK 750.000 årligt til støtte i forbindelse med afvikling – og særligt: videreudvikling - af ENGAGE i København.

Københavns Kommune har i perioden 2017 – 2019 stillet en underskudsgaranti på kr. 1 mio. årligt til rådighed. Opnås der tilsagn om støtte på kr. 750.000 vil det ikke være nødvendigt med en sådan garanti.

Baggrund

Veteranfonden har siden 2017 afholdt ENGAGE Festival på Refshaleøen i København.

I 2020 tegnede det indtil marts 2020 til at blive den mest succesfulde festival til dato med forventeligt 8.000-9.000 deltagere. Året før deltog 6.500, hvormed der var en betragtelig vækst i sigte og alt tydede på, at en ny social og økonomisk bæredygtig event i København var skabt, men så kom COVID19.

Som så mange andre var Veteranfonden nødsaget til at aflyse eventen på Refshaleøen. I forbindelse med aflysningen af eventen på Refshaleøen, besluttede bestyrelsen for Veteranfonden at afvente situationens udvikling og i mellemtiden arbejde videre med en alternativ plan for afvikling af ENGAGE festivaler i én eller anden afskygning med overholdelse af myndighedernes anvisninger.

Med støtte fra Forsvarsministeriet. Forsvarskommandoen, Københavns Kommune samt private lykkedes det således at afvikle i alt fem COVID19-tilpassede events for tiden ultimo juli til primo september 2020 på det historiske sted Kastellet midt i København med i alt ca. 2.500 deltagere. Der var tale om en meget stor succes både hos publikum og hos artisterne. Herudover gav det Veteranfonden – som én af de få festivalarrangører i Danmark - en unik viden om, hvordan man afvikler events i en vanskelig tid.

Det er disse erfaringer, som Veteranfonden nu ønsker at anvende til at skabe og udvikle fremtidens ENGAGE på Kastellet i København.

Perspektiv

Kastellet er et unikt sted, som de fleste danskere, og særligt københavnere, kender og som værdsættes både af borgerne i og udenfor byen og af turister. For veteraner har Kastellet også en helt særlig betydning. Det er nemlig på Kastellet, at mange veteraner mødes og mindes vores faldne. Dermed udgør Kastellet ikke blot en fantastisk ramme for en kulturbegivenhed, men understøtter også Veteranfondens vision om at danne bro mellem veteraner og resten af befolkningen.

Som fredet område er der naturligvis en række udfordringer ved at anvende stedet, men de opvejes af den unikke stemning og den ditto ramme, som Kastelet tilbyder. Det er vurderingen, at Kastelet kan rumme 15.000 daglige deltagere til en kulturevent. Dermed kan der skabes en begivenhed af en anseelig størrelse lige midt i København på et sted, hvis lige ikke findes mange steder i Verden, og som vil være til glæde for københavnernes – og så sigt formentligt kunne tiltrække turister fra ind- og udland. Herudover vil et sådant event ikke mindst understøtte hele formålet med ENGAGE nemlig at *anerkende* veteraner for deres indsats rundt om i Verden, *samle* veteraner, pårørende og andre i et unikt *fællesskab* og på en god og vedkommende måde *oplyse* om, hvad det vil sige at være veteran, være udsendt og at komme hjem igen.

Veteranfonden ønsker således:

- Allerede i 2021 at skabe unikke events på Kastelet i København med minimum 7.000 deltagere (afhængigt af hvor mange mennesker, der må samles). Det vil ske ved, at der afvikles 10-15 events på Kastelet i perioden ultimo maj til ultimo august 2021.
- Når forsamlingsforbuddet hæves at arbejde for en event på Kastelet med op imod 15.000 deltagere, gerne over flere dage.

Rejsen dertil..

Veteranfonden ønsker at forsætte udviklingen af ENGAGE på en sund og ansvarlig måde. Det skal ske ved en organisk udvikling, hvor næste skridt defineres af den konkrete erfaring, der opnået fra hidtidige events. Det er det, der gennem de seneste 5 år har været opskriften på, at ENGAGE ikke blot har overlevet, men har formået at udvikle sig.

Den nuværende situation stiller særlige krav til agtpågivenhed og evnen til at tilpasse sig nye og hastigt ændrede forudsætninger. For at ruste sig til dette vil Veteranfonden arbejde ud fra følgende principper om ansvarlighed:

- Ansvarlighed
 - I forhold til **COVID19** betyder det, at alle retningslinjer efterleves og lidt mere. Det betyder bl.a. at alle krav fortolkes restriktivt. Som eksempel herpå kan nævnes, at der i forbindelse med afviklingen af koncerterne fra juli – september 2020 var uklarhed om, hvorvidt alle frivillige skulle medregnes i de samlede lovlige kapacitet på 500 deltagere. Veteranfonden valgte at medregne alle frivillige i kapacitetsberegningerne – også selvom det kostede i manglende solgte billetter.
 - I forhold til **miljø** betyder det, at der tages hensyn til klima ved at undgå brugen af plastik. Således blev samtlige øl og sodavand i 2020 ikke serveret i plastikkrus, men i dåser og flasker med pant. Alle udleverede tæpper er efterfølgende blevet doneret væk. Alt mad er alene blevet **produceret** efter forudgående bestilling, hvorved spild er blevet minimeret. I forhold til støj blev der løbende foretaget støjmålinger for at mindske eventuelle gener hos naboer og beboere på og omkring Kastelet
 - I forhold til **økonomi** betyder det, at der budgetteres forsigtigt, og at eventuelle risici forsøges mindskes mest muligt. Konkret betyder det bl.a., at der i 2021 ikke forventes at kunne deltage mere end 500 pr. koncert, da dette på nuværende tidspunkt (september 2020) er de gældende regler. Der indhentes derudover i videst muligt omfang altid minimum 2 tilbud på alle leverancer.

Økonomi –udgifter

De samlede udgifter til afvikling af events'ene i 2021 forventes at andrage ca. DKK 3,4 mio. stigende til DKK 5,9 mio. i 2024.

VETERANFONDEN

Væksten i udgifter skyldes primært ønske om større investering i musikprogram, hvilket igen ventes at have en positiv effekt på deltagerantal og dermed indtjening/omsætning.

	2021	2022	2023	2024
Booking/musik	1.170.000	1.755.000	2.018.250	2.825.550
Projektledeelse ekstern	287.500	316.250	316.250	300.438
Sekretariat/løn	400.000	500.000	600.000	660.000
Frivillige	229.250	343.875	412.650	433.283
Scene, lys og lyd	390.000	429.000	471.900	495.495
Opbygning/nedtagning af plads	392.475	431.723	453.309	462.375
Ansvarsforsikring og arbejdesgiverforsikring	9.000	13.500	16.200	19.440
Revision	45.000	45.000	45.000	4.5000
Koda	114.114	147.847	174.694	216.288
Marketing	250.000	275.000	302.500	332.750
Diverse	100.000	110.000	121.000	133.100
I alt	3.387.339	4.326.694	4.931.752	5.883.217

Økonomi – resultat

ENGAGE har siden 2019 generet et lille overskud. Det forventes, at Veteranfonden via Statens hjælpepakker vil opnå kompensation for afholdte udgifter til ENGAGE 2020. Dette er ikke medregnet i opgørelsen nedenfor.

	2018	2019	2020
Antal deltagere	3.900	6.530	2.200
Udgifter	2.858.257	3.423.681	1.617.793
Sponsorer og Fonde	808.870	1.376.000	350.000
Entreindtægter	588.000	1.008.243	1.055.250
Netto indtægter F&B	391.800	816.250	281.250
Indtægter	1.787.870	3.553.080	1.686.500
Resultat	(1.194.252)	129.399	68.707

*Resultatet af ENGAGE 2020 er endnu ikke revideret, hvorfor der er tale om et estimat.

Der budgetteres de kommende år med et forventet overskud år for år. Vurderingen er dog, at det de kommende år grundet COVID19 vil være vanskeligere at få støtte via sponsorater, ligesom der vil

VETERANFONDEN

være øgede omkostninger. Det er derfor afgørende at få økonomisk støtte fra Københavns Kommune de kommende år.

Støtten fra Københavns Kommune vil blive anvendt til booking af artister og de 750.000 kr. vil være nødvendige for at der kan bookes artister af et tilstrækkeligt højt niveau der vil kunne tiltrække publikum og udvikle ENGAGE til at blive en stærk og gerne nationalt/internationalt kendt kulturbegivenhed som vil tiltrække ikke blot veteraner og Københavnerne men også meget gerne kulturinteresserede turister.

	2021	2022	2023	2024
Billetter solgte	5.600	7.000	8.400	10.000
Billetter veteraner (fri)	700	1.750	2.000	3.000
Inviterede	280	500	500	500
Band, Crew og frivillige	420	525	650	800
Antal deltagere	7.000	9.775	11.550	14.300
Udgifter	3.387.339	4.326.694	4.931.752	5.883.217
Udgift pr deltager	484	443	427	411
Indtægter				
Sponsorer og Fonde	900.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000
Entreindtægter	2.066.400	2.688.125	3.176.250	3.932.500
Netto indtægter F&B	665.000	1.026.375	1.212.750	1.501.500
Indtægter	3.631.400	4.714.500	5.639.000	6.934.000
Resultat	244.061	387.806	707.248	1.050.783

Samarbejdspartnerne og forankring

Veteranfonden samarbejder med en række veteranorganisationer, som f.eks. Danmarks Veteraner, Veteranstøtten, Kvindelige Veteraner, Foreningen Danske Veteranhjem, Veteran Projekt Grønland, Thin Blue Line og Veterancenter Ringsted. Herudover er der tæt samarbejde med Forsvaret, Beredskabsstyrelsen, Hjemmeværnet, samt NGO'er som Dansk Røde Kors og UNICEF. Dermed er ENGAGE med til at skabe samlingskraft blandt både store og små organisationer, som gennem samarbejdet i forbindelse med ENGAGE får skabt værdifulde relationer. Under selve eventen får de alle en platform til at fortælle om netop deres arbejde og formål.

Veteranfonden har god dialog med Københavns Kommunes Beskæftigelses- og Integrationsborgmester og det er håbet at projektet på sigt kan skabe flere arbejdspladser, meget gerne til udsatte veteraner som kan have vanskeligt ved at finde tilbage på arbejdsmarkedet.

Om ENGAGE og Veteranfonden

VETERANFONDEN

Foreningen Veteranfonden blev stiftet i 2016 og arbejder med følgende formål:

- **Anerkendelse** – At vise at veteranens indsats påskønnes. Anerkendelse har flere formål. Det moralske/etiske i at vi som samfund viser, at vi støtter og anerkender. Anerkendelse virker helende og forebyggende på psykiske sygdomme som f.eks. PTSD.
- **Oplysende** – Begivenhederne skal anvendes til at fortælle om "Veteransagen". Herunder at der er nogle, der desværre har fået fysiske og psykiske mén, men også at veteraner ikke er "ofre", men en ressource i det danske samfund.
- **Fællesskab/sammenhold** – For at afvikle koncerterne vil mere end 500 frivillige blive involveret. Det er tanken, at frivilligruppen fremover primært skal udgøres af veteraner og pårørende. Vi arbejder pt. på at prioritere den gruppe af veteraner, som grundet en fysisk eller psykisk lidelse ikke p.t. kan påtage sig et fuldtidsjob. Det vil give livsindhold, og i bedste fald kunne hjælpe veteranen tilbage på arbejdsmarkedet. Udover de frivillige vil der på koncertpladsen være "meeting-point", hvor veteranen har mulighed for at møde kammerater.
- **Indsamlingsaktivitet** – Det forventes, at koncerterne vil generere overskud. Overskuddet skal uddeles til de mange frivillige initiativer, der arbejder på at skabe bedre vilkår for danske veteraner.

Undertegnede og den resterende del af bestyrelsen i Veteranfonden, står naturligvis til disposition, måtte yderligere oplysninger være påkrævet med henblik på behandling af nærværende ansøgning.

Med venlig hilsen

Veteranfonden



Jeppe Michael Jensen
Formand

Bilag 1 – Københavns Kommune Budgetskabelon

Tilskudsmodtagers navn: Veteranfonden
CVR: 39727773
Festivalens/eventets navn: ENGAGE 2021 - 2024

Projektperiode:

Der ansøges om årligt DKK 750.000 til afvikling og videreudvikling af ENGAGE Festival. ENGAGE Festival har siden 2017 været afholdt på Refshaleøen. Eventen ønskes flyttet til Kastellet som kan danne rammerne om en unik begivenhed som på sigt vil kunne huse op til 15.000 daglige deltagere til en flerdags festival.

VETERANFONDEN

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	750.000	150.000	ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)			
a)Sampension	150.000	150.000	ansøgt
b)Veterancenteret	100.000	50.000	ansøgt
c)			
Honorarer	0		
Billetindtægter	2.066.400	1.055.250	
Øvrige indtægter, specificeret			
a)Salg af mad og drikke	665.000	281.250	
b)			
c)			
INDTÆGTER I ALT	3.631.400	1.686.500	

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	350.000	100.000
Konsulentudgifter	287.500	175.000
Materialeudgifter	0	9000
Fortæring, herunder møder	0	18.000
Diverse repræsentation	0	0
PR og markedsføring	250.000	49.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	0	0
Revisionshonorar	45000	0
Øvrige udgifter, specificeret		
a)Artister	1.170.000	640.000
b) Montering/afmontering/opsætning	392.475	147.375
c) Scene Lyd og Lys	390.000	206.250
d) Security	50.000	50.625
e)Frivillige	229.250	45.000
f)Forsikring	9.000	0
g)KODA	114.114	0
f) Diverse	100.000	50.000
UDGIFTER I ALT	3.631.400	1.617.793

RESULTAT	244.061	68.707
-----------------	----------------	---------------

Kommentarer/forbehold:

COVID19 gør det vanskeligt at estimere særligt forventede indtægter. Udgiftsniveauet baserer sig på erfaringer fra tidligere år. Resultat for 2020 kendes endnu ikke, men det vurderes at der bliver tale om et mindre underskud.

ANSØGNING TIL FESTIVALPULJEN, KØBENHAVNS KOMMUNE

copenhagen climate days 2021

Foreningen Holdbart er sat i verden for at sætte fart på den grønne omstilling og gøre hele Danmark, med Hovedstaden som centrum, til verdens mest ambitiøse klima-destination. Vi tror nemlig på, at vi er det lille land, som kan gøre en verden til forskel.

Det er en stor ambition, men vi mener, at den er nødvendig og vigtig. For at vi skal nå "i mål", er vi overbeviste om, at vi skal arbejde sammen på tværs af hele samfundet. Hertil at vi med København har verdens mest oplagte "grønne laboratorium", hvor vi sammen med byens borgere kan skabe fornyet dialog om grøn livsstil, de nødvendige adfærdssændringer og sammen forholde os til innovative design-idéer for fremtidens bæredygtige samfund.

Med vores hovedstad og dens borgere har vi platformen for at skabe fremtidens klimaløsninger og den inspirationskilde, som resten af verden har brug for - og det forpligter!

Lad os starte med tre dage årligt, hvor vi sammen retter fokus mod vores tids største udfordring.

Holdbart ansøger herved om kr. 850.000,00 til planlægning, implementering og afvikling af Københavns første, årligt tilbagevendende klimamøde, **Copenhagen Climate Days**.

INDHOLD

Om Holdbart
Prioriteter
Copenhagen Climate Days
Aktører
Partnerskaber
CCD 2021
Resultater
Budget

KONTAKTOPLYSNINGER

Foreningen Holdbart
CVR : 40798722
Foreningen er momsregistreret

Adresse
Raffinaderivej 10
2300 København S

www.holdbart.nu

Kontakt: Anders Bruhn
Email: ab@holdbart.nu
Tlf: 9119 3532

For at bevare vores klode som et trygt hjem for fremtidige generationer, er der **behov for en omfattende og hurtig omstilling** - en gennemgribende strukturel forandring af vores samfund, adfærd og livsform.

Skal vi sikre en holdbar fremtid, kræver det en ny samfundsmodel båret af bæredygtige principper, grønne teknologiske løsninger samt en forståelse **på tværs af natur-, samfunds- og humanvidenskaberne**. Vi skal tænke i helt nye mønstre og arbejde sammen på tværs af hele samfundet.

Med den ambitiøse klimalov og målet om 70%-reduktion af CO₂-udledning har vi i Danmark sat niveauet højt for nationale politiske forpligtelser. Skal vi levere på den målsætningen i 2030, ligger der meget arbejde foran os alle. Og vi har travlt.

Verden har brug for en rollemodel og et foregangsland, der viser, at det er muligt at omstille sig. Hurtigt. Potentialet i en grøn transition er enormt, både økonomisk set og som samfund. Vi skal bruge denne mulighed til at **skabe en mere holdbar og attraktiv livsform**.

Danmark har ressourcerne og kompetencerne til at påtage sig den rolle. Vi har evnerne til at omstille os hurtigt. Vi skal være den inspirationskilde og dynamo i den internationale klimaindsats, verden har brug for. Og det forpligter.

Lad os vise vores omverden, at vi kan gennemføre en ambitiøs grøn omstilling og samtidig bevare det høje velfærdsniveau, som landet er kendt for.

Det er en stor udfordring, men **en endnu større mulighed**.

OM HOLDBART

Holdbart er et kollektivt projekt drevet af motivationen for at skabe positive forandringer for klimaet ved at samle mennesker i en fælles indsats, der bidrager til at realisere vores ambitioner som land.

Vi skaber rum for udvikling af løsninger, deling af viden og præsentation af initiativer. Vi inspirerer til nye konstellationer og partnerskaber på tværs af generationer, industrier og sektorer. Vi formidler viden og koordinerer indsatser.

Ved at mobilisere dem der kan, vil og tør, skaber vi et holdbart aftryk og en samlet national stemme, der kan høres internationalt, og som manifesterer Danmark som rollemodel for den grønne omstilling.

PRIORITETER

For at få sat skub i den grønne omstilling er der to fundamentale udfordringer, som vi er nødt til at tage hånd om.

MANGLENDE KOLLEKTIV FORSTÅELSE

Der mangler en klar kollektiv forståelse i samfundet om klimaudfordringernes omfang, tidsperspektiv og konkrete løsninger.

COVID-19 har vist os, at vi som borgere er omstillingsparate, og at vi som samfund kan arbejde sammen mod det fælles bedste, når først der er en klar kollektiv forståelse af "problemets omfang" og de nødvendige løsningstiltag.

Forskningen viser os, at mennesker prioriterer adfærd, der giver hurtig feedback og konkrete resultater. Dette er en klar udfordring for klimaet og omstillingen. Klimaforandringerne er en langt mere kompleks problematik end en pandemi og for mange en uoverskuelig størrelse. Tidsperspektivet, hvornår forandringerne træder ind, er ligeledes langt sværere at forholde sig til, og resultaterne af eventuelle indsatser opleves ikke med det samme. Ja, måske ikke engang i ens egen levetid.

MANGLENDE TVÆRFAGLIG DIALOG OG SAMARBEJDSKONSTELLATIONER

Der mangler dialog og samarbejdskonstellationer på tværs af samfundet, som skaber den kollektive forståelse og fører til løsninger.

Klimaudfordringerne knytter sig ikke til én industri eller ét område af samfundet. Det er tværgående problemstillinger. Løsningerne skal derfor ligeledes findes på tværs af samfundet gennem nyskabende samarbejder.

Der er behov for at nedbryde siloer og mødes på tværs af generationer, industrier og sektorer for at sikre fælles forståelse, afsøge nye muligheder og skabe de nødvendige og banebrydende løsninger sammen.

HOLDBART VIL FACILITERE KONKRETE OG HÅNDGRIBELIGE LØSNINGSTILTAG

For at kunne accelerere omstillingen er der brug for, at vi løser disse udfordringer. Vi skal derfor skabe et fælles narrativ, en konstruktiv dialog og sikre en dybere fælles forståelse. Dette er klare forudsætninger for at sikre handling på tværs af samfundet.

MÅLBARE RESULTATER

Effektdata bedre end big data.

På baggrund af en række analyser udarbejdet af Backscatter (<https://www.backscatter.dk>) og Holdbarts møder med branchefolk tegner der sig et klart billede; i vores faglige og industrielle "siloer" og på tværs af generationerne har vi ikke samme opfattelse af begreberne og deres betydning når vi diskuterer klima og miljø. Der hersker heller ikke konsensus om problemernes omfang og tilgang til løsningerne.

I skrivende stund og frem til CCDs afvikling indsamler vi løbende data om borgernes og mediernes brug og forståelse af ordene "Klimaholdning, -handling, -ambition og udvikling".

Backscatter er i øjeblikket i gang med at analysere, hvordan klimaet omtales og beskrives på de sociale medier. Denne analyse skal give os indsigt i, hvordan vi sikrer at ekspertviden kan oversættes og udbredes, så vi kan engagere en mangfoldig gruppe af byens borgere.

22-24 apr / by holdbart.



“København skal fortsat være en attraktiv by, men den skal også kunne udfordre status quo og ændre sig, så fremtidens udfordringer kan imødeses”.

Accelerering af den grønne omstilling kræver, at vi nedbryder siloer og mødes på tværs af generationer, industrier og sektorer for at sikre fælles forståelse, afsøge nye muligheder og skabe de nødvendige og banebrydende, tværgående løsninger sammen.

Intet kan erstatte det fysiske møde i denne proces. Derfor samler vi klimaaktører på tværs af hele samfundet og retter fokus på håndgribelige tiltag, der vil mindske vores klimabelastning markant.

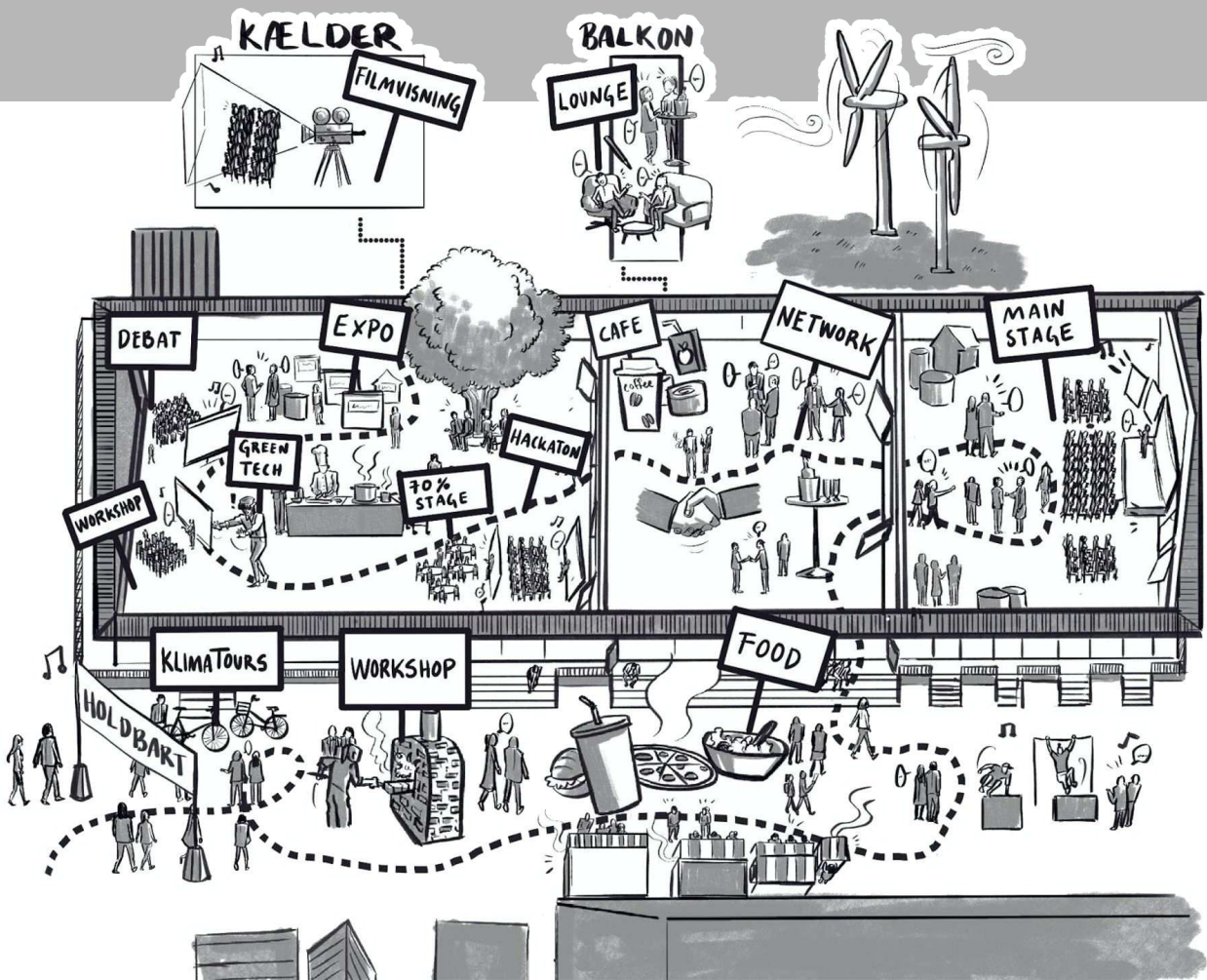
Det gør vi årligt med Copenhagen Climate Days (CCD).

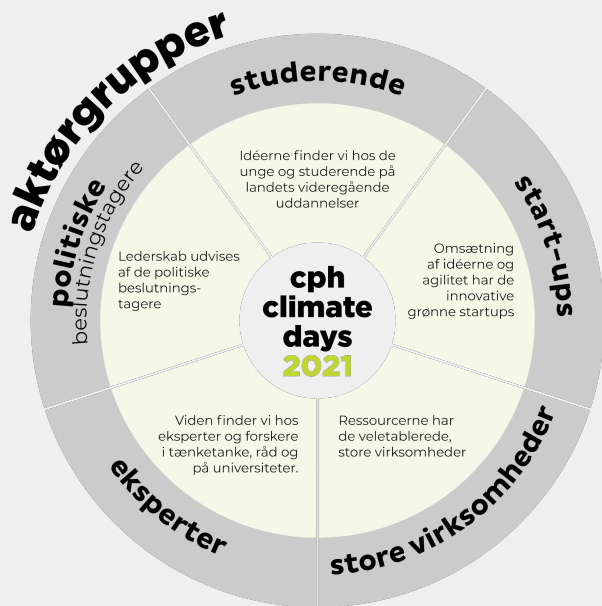
Med CCD skaber vi en fælles platform, hvor nye, innovative partnerskaber og konkrete klimaatiltag kan opstå.

CCD henvender sig til en bred vifte af samfundets aktører. Hver især er de vigtige bidragsydere, og ved at forene dem vil vi skabe konstruktiv dialog og nye samarbejdsformer, der tilsammen kan sætte mere fart på den grønne omstilling og skabe konkrete tiltag.

Sammen gør vi ord til handling og driver landet frem mod en realisering af vores fælles ambitioner om omstilling og manifesterer dermed Danmarks position som international rollemodel.

Med udgangspunkt i fakta og dialog med eksperterne i vores advisory board, udvælger vi årlige fokusområder, som vi stiller skarpt på til årets CCD.





AKTØRER

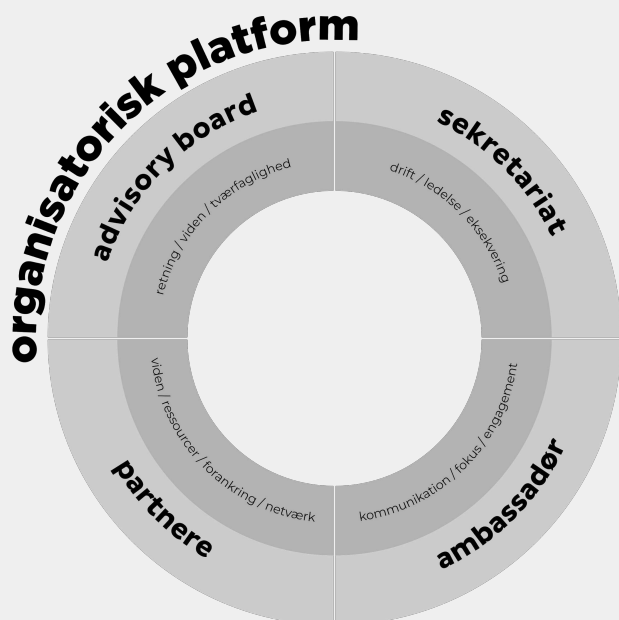
At accelerere den grønne omstilling kræver idéer, formidling, agilitet, ressourcer, viden og lederskab.

CCD henvender sig til en bred vifte af samfundets aktører. Hver især er de vigtige bidragsydere, og ved at forene dem vil vi skabe konstruktiv dialog og nye samarbejdsformer, der tilsammen kan sætte mere fart på den grønne omstilling.

Processen kræver idéer, formidling, agilitet, ressourcer, viden og lederskab. På CCD tænkes disse elementer sammen i ét fælles mødested, hvor nye partnerskaber kan opstå.

Hos DISIE oplever vi et fragmenteret økosystem for bæredygtigt iværksætteri i Danmark, hvor tiltag enten ikke hænger sammen eller ikke er synlige nok. For at Danmark kan sætte sig i førertrøjen som innovativt og bæredygtigt foregangsland er det afgørende at vi samarbejder på tværs af landsdele og sektorer. Med CCD ser jeg en mulighed for at få samlet og skabt et netværk, på tværs. Det er vigtigt, at CCD fokuserer på action så vi sikrer at det bliver til mere end gode tanker. Der skal handling bag – nu.

— Anne Katrine Heje Larsen, CEO & Founder DISIE



ORGANISATION

Holdbarts organisatoriske platform står på fire ben, som sammen sikrer, at vi kan nå vores ambition om, at accelerere den grønne omstilling og bidrage til at Danmark kan manifestere sin position som international rollemodel.

Sekretariat

Sekretariatet er maskineriet, som sikrer at Holdbart driver aktiviteter, der understøtter vores ambition. Sekretariatet består af en gruppe ildsjæle, som mestrer projektledelse, eventfacilitering, kommunikation og partnerskabsudvikling.

Advisory Board

Boardet er sammensat af et bredt udsnit af toneangivende klimaaktører, fagfolk og mentorer. Medlemmerne bidrager med viden og netværk, og leverer på vores mission om at repræsentere "hele samfundet" og nedbryde siloer.

Partnere

Gennem partnerskaber sikres den nødvendig viden og de ressourcer, der tilsammen gør det muligt at levere på de store ambitioner.

Ambassadører

Ambassadører er med til at skabe engagement omkring Holdbart, CCD og ikke mindst et større fokus på klimaudfordringerne. De er en vigtig del af vores kommunikationsindsats.

PARTNERSKABER

Advisory Boardet repræsenterer vores model om at samle aktører på tværs og facilitere dialogen mellem alle parter med krav om at gøre ord til handling. Den første workshop, som blev afholdt i Politikens hus d. 11. september 2020, skabte klare retningslinjer for fokus og indhold til agendaen for CCD 2021.

Boardet består af en række individer, som deler vores vision om en handlingsorienteret fælles indsats, og er repræsentanter for en lang række af byens vigtige institutioner og organisationer, som sikrer CCD den nødvendige faglige opbakning.

Anders Hoffmann

Afdelingschef i Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet

Anna Bak Jäpelt

Studerende og analyse-ansvarlig, Frej

Anne Katrine Heje Larsen

CEO og founder, DISIE

Anne-Louise Thon

Partner ved SDG Lead og co-founder af SGD Invest

Christian Ibsen

Direktør, CONCITO

Claus Krog Ekman

Direktør, Rådet for Grøn Omstilling

Gitte Lysgaard Vind

Managing Partner, Lendager Group

Iben Rasmussen

Stifter og udviklingsdirektør, Frej

Lars Bach Jensen

Fagleder, International energi- og klimapolitik, Dansk Industri

Lise Ring

Head of Politiken Live

Maria Gjerding

Præsident, Danmarks Naturfredningsforening

Marie Louise Møllebæk Pollmann-Larsen

Projektleder, Skylab, DTU

Runa Sabroe

Udviklingsdirektør, Wonderful Copenhagen

Sara Krüger Falk

Direktør, UN Global Compact

Simon Kjær Hansen

Director of Regions, C40

Sune Bang

Kommunikationsrådgiver

Tommy Ahlers

Mdl. af Folketinget og klimaordfører for Venstre

Ulrich Bang

Klima- og energichef, Dansk Erhverv

Jeg synes CCD, er et spændende initiativ, hvor vi kan mobilisere mange danske aktører. Verden kigger allerede på os i Danmark og forventer vi leverer på grønne dagsorden. Vi skal i arbejdstøjet og handle nu, hvis vi skal blive det forbillede, og det tror jeg på, at CCD kan blive platform for.

— Sara Krüger Falk, Direktør, UN Global Compact

MEDIEPARTNERSKABER

POLITIKEN ER DEDIKERET TIL CCD 2021
SOM MEDIE- OG CONTENTPARTNER

Markedsføring

Billetsalg

Livedebatter

Redaktionel omtale

Liveredaktion

Afreportering



STRATEGISKE PARTNERSKABER

Gennem nøje udvalgte partnerskaber og samarbejde på tværs sikrer CCD autenticitet og gennemslagskraft.



Dansk Design Center er en stærk ressource, når vi skal udtænke og designe fremtidens grønne samfund. Samarbejdet handler om at skabe indhold i kreative formater på CCD, som hjælper til at stille skarpt på hvordan ny teknologi og nye politiske krav udvikles, implementeres og omsættes til ny adfærd.



DTU Skylab er Danmarks mest innovative universitet. Deres tilstedeværelse på og bidrag til CCD skaber et stærkt forum, hvor studerende, forskere og virksomhedspartnere udveksler viden og udvikler visionære løsninger til den virkelige verdens udfordringer.



Wonderful Copenhagen støtter CCD's vision om at sikre Københavns position som verdens førende klima-hovedstad. Sammen med dem samler vi borgere, der ønsker at få et bredt perspektiv på bæredygtig livsstil og adfærd. Det skaber øget fokus på København, som skal være rollemodel både nationalt og internationalt.



CCD

2021

UDFORDRINGER

1. Manglende kollektiv **forståelse**
2. Manglende prioritering af **indsatser**
3. Manglende hastighed i **nye tiltag**

VISIONEN MED STIFTELSE AF FORENINGEN HOLDBART

Vi vil skabe Holdbart liv på jorden. Sammen.

LØFTE

At bidrage til Danmarks positionering som grøn, international rollemodel.

FOKUS

Udarbejdes år for år i samarbejde med nedsat Advisory Board.

TEMAER

ADFÆRDSÆNDRING
Indsigt, forbrug og livsstil

ØKONOMISK MODEL
Udvikling, vækst og ressourceoptimering

POLITIK
Beslutninger, mål, forvaltning og lovgivning

AMBITIONER

CCD 2021 BIDRAG TIL NYE LØSNINGER

1. Samle toneangivende aktører under samme tag i engagerende og handlingsorienterede mødeformater
2. Udarbejdelse af en prioriteret anbefaling til konkrete tiltag samt sikre gensidige forpligtelser
3. Iværksætte et konkret projekt til implementering inden for 12 mdr.

LANGSIGTET PERSPEKTIV

Skabe et fælles narrativ og en bedre fælles forståelse for problemernes omfang og mulige løsninger

Bidrage til en effektiv og bæredygtig strategi for Danmark til inspiration for hele verden

Iværksættelse af konkrete projekter der bidrager til en hurtigere grøn omstilling og mindsker vores nationale klimabelastning

MÅLSÆTNINGER

2021 - 2023
Lancering og etablering af Advisory Board og strategiske partnerskaber
Funding

2024 - 2026
Årligt tilbagevendende
Københavnrbegivenhed
Nationale partnerskaber
Økonomisk bæredygtighed

2027 - 2030
National begivenhed
Internationale partnerskaber
Eksport af viden og løsninger til resten af verden

INDHOLD

Hvordan omsættes udfordringerne og ambitionerne til et konkret program?

Der udvikles parallelle spor med forskellige grader af forpligtelse og engagement.

Alle spor følger dogmet om dialog og mødet "på tværs" af samfundet uden for de veletablerede siloer.

Agendaen for CCD 2021 har gennemgående programpunkter og skarpt fokus.

Dagene pakkes ud med

Student / Start-ups: Thursday

Corporate: Friday

Public: Saturday

CCD præsenterer et nyt, solidt mødeformat, som jeg tror på, kan sparke døre ind og som ikke bare handler om hurtige overskrifter. Det vil vi i Rådet for Grøn Omstilling gerne støtte op om og bidrage til.

— Claus Ekman,
Direktør Rådet for Grøn Omstilling

PERSPEKTIV

HOLDNING

Grøn omstilling starter med stærke holdninger, som fører til konkrete handlinger.

CCD er en platform for debatter, der fastholder kravet til handling og samtidig bygger bro på tværs af generationer, overbevisninger og ståsted.

HANDLING

Vi skal handle på det, som vi ved er centralt for den grønne omstilling.

CCD er en platform, der inspirerer til handling ved at præsentere resultater og erfaringer, der har gjort en forskel.

AMBITION

Ambitioner skaber plads til nytænkning og motiverer til samarbejde.

CCD er en platform båret af ambitioner, som fremhæver visionære virksomheder og skaber en fælles bevægelse mod innovation og forandring.

UDVIKLING

Løsninger opstår i spændingsfeltet mellem udfordring og innovationskraft.

CCD tilbyder en platform for idéer, holdninger og handlinger, som skal føre til grøn omstilling og udvikling.

CCD 2021 **22-24 apr 2021**

CPH | 3 DAYS

CLIMATE FESTIVAL

**CULTURE | CORPORATE ACTION
STUDENT START UPS
PUBLIC ENGAGEMENT**

SUSTAINABLE DESIGN | CLIMATE COMMUNITMENT | EXPERIMENTAL INTERACTION

**case comp. / workshops / debates
/ deep dives / 1:1 talks / round
tables / awards / match making**

EXPERTS DARING MINDS GREEN LEADERS

ART | MUSIC | FOOD

**STUDENTS START UPS THURSDAY
PROGRAM / APRIL 24 / 2021**

9.00 OPENING SESSION
Holdbart Advisory board by Politiken

9.30 POLITIKEN LIVE
*Breaking barriers
Ditte Vind & Concito*

10.00 DDC
Designing the Future

11.00 WOCO
A Climate Capital

11.30 CLIMATE KITCHEN
*Søren Westh 506
meets Maria Gjerding
Green Transition Denmark*

13.30 MATCH MAKING
Investor meets Start Up

14.30 CASE COMPETITION
"New Constallations"

15.30 MICROSOFT &
Green Transformation Council

16.30 SDG TECH AWARDS

17.00 SKY LAB INNOVATION BY DTU

RESULTATER - CCD I TAL (før / under / efter)

500	Deltagere	30	Artikler i medierne
5000+	Publikum	4-8	TV-indslag
100+	Start-ups	4-8	Podcast indslag
80	Frivillige	30.000	Besøg på website
60	Aktiviteter	300.000	Eksposeringer på Facebook

NYE PARTNERSKABER OG KONKRETE HANDLINGER

Med CCD går vi fra tale til handling. Vi faciliterer de møder, som ingen tager i en fortravlet hverdag, ude af siloen, væk fra studiet eller kontoret; der skabes konkrete projekter og tværfaglige partnerskaber, som vil bidrage til innovative tilgange og udvikling af nye grønne løsninger. Med 'konkrete projekter' mener vi både initiativer som bidrager til at nedbryde barriere for grøn vækst, nye innovative løsninger og målbare adfærdssændringer.

PARTNERSKABER PÅ 2 NIVEAUER:

1. På tværs af hovedstaden og hele det danske samfund; særligt mellem studerende, mindre startups og de etablerede virksomheder.
2. På tværs af landegrænser gennem samarbejde med internationale klimaaktører, – på længere sigt.

ØGER ENGAGEMENT OG FÆLLESSKABSFØLELSE

Ved at samle aktører på tværs af viden, erfaringer, holdninger og ressourcer, med krav til at de skal være handlingsorienterede og sammen komme til konklusioner og resultater, skaber vi nye veje, engagement og fællesskab.

FORSTÅELSE

CCD skaber rum for at lytte og lære af hinandens udfordringer og syn på verden. Det handler ikke om, hvem der råber højest. Tværtimod! CCD er dialog og samarbejde. Her vil de unge opleve, at de har mulighed for at præge og hjælpe de større virksomheder, som for dem ofte fremstår som selve "problemet". Omvendt, vil de store virksomheder få bedre indblik i de unges bekymringer, håb for fremtiden og prioriteter. På CCD sikrer vi et fælles narrativ og forståelse, som er et nødvendigt udgangspunkt for ethvert nyt samarbejde.

VIDEN

Med CCDs advisory board, landets universiteter, tænketanke og eksperter, stilles skarpt på de tiltag, som kan gøre en reel forskel. CCD er med til at oplyse den brede befolkning og skabe klarhed i informationsjunglen, både på et individuelt og samfundsmæssigt plan.

FORMIDLING

Holdbart har indgået et medie- og contentsamarbejde med Politiken & PolitikenLive – Danmarks førende klimaavis. Sammen sikrer vi en seriøs formidling af Holdbarts aktiviteter og resultater.

NØGLEORDET ER LANGSIGTET, BÆREDYGTIG ØKONOMI

For at skabe det afsæt, der sikrer ambitionsniveauet, kræves en økonomisk opstartshjælp.

Helt konkret skal der i år 2020/ 2021 rejses kr. 2.5-3 millioner for at kunne etablere den langtidsholdbare form, som CCD skal vækste på.

Organisationen Holdbart og folkene bag investerer tilsvarende beløb i både ressourcer og økonomi.

I skrivende stund drives sekretariat 100% af frivillige, som fortsat investerer tid og kræfter i dette (for os alle og hele byens) så vigtige event.

Planen er at skabe økonomi i kombination af fonde, kommercielle sponsorer og partnere.

Målsætningen er, at Holdbart er økonomisk bæredygtig efter 3. årlige afvikling af Copenhagen Climate Days til april, 2023.



BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Tilskudsmodtagers navn: Foreningen Holdbart
CVR: 40798722
Festivalens/eventets navn: Copenhagen Climate Days (CCD)

Projektperiode: CCDs projektperiode er fra 1. Aug. 2020 til og med 1. juni 2021. Dette giver plads til projektets fem faser : Koncept og program, Partnerskaber og finansiering, Planlægning, Eksekvering og Evaluering.

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilget.
Tilskud fra Københavns Kommune	850.000		
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)			
a) Fonde	1.000.000		Igangværende ansøgninger
b) Kommercielle partnerskaber	650.000		I proces
c) Expo / Showcase (standpladser)	300.000		
Honorarer			
Billetindtægter	362.500		
Øvrige indtægter, specificeret			
a) SDG Tech Awards	300.000		
b) Egenfinansiering	300.000		
c) + 10% buffer	30.000		
INDTÆGTER I ALT	3.792.500		

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Sekretariat	620.000	
TAP1 (leje, forbrug, rengøring, renovation, brandvagt)	521.000	
Salg og markedsføring (inkl. branding og print)	257.500	
Teknisk Grundpakke (grundopsætning, transport, 1080 Produktion)	1.032.500	
Indretning	264.600	
Content & hospitality (talks, musik, kunst-installationer, aktiviteter og workshops)	654.000	
Catering (forplejning)	80.000	
Venue udearealer	365.000	
UDGIFTER I ALT	3.794.600	

RESULTAT	-2.100	
-----------------	---------------	--

Kommentarer/forbehold:
Bemærk, at det stiller endnu større krav til fortsat egenfinansiering/ alternativt større underskud, uden Festivalpuljens støtte. CCD er derfor afhængig af jeres bidrag for at kunne fortsætte arbejdet frem til april 2021.

Ansøgning til Festivalpuljen - Københavns Kommune

Projektet:

Husk Mig! De Dødes Dag Festival 2021

En hyldest til livet

Kontaktoplysninger

- Fernando Massino | fm@ckultura.org | 41593337 | Højgårds Vengæ 21, 2880 Bagsværd
- Claudia Adeath | ca@ckultura.org | 29864912 | Nørrebrogade 46, 1.tv., 2200 København N

Forening Ckultura

CVR-nr. 34130795

Ckultura er ikke momsregistreret

www.ckultura.org



Projektbeskrivelse

Formål

Vi er optaget af de gamle spørgsmål, som alle kulturer har søgt at besvare: Hvad er døden, hvem var de døde, hvad skylder vi dem, og hvor er de henne nu? I Ckultura mener vi, at de meget forskellige svar, som forskellige kulturer giver på disse store spørgsmål, har en fantastisk stor værdi, når vi som mennesker står i mødet med døden.

Vi arrangerer en festival med udgangspunkt i Mexicos farverige og livsbekræftende fejring af De Dødes Dag. Det er vores mål med festivalen at skabe en plads for samtalen mellem mennesker om døden og livet.

Med Husk Mig! De Dødes Dag Festival får københavnernes en fejring af døden og livet med plads til refleksion, dybe samtaler, familieminder, kunst, historiske perler, mangfoldighed, mad, glæde og musik... plads til at minde os om, at på trods af forskelligheder skal vi alle herfra en dag, og derfor er det vigtigt at vi tænker over, hvordan vi bruge vores tid sammen.

En kulturfestival

Husk Mig! er en kulturfestival, som med udgangspunkt i den mexicanske tradition om De Dødes Dag, inviterede publikum i alle aldre til at mindes deres døde og reflektere over døden, gennem forskellige aktiviteter for børn og voksne.

Festivalen vil finde sted mellem d. 1. og d. 6. november 2021. Aktiviteterne vil sprede sig over Østerbro, Nørrebro og Indre by: på Cinemateket, Union, Krudttønden og med et stort afslutningsarrangement i Nørrebrohallen, den Røde Plads og den Grønne Sti. Seks kunstinstallationer i seks forskellige kulturhuse i de tre bydele forbliver tilgængelige for publikum hele november måned.

Særligt fokus på de unge

Til Husk Mig! De Dødes Dag Festival 2021 vil vi gerne få flere unge mennesker til at reflektere om emnet og samtidig give dem mulighed for at komme i tæt kontakt med en professionel kunstner. Vi planlægger et forløb med 6 kunstnere, som skal arbejde sammen med 6 grupper unge fra lokalområdet om at skabe 6 installationer. Grupperne kommer til at arbejde med forskellige kunstarter (fx. billedkunst, fotografi, video, lys, skulptur med genbrugsmaterialer). Målet er at skabe en installation, som vises første gang ved festivalens afslutning, og efterfølgende flyttes til 6 kulturhuse i København, hvor de vil være tilgængelig for besøg hele november. Installationerne skal mindes 6 personligheder fra Københavns historie. Så de unge kommer til at arbejde med historie, kunstnerisk udtryk, og samtidig reflektere over festivalens tematik: døden og livet.

Film festival med fokus på døden

Årets Husk Mig! De dødes dag festival vil, ligesom de seneste to år, indeholde et samarbejde med Cinemateket om at præsentere en filmrække på 7 dokumentar-, fiktions- og børnefilm, som konfronterer publikum med forskellige sider af vores hovedtematik: døden.

En del af disse film bliver præsenteret med introduktion eller i tilknytning til foredrag/oplæg fra forskellige fagprofessionelle, forskere eller mennesker med personlige erfaringer, som giver publikum et dybere forståelse af filmens emne.

Mexicansk marked og musik!

Lørdag d. 6. november blive festivalens afslutningsarrangement. Vi fremviser de 6 kunstneriske installationer på seks forskellige spots langs den grønne sti. Vi samarbejder med Cirkus Panik om at lede et optog med glædelige farver og musik fra Tagensvej ad den grønne sti til en afsluttende performance på den Røde Plads, med stemning skabt af lys og lyd.

Duften af mexicansk mad fra byens mexicanske foodtrucks og den traditionelle dødes dag pynt (papel picado) vil give publikum en ægte mexicansk oplevelse.

Inde i Nørrebrohallens foyer vil det være mexicansk marked med gratis adgang. I København findes mange forskellige kommercielle aktører, som arbejder med mexicanske produkter. Vi vil samle dem i et ægte mexicansk marked fuld af farver, papel picado, papmache skeletter, god stemning og mexicansk musik med Mariachi México Lindo. Vi bygger her et traditionelt dødes dag alter til minde om personligheder, der er døde i årets løb.

Børneworkshop

Vi arbejder hvert år med at levere nyt og originalt indhold i vores børneworkshops. Med farver, papir, sukkerkranier, maling, får vi børnefamilier til at reflektere og minde deres afdøde. Det er en fornøjelse at se hvordan børnene hører historier om bedsteforældre eller andre familiemedlemmer som er gået bort.

Koncert

Fredag d. 5. arrangerer Krudttønden en koncert med den mexicanske singer songwriter Julian Maraboto, som en del af festivalens program.

Forventede resultater/succeskriterier

Husk Mig! De Dødes Dag festival 2021 er en succes:

- A. når publikum har samtaler med hinanden om døden og livet under festivalen,
- B. når publikum tager inspiration eller ideer med sig fra den mexicanske tradition for fejring af døden og livet,
- C. når både børnefamilier, unge, voksne og ældre deltager i festivalens aktiviteter,
- D. når festivalen skaber omtale i medierne om døden og livet,
- E. når mindst 5 side-events inkluderes i festivalens program, fx. koncerter, tematisering og små events i butikker og på spisesteder, der bringer samtalen om døden og livet ind i hverdagen,
- F. når samarbejdet om festivalen mellem foreninger, kulturhuse, kulturinstitutioner og private aktører, leder til nye kontakter mellem samarbejdspartnerne.

Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum

I alt forventer vi at ca. 4-5000 mennesker kommer i berøring med en eller flere af festivalens aktiviteter.

Seks klasser på ungdomsuddannelser deltager i at skabe installationer.

840 publikummer ser filmene på Cinemateket.

2000 deltagere i afslutningsarrangementet på den grønne sti og den røde plads.

1200 besøgende ved de 6 installationer i kulturhusene i løbet af november måned.

Flere publikum deltager i de side-events som festivalen kan ramme.

Samarbejdspartnere og typer af samarbejde

DIT:KBH - Vi samarbejder med DIT:KBH i om at afvikle aktiviteter i Union og koncerter på Krudttønden som en del af festivalens program.

Cinemateket - De sidste par år har vi samarbejdet med Cinemateket og præsentere en spændende filmunivers relateret med emnet døden. Det handler ikke kun om film, men tilsammen med filmvisning invitere vi publikum til at høre en lille foredrag/oplæg af forskellige faglige mennesker, eller folk med særlig erfaring, som kan give publikum et bedre forståelse eller refleksion af selve emne.

Landsforeningen Liv&Død - Vi samarbejder med Liv&Død om at finde fagprofessionelle, forskere eller mennesker med personlige erfaringer, som kan holde oplæg eller foredrag, der løfter festivalens tematik ind i faglige eller personlige fortællinger.

Nørrebrohallen - Med Nørrebrohallen arbejder vi sammen om afslutningsarrangementet på den Røde Plads, den Grønne Sti og i Nørrebrohallen. Deres erfaringer med store udendørs

arrangementer støtter os i det praktiske, der kræves i sådan en produktion.

DIT:KBH og Nørrebrohallen - seks kulturhuse i København skal være hus for hvert et kunstværk, som bliver udstillet hele november måned.

Information om i hvilket omfang du/I som arrangør har erfaring med planlægning og afvikling af lignede projekter

Siden 2012 har CkulturA arbejdet med arrangementer omkring De Dødes Dag traditionen i København. Vi afholdt arrangementet på Assistens Kirkegård (2012, 2018 og 2019), på Nationalmuseet (2013 og 2014), i Union (2015, 2018, 2019, 2020) og på Musikmuseet (2019 og 2020). Vores samarbejdspartner i løbet af disse år har været: Kulturcentret Assistens, Nationalmuseet, Union, Cinemateket, Musikmuseet, Landsforeningen Liv&Død, den Mexicanske Ambassade, Salaam Film and Dialog, Trauma&Co., Rossscammm films.

Vi er også ansvarlige for den internationale musikfestival Sonamos Latinoamerica Kbh, som med lokale og internationale artister præsenterer latinamerikansk musik af høj kvalitet i Kbh.

Et tidligere projekt har været Minestronefortælling, arrangeret i samarbejde med Københavns Universitet ToRS (Institut for Tværkulturelle og Regionale Studier) og Odin Teater (2015 og 2016).



BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn: CkulturA
CVR: 34130795
Festivalens/eventets navn: Husk Mig! De Dødes Dag Festival

Projektperiode: 01-09-2021 til 30-11-2021 <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 (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	153700		Ansøgt
Nordea Fonden (lokal)	30000		Skal søges
Nørrebro Lokaludvalg	20000		Skal søges
Den Mexicanske Ambassade	8000		Forventet
Sponsorater	25000		Forventet
Børneshops (entré)	7500		Forventet
Selvfinansiering (administration)	20000		
INDTÆGTER I ALT	264200		

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Løn Produktion / Koordinering	40000	
Administration (arbejdstimer)	15000	
Administrative omkostninger (tlf, transport, osv.)	5000	
Løn Assistent	10000	
Frivillig koordinator	3000	
PR – Kommunikation	10000	
Grafisk Design	5000	
Plakat trykeri og opsætning	5000	
Video dokumentation	10000	
Fotograf	10000	
Forplejning til frivillige	3000	

Honorar musikere	14700	
Lydmand	3500	
Børneworkshops materialer	5000	
Børneworkshops løn	3000	
Lokaleleje	3500	
Honorar til 6 kunstnere (forløb med de unge)	60000	
Materialer kunstinstitutioner	18000	
Transport	1000	
Materialer til alter i Nørrebrohallen	2000	
Honorar Cirkus Panik	17500	
Honorar lysmand	5000	
Honorar video animationer	5000	
Leje af udstyr (lys, projektor, telter)	10000	
UDGIFTER I ALT	264200	

RESULTAT	0	
-----------------	----------	--

Kommentarer/forbehold:

Vi inkluderer i budgettet alle de udgifter som CkulturA har i forbindelse med de aktiviteter, som vi selv står for.

Film på Cinemateket arrangeres og finansieres af Cinematekets (vi samarbejder om hvilke film, der indgår i programmet). Koncert på Krudttønden arrangeres og finansieres af Krudttønden.

Vi kommer til at bruge en del frivillige (nogle fra vores netværk, nogle fra CPH Volunteers) i forbindelse med børneworkshops, opsætning af installationer, dekoration, osv. De frivilliges arbejdstimer indgår ikke i budgettet.

Nørrebrohallen dækker også selv de arbejdstimer som deres personalet kommer til at bruge til afvikling af festivalen. De stiller også lokale til rådighed og låner små teknisk udstyr.

30. september 2020

Ansøgning til KBH Kommune festivalpuljen

Gys i kirken 5 –Fremtidens død

Kære udvalg

Eventgruppen Traume & Co søger hermed om midler fra festivalpuljen til arrangementet Gys i kirken 5 – Fremtidens død. d. 31 okt 2021 i Koncertkirken i KBH.

Projektbeskrivelse:

Gys i kirken startede som årligt kunst-event i 2017, og er blevet afholdt hvert år siden på allehelgensaften. Tanken bag konceptet er at belyse døden fra alle tænkelige vinkler, kunstneriske såvel som sociale og forskningsmæssige, samt skabe et alternativ til de mange børne- og ungdomsarrangementer, der er opstået i kølvandet på udbredelsen af Halloween. Gys i kirken har alle tre år været afholdt på Nørrebro, og har inddraget lokale såvel som udefrakommende aktører. Gys i kirken har tidligere været nævnt i Politiken som et must, hvis man er kulturelt interesseret, og har i år modtaget 25.000 fra Statens Kunstfond.

De tidligere års events har fokuset på hhv. den gotiske død (2017), hvor vi bl.a. havde besøg af forfatterne Leonora Christina Skov, Erwin Neutzsky-Wulff, Peter Adolphsen og Jeppe Brixvold, musiker Nils Gröndahl og koret Vokakiller. Edgar Poe - quiz og Poe-Karaoke. Den mexicanske *Día de Muertos* (2019), hvor de optrædende bl.a. var Suzanne Brøgger, Efrin Gonzales, Karsten Pharaos, antropolog Regnar Kristensen, musiker Gunni Torp, elever fra Forfatterskolen samt redaktør af Hus Forbi Poul Struve Nielsen med en udvidelse med performace og dans på assistents kirkegård, hvor der blev læst op fra afdøde hjemløse, samt breve fra afdøde Københavnerne indsamlet fra Det kongelige bibliotek. Den nordiske død (2019), hvor bl.a. digter Nikolaj Stochholm, musiker Qarin Wikström, antropolog Benjamin Weber, kunst-anmelder Kamilla Löfström, shaman John Angejoq og et 'døds-panel' med den lokale præst, bedemand samt graver var med til at støbe aftenen.

De tidligere år har vi samarbejdet med forskellige institutioner på Nørrebro, og heriblandt kan tælles Kulturcentret Assistens, Verdenskulturcentret og Hus Forbi. Det fokus fortsætter vi i 2020 og 2021. En tilbagevendende samarbejdspartner er Stefanskirkens præst Thomas Høg Nørager, som også i år har givet tilsagn til at medvirke i en dødsdebat med andre inviterede gæster, heriblandt buddhist Helen Munch-Petersen, Soldat Kristian 'Krølle' Pedersen og imam Ahmet Polat.

Til Gys i kirken – 4 – De 4 Aérs død. 31 okt. 2020 fokuserer vi på Afrika, Arabien, Australien og Asien. Kunstnere og forfattere: Jimbut Jun Feng (Kina), Ditte Steensballe, DK (et vestligt syn på den eksotiske død), Tora Balslev, DK (danser, butoh/japan inspireret), Sahar Mandour (Libanon) Ibrahima Diallo Sory), Kirstyn McDermott, (Australien). Musik: Rumpistol.

Lys og lys: Bech & Daumiller. Toastmastere: Amdi Silvestri og Mikkeline Gudmand-Høyer. Vi indleder den dødelige aften med døds-panel (medvirkende beskrevet ovenstående).

Publikum vil her kunne stille spørgsmål og være med til debat om døden.

Der vil traditionen tro være en Tema-bar og Døds-Memes-workshop (andre år har der været Poe-karaoke, sugarskull-DIY og epitaf-workshop). Dette år har vi valgt at lægge pauser flere steder med levende musik og med plads til snak og dødelig-hygge på denne fuldmåneaften.

Gys i kirken har tidligere udspillet sig i LiteraturHaus i Møllegade, men i år har vi rykket lokaler til Koncertkirken på Blågåards Plads af to grunde. For det første understøtter lokalerne eventets multimedienatur, hvor lys, lyd og animation indgår som en del af totaloplevelsen. Ydermere har vi valgt lokalerne med tanke på corona-virussen, da rummet i Koncertkirken er stort nok til at publikum vil kunne sidde med afstand. Skulle anden smittebølge komme, vil vi alternativt kunne streame aftenen direkte med et minimum af folk til stede. Vi regner med en billetpris på 75 kroner pr. person, der primært vil gå til at aflønne de optrædende.

Denne installation af konceptet Gys i kirken er den fjerde i rækken, og næste år kulminerer fem års arbejde med Gys i kirken 5, der kommer til at handle om fremtidens død. Her medvirker bl.a. forfatter Kim Fupz som vi har fået tilsagn fra. Af andre inviterede er bl.a. Poul Nesgaard og Jonas Eika. Når hele rækken er tilendebragt, vil det munde ud i en magasin-udgivelse med titlen 'Dødens Didaktik', hvor grafik, tekster og bidrag fra de fem års kunstnere præsenteres og diskuteres.

Vi håber, at I har lyst til at støtte eventet Gys i kirken 5 2021, så vi i stedet for at løbe væk fra døden, endnu en gang kan trække den helt ind til livet og snakke med den. Vi søger 70.000 kroner til eventet og virkeliggørelsen af udgivelsen Dødens Didaktik.

- Hvor og hvornår finder projektet sted: Koncertkirken, KBH N. 31 okt. 2021

- Formål, omfang og forventede resultater/succeskriterier: Tanken bag konceptet er at belyse døden fra alle tænkelige vinkler, kunstneriske såvel som sociale og forskningsmæssige, samt skabe et alternativ til de mange børne- og ungdomsarrangementer, der er opstået i kølvandet på udbredelsen af Halloween.

Hvert år har der været god feedback fra et tilbagevendende publikum. Samarbejde med kunstnere og folk i andre faggrupper er inspirerende og udviklende til nye events.

- Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum: udøvende deltagere: 20 Publikum: ml. 75-300

- Beskrivelse af projektets relevans for København:

- I hvilket omfang og hvordan skaber projektet værdi for København?

Nye samarbejdspartnere på tværs af kunstarter og erhverv. Et originalt event som formidler temaet 'døden' på en ny og tidsvarende måde med publikumsinddragelse.

Københavns byrum bliver genset og oplevet på en alternativ måde, som da vi havde performance og oplæsning ved fællesgraven på Assistens kirkegård i samarbejde med Kultur assistens og Ckultura, om den mexicanske festival dødens dag 2019.

- Samarbejdspartnere og typer af samarbejde : Koncertkirken. Leje af rum. Stefanskirken. Præst medvirker til debat.

Elever fra forfatterskolen. Og flere lokale samarbejder vi ikke har planlagt endnu.

- Beskrivelse af hvilke institutioner, organisationer, foreninger, frivillige m.fl., som sammen med dig står bag projektet og deltager forpligtende i gennemførelsen. Koncertkirken. Traume & Co,

forfatter Amdi Silvestri. Lysdesigner Per Daumiller. Samt en bunke frivillige.

- Udvikling og fornyelse. En fornyelse af halloween for børn, - her for voksne med dybde og kunstnerisk kvalitet. Hvert år gør sammensætningen af kunstnere eventet til noget helt særligt og originalt.

Gys i kirken 5 -2021 vil være det sidste af i alt 5 events. Her planlægges et brag af en fest.



Gys i kirken - 4 DE 4 A'ERS DØD

koncertkirken

Blågårds Pl. 6A, KBH N

Allehelgensaften 31.10.2020 - kl. 18-24

Et litterært multimedie-event om døden - Halloween for voksne. Om døden i Asien, Afrika, Australien og Arabien.

Forfattere: Jimbut Jun Feng (Kina) - Ibrahima Diallo Sory (Afrika) - Kirstyn McDermott (Australien) - Sahar Mandour (Arabien) - Ditte Steensballe (DK)

Dødspanel med præst: Thomas Høg Nørager, Imam: Ahmet Polat, Buddhist: Helen Munch-Petersen og soldat: Christian 'Krølle' Pedersen

Dansere: Tora Balslev & Yael Gaathon - Levende musik: Rumpistol - Og tekster af: Tom Kristensen

Toastmastere: Mikkeline W. Gudmand-Høyer og Amdi Silvestri - lys & lyd: Bech&Daumiller - Temabar - Døds-Memes-Workshop - m.m.

En Traume & Co produktion 2020



STATENS KUNSTFOND

forsalg billetter:
billetto.dk
eller købes i døren

Plakat: ©Mikkeline WGH

BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

Tilskudsmodtagers navn: Traume&Co /Mikkeline Gudmand-Høyer/Kkart
CVR: (OBS: dette felt må ikke anvendes til CPR-nr., da skemaet offentliggøres på www.kk.dk)
Festivalens/eventets navn: Gys i kirken -5 "Fremtidens død"

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

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune			
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) Statens kunsthåndværk	30.000		ansøgt
b)			
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	5000		estimeret
Øvrige indtægter, specificeret			
a)			
b)			
c)			
INDTÆGTER I ALT			? ved ikke endnu

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	40.000	
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter	15000	
Transportudgifter		
Opholdsudgifter		
Fortæring, herunder møder	20000	
Diverse repræsentation		
PR og markedsføring	3000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)		
Revisionshonorar		
Øvrige udgifter, specificeret		
a)		
b)		
c)		
UDGIFTER I ALT		

RESULTAT	78000	
-----------------	--------------	--

Kommentarer/forbehold:

Tekst eksempelt fra Gys i kirken – 4 af forfatter Jimbut Jung Feng (Kina):

Livets vej krydser dødens spor

af Jimbut

En gang i en drøm bestilte jeg en taxa. Så kørte jeg hen til en grænse. Tidligere har jeg krydset grænsen til et andet land til fods. Illegalt. Men denne gang foregik det i taxa, og det var ikke et land, jeg var kommet til, men en anden verden. Luften var hvid, og der fandtes stadig pigtråd. Jeg steg ud af taxaen og løb væk så hurtigt jeg kunne, men jeg kom ikke ud af stedet.

*

*

*

*

I 2014 var min gamle ven Liji på besøg fra New York. Først var vi i Berlin, og senere holdt vi jul i København. Han plejede at være den blandt mine venner, som var optaget af drømmetydning og den slags, men det var han ikke længere, for han var blevet alkoholiker. Da vi i bus passerede forbi Assistens Kirkegård, pegede Gritt på den og sagde, at dér var Søren Kierkegaard, H.C. Andersen og Niels Bohrs begravet, og at det var en

smuk park. Og at det selvfølgelig var så frodigt på kirkegården, fordi det var menneskegødning, der blev brugt der. Gritt fortalte også, at hun havde en ven, som engang havde overnattet på en kirkegård i Paris, da han ikke kunne finde et sted til at overnatte. Det ville jeg aldrig gøre, sagde Liji, der er for meget Yin-luft. Yin-luft, eller Yin-Qi, er et kinesisk begreb. Kinesere forstår traditionelt alt ud fra en Yin-yang-teori, som jeg ikke vil gå nærmere ind på her. Men ganske kort kan jeg sige, at livet normalt betegnes med Yang og døden med Yin. I Kina hygger man sig nemlig ikke på gravsteder sådan som danskere gør det om sommeren på en kirkegård. Gravsteder er ikke et sted, hvor man ligger under sol og måske læser en historie om de levende mennesker, men et sted, man helst vil løbe væk fra under månen, og hvor der udspiller sig forskellige historier, der involverer spøgelser. Disse historier er heller ikke en slags vampyrhistorier, men historier om de spøgelser, som er forhindret i at gå videre i reinkarnation. Disse spøgelser hører ikke til den spøgelse-race, som man af sin karma bliver tildelt som en ny livsform efter døden. Lige som nisser kan spøgelserne i den slags historier både skade og hjælpe et menneske, men det er anderledes end med nisser, for de har brug for menneskets hjælp for at komme ud af sin spøgelsestilværelse. Mennesket befinder sig i en Yang- verden og spøgelse i en Yin-verden. På den måde forelsker en ung mand i historien sig i en pige, og manden er menneske og pigen spøgelse. I 1980'erne samledes en gruppe undergrundsdigtere i Shanghai tit hjemme hos en af dem og skrev digte i fællesskab. Liji og jeg var også med. Liji skrev dengang nogle fortællinger om Asuras, og jeg skrev på et langdigt. Som digtere talte vi meget om døden, og skrev også en hel del om den, da døden var mere en genstand for poesi end selve livet. Når det blev sent efter midnat og flere andre var faldet i søvn efter aftenens drikkeri, sad Liji ofte sammen med en anden digter og lavede et eller andet ritual/en slags ceremoni. Han sagde at man på den måde så ind i den anden verden. Jeg var en gang med til det sammen med ham. Han mente, at et kvindeligt spøgelse fra Himmelbjerget i det sødvestlige Kina ville vise sig ... (del af en længere tekst).

Med venlig hilsen og på vegne af Traume & Co

kunstner

Mikkeline W. Gudmand-Høyer

Ole Suhrsgade 9, 4 th

1354 KBH K. Tel: 22958882

mail: mikkelinegh@gmail.com

Medlem af Kunstnernes Kooperativ CVR: 1327 8989 som er momsregistreret.

Links til hjemmeside med videoer fra sidste års events :

<https://mikkelinew.wixsite.com/traume>

og dette års facebook event side:

<https://www.facebook.com/events/2603797299858128>

Eventet er hvert år blevet dokumenteret af TV – MARINERET. Og sammenklip herfra kan ses på You-Tube.

Traume & Co kanal

<https://www.youtube.com/channel/UC2hufF3cFmSTe8yIVwYJHBA>

Gotisk død: https://www.youtube.com/watch?v=G_TWi0UbVsl

El dia de Muertos: <https://www.youtube.com/watch?v=etkuEqr2BLQ>

Nordisk død: <https://www.youtube.com/watch?v=YYsHtzSlo60>

- Ansøger: Foreningen Topos
Kontaktperson:
Niels Lyhne Løkkegaard
Guldborgvej 25 3tv
2000 Frederiksberg
Danmark
- Titel på projektet, der søges om tilskud til:
Larsen Effect
- Projektbeskrivelse
D. 5 april 2021 er det 150 år siden den danske videnskabsmand Søren Absalon Larsen blev født (kendt som Absalon Larsen).
Absalon Larsen var uddannet ingeniør fra polyteknisk læreranstalt og beskrev som den første i verden det fænomen vi idag kender som akustisk feedback også kendt som *Larsen effekten*.
Foreningen Topos ønsker at hylde Absalon Larsens arbejde ved en festival med navnet *Larsen Effect*.
Ved denne fejring af Absalon Larsen vil Topos i samarbejde med andre aktører præsentere en række koncerter og talks der alle handler om feedback både som et sonisk fænomen og som en tematik ift. bæredygtighed og det antropocæne.
Således vil festivalen midt i den 6. massedød vende mikrofonen mod os selv og forholde os til det faktum at mennesket tilsyneladende ikke kan bebo denne klode uden samtidig at ødelægge den. Mennesket *feeder* så at sige ind i alt.
Programmet vil tælle både danske og udenlandske kunstnere og forskere.

Foreningen Topos er stiftet af de 3 danske lydkunstnere Jacob Kirkegaard, Tobias Kirstein og Niels Lyhne Løkkegaard www.topos.media.

- Hvor og hvornår finder projektet sted:
Festivalen finder sted i dagene omkring d. 5 april 2021 som er 150 årsdagen for Absalon Larsens fødsel.

- Formål, omfang og forventede resultater/succeskriterier:
Festivalen har til formål at udbrede kendskabet til Absalon Larsens arbejde og feedback (Larsen effekt) – både som et sonisk fænomen og som en tematik ift. bæredygtighed.
- Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum
I løbet af festivalen regner vi med et samlet publikum på 200 personer.
- Beskrivelse af projektets relevans for København
- I hvilket omfang og hvordan skaber projektet værdi for København? (eksempler: nye samarbejder, opkvalificering af foreningslivet, side-events, nye målgrupper, publikum mv.)
Absalon Larsen er stort set ukendt i den brede offentlighed og det på trods af at han faktisk opdagede akustisk feedback (på fransk Larsen effect).

Som nævnt i projektbeskrivelsen ønsker Topos med denne festival at sætte fokus på feedback både i en sonisk kontekst og som overordnet tematik i forhold til det antropocæne i en tid hvor det føles som om verden befinder sig et feed back kredsløb der er gået galloperende amok.

At festivalen på én gang både fejrer en lidt glemt videnskabsmand uddannet fra Københavns universitet, præsenterer ny kunstmusik og samtidig adresserer en klimapolitisk dagsorden vil alt sammen være med til at brande København som en by med både kulturel og grøn vilje.

-
- Samarbejdspartnere og typer af samarbejde
*Festivalen vil forløbe i et samarbejde med spillestederne Koncertkirken & Alice samt SNYK I, Rytmask Musikkonservatorium og Botanisk Have.
I løbet af festivalen vil der blive præsenteret talks og koncert i samarbejde med ovennævnte aktører.*
- Information om i hvilket omfang du/I som arrangør har erfaring med planlægning og afvikling af lignede projekter.
Foreningen Topos og enkeltpersonerne bag Topos har stor erfaring ift. planlægning og projektledelse. F.eks. ift. etableringen af spillestedet Mayhem og i skabelsen af den curatoriske non-event Curatorium.

BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn: Topos
CVR: 40269975
Festivalens/eventets navn: Larsen Effect

Projektperiode: <i>Marts 2021-juni 2021</i>

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	58.000		ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) Dansk Komponist forening	15.000		ansøgt
b) SNYK	10.000		ansøgt
c)			
Honorarer	10.000		
Billetindtægter			
Øvrige indtægter, specificeret			
a)			
b)			
c)			
INDTÆGTER I ALT	93.000		

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	40.000	
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter		
Transportudgifter	8.000	
Opholdsudgifter	5.000	

Fortæring, herunder møder	5.000	
Diverse repræsentation		
PR og markedsføring	5.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	8.000	
Revisionshonorar		
Plakater og ophængning	11.000	
a)lokale leje	3.000	
b)tryk af program og festskrift	8.000	
c)		
UDGIFTER I ALT	93.000	

RESULTAT	0	
-----------------	----------	--

Kommentarer/forbehold:

2030 NOW - TÆNKE · SKABE · HANDLE

*Ansøgning til Københavns Kommune's Eventpuljem
Kgs. Nytorv - august/september 2021*

Kontaktoplysninger

Life Exhibitions
Jorcks Passage, opg. C, 1. sal
1162 København
sn@lifeexhibitions.com / 31638661

Cvr. 26841712 (momsregistreret)

Titel på projektet, der søges om tilskud til:

2030 NOW - TÆNKE · SKABE · HANDLE

Ansøgt beløb:

kr 750.000 (se vedlagte budget)

Hvor og hvornår finder projektet sted:

Kongens Nytorv - 1. august til 12. september 2021
Vi har ansøgt Kgs. Nytorv - og har været i kontakt med Byliv som bekræfter at pladsen er ledig til formålet.

Formål, omfang og forventede resultater/succeskriterier:

Vi ønsker at etablere et udendørs udstillingsevent på Kgs. Nytorv om FN's 17 Verdensmål.

Udstillingsplatformen bliver en forstørret kopi af FN's Verdensmålshjul - 25 meter i diameter belyst om natten (se projektbeskrivelsen senere i denne pdf). Hvert "lagkagestykke" beskriver det enkelte mål gennem citater fra ambassadører, spektakulære fotos, ildsjæle, kunstnere og perspektivrige tekster.

Udstillingen præsenterer de 17 Verdensmål, forklaret gennem: **TÆNKE** (videnskabelige facts og journalistisk uddybning) **SKABE** (en kunstner for hvert mål, som inspirer, henrykker, provokerer) **HANDLE** (en ildsjæl som konkret løser nogle af de udfordringer vi står over for i forhold til de 17 Verdensmål).

Udstillingen skal få den besøgende til at blive inspireret, overrasket og ikke mindst engageret i et ellers alvorligt emne - formidlet gennem kunst, fotografi, grafik og fængende ord.

2030 NOW er baseret på bogen af samme navn, og præsenterer den verdensberømte franske fotograf Yann Arthus-Bertrand's stærke fotos, som beskriver Jordens tilstand. Det var Yann Arthus-Bertrand, der skabte verdenssuccesen Jorden set fra Himmelen, som vi viste som udendørs udstilling på Kgs. Nytorv i København og på Store Torv i Aarhus i 2001 og i årene derefter i 9 byer rundt omkring i Europa.

17 verdenskendte personer er ambassadører for 2030 NOW, og sammen med kunstnere og engagerede ildsjæle, deler de deres personlige engagement. Blandt ambassadørerne er Glenn Close, Sir Richard Branson, Nikolaj Coster-Waldau, Trevor Noah, Michelle Yeoh, Zoë Saldaña og Paul Polman. Blandt ildsjælene, som arbejder helt konkret med at virkeliggøre verdensmålene er Zainab Salbi, Céline Cousteau, Jan Eliasson og Dr. Evan Atar Adaha. Teksterne er skrevet af journalist og forfatter, Susanne Sayers.

I modsætning til bogen, hvor det er internationalt kendte kunstnere der optræder, vil vi på udstillingen i København præsentere danske kunstnere, evt i et samarbejde med Kunsthall Charlottenborg/ Akademierne.

I forbindelse med udstillingen vil vi have en mindre informationspavillon.

2030 NOW giver københavnernes en enestående mulighed for at se ind i fremtiden. FN's 17 Verdensmål viser vej til en verden med et liv i værdighed for alle på en sund og levende planet, og 2030 NOW skaber med enestående fotos og engagerende tekster opmærksomhed om, hvordan verden kan komme til at se ud - hvis vi vil og sammen kæmper for det.

Det primære formål er at oplyse og at inspirere til adfærdssændring samt - igennem uddannelse og information - lede til konkrete handlinger, der medvirker til realiseringen af målene.

Udstillingen er en visuel oplevelse, og da den er udendørs, indbyder den samtidig til at mødes i byrummet og bruge og opleve det på en ny måde. Samtidig spiller byerne en hovedrolle i udviklingen af fremtidens bæredygtighed, og gennem udstillingen bliver de besøgende inspireret til selv at deltage aktivt gennem en større forståelse for, hvad der er på spil, og hvad de selv kan gøre.

Udstillingen er en begivenhed i sig selv, men der er også partnere, som vil bidrage med at skabe Verdensmåls-relaterede events i udstillingsperioden, så den samlet kan inspirere byens indbyggere og gæster til at mødes og opleve og ikke mindst skabe forandringer for sig selv og fællesskabet.

Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum:

Vi estimerer et besøgstal på ca. 400.000-600.00 i udstillingsperioden på 6 uger.

Beskrivelse af projektets relevans for København:

Udstillingen vil være åben og tilgængelig for alle københavnere døgnet rundt. Vi vil inkludere relevant information om i hvilke sammenhænge, København som by prioriterer Verdensmålene, og vi vil tilbyde kommunen, at bruge udstillingen som platform for information om byens prioritering af målene. Ved at koordinere udstillingsperioden med Copenhagen2021 - WorldPride og EuroGames vil København få en unik mulighed for at brande sig som en grøn, miljøvenlig og bæredygtig by, overfor 100.000 vis af besøgende.

Samarbejdspartnere og typer af samarbejde:

Mål nr. 17 er partnerskaber, og 2030 NOW har allerede nu aftalt at arbejde sammen med bl.a. Copenhagen2021 - WorldPride og EuroGames, Stop Spild af Mad, Global Goals og Dansk Cyklistforbund, om at skabe begivenheder ved og omkring udstillingen, der giver nye vinkler på fremtidens samfund. Aarhus Universitet er en anden vigtig partner, som med deres mange københavnske studerende vil bidrage med workshop, rundvisninger, paneldebatter med videre, hvor særligt de unge er i fokus. Vi er i fuld gang med at lave partnerskabsprogrammet og et mere detaljeret aktivtetsprogram for udstillingsperioden.

Information om i hvilket omfang du/I som arrangør har erfaring med planlægning og afvikling af lignede projekter:

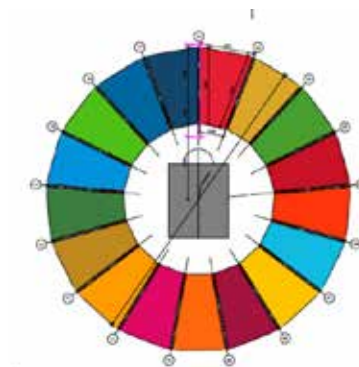
Life Exhibitions har arbejdet med store internationale udendørs udstillinger i 20 år. Alle med fokus på natur, miljø, klima og bæredygtighed.

I København har vi vist udstillingerne Jorden set fra Himmelen, Spirit of The Wild, 100 Steder at huske før de forsvinder, Wild Wonders of Europe og Københavnergrøn. Hertil en række mindre bynatur udstillinger i projektet NaTur i Byen i samarbejde med Miljøpunkt Indre By/Christianshavn. Her udstillede vi også på en række metrostationer.

Vi har i alt produceret 43 udstillinger i 23 byer i 11 lande i Europa. Se endvidere fact sheet i projektbeskrivelsen

Bæredygtig produktion:

Life Exhibitions bestræber sig på selv at arbejde så bæredygtigt som muligt. Udstillingsplatformen er lavet af metal, der kan genanvendes. Det store Verdensmålhjul har belysning med LED lamper og selve platformens "gulv" er dækket af indfarvet genbrugs-kork. De tryksager, vi udgiver (bøger mm) er trykt i Danmark på et trykkeri, der udover svanemærket har alle certificeringer i orden. Papir, der benyttes er FSC mærket og produktionen er købt CO2 neutral.



2030 NOW

17 MÅL
9 MIA. MENNESKER
1 FREMTID

LIFE
EXHIBITIONS

AARHUS
UNIVERSITET

2030 NOW - TÆNKE · SKABE · HANDLE / PROJEKTBEKSRIVELSE

Life Exhibitions har iværksat en stor informationskampagne (2030 NOW) for bl.a. at inspirere unge til at søge uddannelse indenfor de områder, FN's Verdensmål dækker, og samtidig give den brede offentlighed en mulighed for at forstå vigtigheden af Verdensmålene. Det primære formål er at oplyse og at inspirere til adfærdsændring overfor 100.000 vis af besøgende, samt igennem uddannelse lede til konkrete handlinger, der medvirker til realiseringen af målene. Kampagnen består af en bog, en skoleplakatudstilling og en stor udendørs udstilling. Den sidste sker i et samarbejde med Aarhus Universitet.

2030 NOW handler om vores fremtid. FN's Verdensmål viser vej til en verden med et liv i værdighed for alle på en levende og sund planet. Kendskabet til Verdensmålene skal ud til flest mulige, og derfor ønsker vi at skabe en mobil nyskabende udendørs udstillingsplatform, som rundt i Danmark kan skabe opmærksomhed om, hvordan vi fælles når frem til den fremtid, som alle FN's nationer har forpligtet sig til at arbejde for.

I første omgang ønsker vi at vise udstillingen i København, men håber at finde supplerende finansiering til også at vise den i Aarhus, Aalborg og Odense i løbet af 2021 - alle steder af ca. 6 ugers varighed.

På udstillingerne vil vi invitere forskellige aktører (lokale og landsdækkende) til at bruge udstillingen til at gøre opmærksom på deres mærkesager i relation til Verdensmålene. Vi er i dialog med bla. Stop spild af mad, Care Danmark, Global Goals World Cup og samtidig planlægger vi et nært samarbejde med Copenhagen2021 - WorldPride og EuroGames.. Sammen med Aarhus Universitet sættes der - gennem workshops, rundvisninger og seminarer arrangeret af Aarhus Universitet - fokus på de enkelte delmål. Med initiativet kan vi medvirke til at sikre, at Danmark er på forkant med Verdensmålene, og at vi uddanner morgendagens "Verdensmål ambassadører", der vil medvirke til at gøre en positiv forskel i forhold til at realisere målene.

Nu da det danske samfund er ved at løse op ovenpå Coronakrisen, er det vigtigere end nogensinde at tilbringe tid ude i det fri, hvor smitterisikoen er mindre, og få lys og luft. Byrumsinstallationen 2030 NOW skal få de besøgende til at opdage glæden ved at gå på udstilling i det fri, og samtidig er udstillingen en både engagerende og inspirerende præsentation af Verdensmålene - herunder ikke mindst klima, bæredygtighed, biodiversitet og sundhed.

Med et kunstnerisk præget kulturprojekt som 2030 NOW, vist i det offentlige rum i en periode på 4-6 uger i hver by, inspirer vi byens unge studerende og alle andre besøgende til at opholde sig i det fri. Indholdet i projektet lægger op til debat og udvekslinger af synspunkter gæsterne imellem, og med gratis adgang og en åbningstid på 24 timer i døgnet vil der være rig mulighed for både at blive klogere og samtidig få en stor visuel oplevelse.

1// Byrumsudstillingen vil i første omgang blive vist i København, men forhåbentlig også i Aarhus, Aalborg og Odense i løbet af 2021 i samarbejde med Aarhus Universitet. Flere unge tager uddannelser med direkte fokus på Verdensmålene, og dermed opnår vi ikke blot bedre og mere oplysning ift Verdensmålene, men også en ny generation af ildsjæle og Verdensmål-ambassadører, der brænder for at gøre en forskel. Vi ønsker at gennemføre en ny landsdækkende udstilling i 2025 med fokus på status på indfrielse af Verdensmålene og hvad der er behov for for at komme helt i mål.

2// Plakatudstillingen, som er udsendt gratis til ca. 2.500 skoler i Danmark (Februar 2020), rammer de unge mellem 7 og 19 år (udsendt februar 2020)

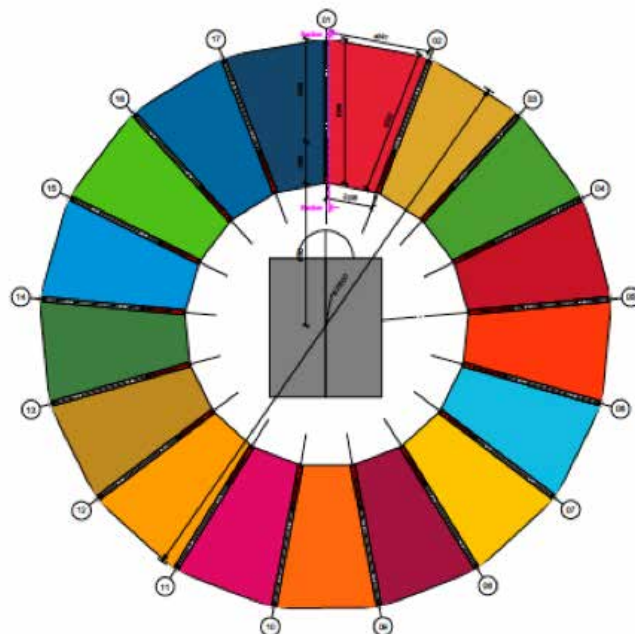
3// Bogen kan læses af alle og er et supplement (og udgangspunkt) for de mere målrettede aktiviteter (udgivet).

Vi ønsker med en positiv fremadrettet, kunstnerisk og uddannende udstilling om Verdensmålene at skabe en udendørs byrums kulturbegivenhed, som både kan informere og give inspiration til, hvordan man selv - der hvor man nu befinder sig - bedst muligt kan bidrage til at opfylde Verdensmålene.

2030 NOW projektet er en platform for oplysning og engagement i FN's Verdensmål: TÆNKE - SKABE - HANDLE i et samarbejde med Aarhus Universitet

Vi estimerer at 1-1,5 mill mennesker vil se 2030 NOW udendørsudstillingerne i de 4 byer!

2030 NOW inviterer mennesker til at tænke over verden i dag og til at bidrage til at gøre den til et bedre sted at leve for alle gennem kreativitet og handling.

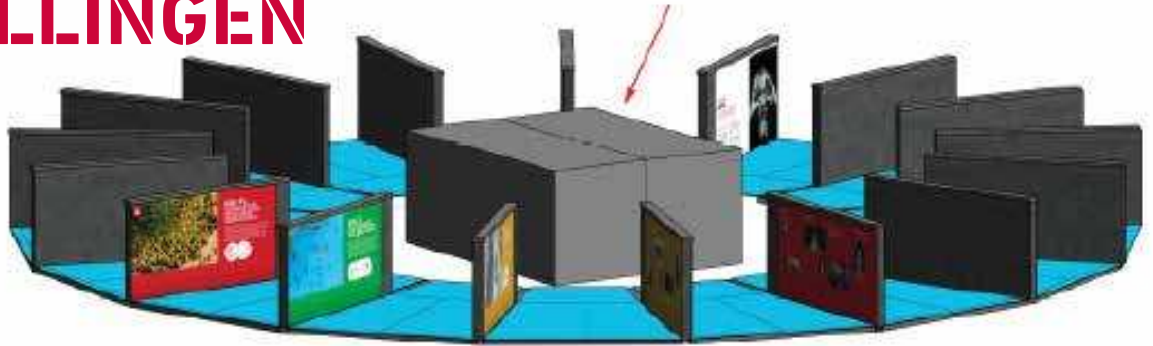


TÆNKE

SKABE

HANDLE

UDSTILLINGEN



Formidlingen af Verdensmålene sker på en byrumsudstilling, der vises på en platform (25 meter i diameter) udarbejdet som et forstørret "Verdensmålshjul" hvor hvert "lagkagestykke" beskriver det enkelte mål gennem citater fra ambassadører, spektakulære fotos, ildsjæle, kunstnere og perspektivrige tekster.

Udstillingen er bygget op om de 17 Verdensmål, hvert mål er forklaret gennem: THINK (videnskabelige facts og journalistisk uddybning) CREATE (en kunstner for hvert mål, som inspirer, henrykker, provokerer) ACT (en ildsjæl som konkret løser nogle af de udfordringer vi står over for i forhold til de 17 Verdensmål).

Udstillingen skal få den besøgende til at blive inspireret, overrasket og ikke mindst engageret i et ellers alvorligt emne - formidlet gennem kunst, fotografi, grafik og fængende ord.

2030 NOW præsenterer den verdensberømte franske fotograf Yann Arthus-Bertrand's stærke fotos, som beskriver Jordens tilstand. Det var Yann Arthus-Bertrand, der skabte verdenssuccesen Jorden set fra Himmelen, som vi viste som udendørs udstilling på Kgs. Nytorv i København, på Store Torv i Aarhus i 2001 og i årene derefter i 9 byer rundt omkring i Europa.

17 verdenskendte personer er ambassadører for 2030 NOW, og sammen med kunstnere og engagerede ildsjæle, deler de deres personlige engagement. Blandt ambassadørerne er Glenn Close, Sir Richard Branson, Nikolaj Coster-Waldau, Trevor Noah, Michelle Yeoh, Zoë Saldaña og Paul Polman. Blandt ildsjælene, som arbejder helt konkret med at virkeliggøre verdensmålene er Zainab Salbi, Céline Cousteau, Jan Eliasson og Dr. Evan Atar Adaha. Teksterne er skrevet af journalist og forfatter, Susanne Sayers.

MÅLGRUPPE - er Københavns beboere og besøgende, turister, børn, unge, gamle - først og fremmest alle dem, som ikke kender målene eller kun har en vag fornemmelse af dem. Derudover sætter vi særligt fokus på unge mellem 15 og 30 år, der overvejer eller er i fuld gang med en uddannelse og som gerne vil bidrage mere konkret i forhold til de samfundsudfordringer, vi står overfor.

Vores tidligere udstillinger har haft besøgstal på mellem 500.000 og 1.5 millioner - afhængig af by og varighed.



Partnerskab med Aarhus Universitet

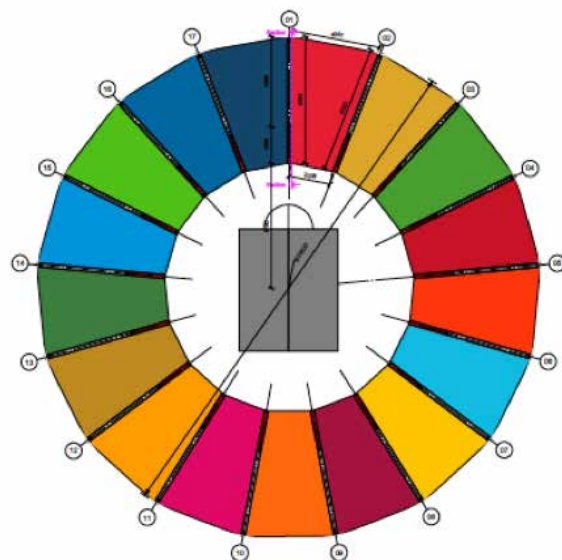
UDSTILLINGEN KOMMER TIL AT FUNGERE SOM EN PLAT-FORM FOR INFORMATION OG LÆRING.

I et samarbejde med Aarhus Universitet vil vi tage udgangspunkt i de mange forsknings- og læringsaktiviteter, som allerede foregår på universitet omkring Verdensmålene. Der er pt. 162 forskellige kurser og uddannelser på universitet, der direkte er relateret til målene, og vi vil inddrage Aarhus Universitets forskere og de studerende - primært i København - før, under og efter udstillingen vises.

De studerende vil være med til at arrangere paneldebatter om initiativer og løsninger - og gennem kampagner med udgangspunkt i udstillingen - engagere og inspirere både andre studerende, skoleelever og generelt de besøgende til konkret handling for at ændre adfærd og dermed understøtte, at Verdensmålene bliver opfyldt - og dermed skaber en bedre fremtid for alle.

Unge forskere (phd'ere og postdocs) vil i forbindelse med udstillingen fortælle om deres forskning, hvordan den relaterer sig til verdensmålene og hvilken potentiel impact den har. Endvidere vil der under udstillingsperioden være mulighed for som borger at blive involveret i et konkret forskningsprojekt, hvor man bidrager med indsamling af viden (citizen science).

Med udstillingen og samarbejdet med universitet ønsker vi at inspirere unge til at tage en uddannelse f.eks. i form af kurser, master uddannelser og phd projekter, for sammen med andre unge, at bidrage til en bedre verden. Endvidere ønsker vi at øge interessen for den forskning, der enten direkte eller indirekte er medvirkende til at redde planeten.



Verdensmålhjulet bliver 25 m i diameter. Stål og aluminiums konstruktion 17 fuldfarvet indgange til hvert Verdensmål.

Eksempler på mål 2+4 hvor gulvet samt vægge bliver indfarvet i målfarven, gulvmaterialet er coated kork. Udstillingen er åben 24/7 og belyst om natten.



2: UDDANNELSE

2030 NOW - Verdensmål på plakaten - et nationalt undervisningsprojekt

Fotografi, online kurser og personlige fortællinger giver hele landets skoleelever indblik i de 17 Verdensmål. FN's verdensmål blev sendt ud som en fotoudstilling i et unikt og gratis uddannelsesprojekt til alle landets folkeskoler, privatskoler, erhvervsskoler og gymnasier. De 17 mål illustreres med billeder af Yann Arthus-Bertrand.

Uddannelsesprojektet skiller sig ud ved at kombinere de visuelt engagerende fotografier og tilhørende tekster med en digital undervisningsplatform leveret af CanopyLAB og dertil mulighed for at få besøg af nogle af de mennesker, som hver dag kæmper for en bedre fremtid i nogle af verdens mest udsatte steder. Det er den humanitære organisation Care, der stiller sine Storytellers til rådighed for skolerne sammen med en række af de deltagende virksomheder.

Denne del af projektet er finansieret af en række virksomheder, institutioner og ngo'er og plakatsættene er udsendt til knap 2.500 skoler i Danmark.

Projektet er klar til at blive versioneret til andre sprog, så et skoleprojekt kan supplere udstillingen rundt i verden.

Projektet blev udsendt til skolerne i februar/ marts 2020.

2030now.com/da/uddannelse/

Uddannelsesprojektet er finansieret af:
CanopyLAB, Stop Spild af Mad, Bilka, Lærerstandens Brandforsikring, Microsoft/DEA, Grundfos/Poul Due Jensens Fond, Dansk Energi, FH-Fagbevægelsens Hovedorganisation, DTU, Tuborgfondet, BRING, Føtex, Care Danmark, Netto, Den danske UNESCO-Nationalkommission, Ole Kirks Fond/Dansk Flygtningehjælp og PensionDanmark.

2030 NOW
VERDENSMÅL PÅ
PLAKATEN



3: BOGEN

2030 NOW - Bogen som beskriver de 17 Verdensmål: TÆNKE - SKABE - HANDLE

Bogens forord er skrevet af tidligere Generalsekretær for FN, Ban Ki-moon.

Hvert mål er et kapitel, og hvert kapitel åbnes med af et fotografi af den franske fotograf Yann Arthus-Bertrand. Billederne er ikke direkte illustrationer af målene, de skaber nysgerrighed og er åbne for fortolkning.

Tænke: Verdensberømte personligheder deler i et kort citat deres perspektiv på målet. Afsnittet fokuserer på selve målet, visionen om den fremtid, det repræsenterer, og udforsker forskellige aspekter af det.

Skabe: Kunstnere præsenterer værker, der relaterer til Verdensmålene

Handle: Ildsjæle, der konkret arbejder med et eller flere aspekter af mål og delmål et sted i verden, og som er med til at virkeliggøre den fremtid, som målene skal føre til, omtales og interviewes. Formålet er at inspirere læseren til at forstå, at Verdensmålene er fælles mål, som kun kan blive opfyldt, hvis alle arbejder for det, der hvor de bor, arbejder, studerer eller går i skole.

Bogen er finansieret af en privat investor og er pt. solgt i ca. 10.000 eksemplarer.
2030 NOW er udgivet på dansk og engelsk.

2030now.com/



Life Exhibitions har gennem 20 år arbejdet med produktion og etablering af udendørs fotoudstillinger, events og bøger med fokus på natur, klima, bæredygtighed.

Vi har vist 42 udstillinger i 23 byer i 11 lande i Europa med et samlet estimeret besøgstal på mere end 30 millioner.

2030 NOW – THINK CREATE ACT – er et initiativ af Stine Trier Norden og Søren Rud.

Det er oprindeligt en coffee table bog, udgivet af deres forlag, Life Publishing i 2019.

I Danmark stod Life Exhibitions bag bl.a. Jorden set fra Himmelen, 100 Steder at huske før de forsvinder, Habitat Aarhus og Københavnergrøn.

Life Exhibitions/Publishing har en stor erfaring med udgivelse af bøger. I 2009 udgav vi f.eks. bogen 100 Steder at huske før de forsvinder i forbindelse med udstillingen af samme navn. Den blev solgt i mere end 40.000 eksemplarer i Danmark.

Life Exhibitions er grundlagt af fotograferne Stine Trier Norden og Søren Rud. De fik i 2010 Care Danmark prisen for samarbejdet omkring 100 Steder at huske... og var i 2012 nomineret til Nordisk Råds Miljøpris.

Track record 2001-2020

"Vis os vores natur", outdoor exhibition in the Botanical garden, Copenhagen, Denmark in cooperation with DR, the Natural-history Museums of Denmark. October 10 to November 8., 2020.

2030 NOW - by Life Exhibitions
Touring exhibitions planned 2021-23

2030 NOW: UN Global Goals – Lessons for All (Education) (*Verdensmål på Plakaten*)
Poster Exhibition and educational platform with 18 posters distributed to all schools in Denmark for free, 2020

Outdoor Exhibitions:

2019 Allinge, Bornholm, The People's Democratic Festival
2019 Copenhagen, BLOX, C40 Meeting
2019 Ballerup Library, 2030 Conference
Estimated outreach: 700.000
Partners: Lærerstandens Brandforsikring, Bilka, Microsoft/DEA, Poul Due Jensen/Grundfos Foundation, Føtex, Dansk Energi, Bring, Netto, Care, DRC Dansk Flygtningehjælp/Ole Kirks Fond, Fagbevægelsens Hovedorganisation, Tuborgfondet, Pension Danmark, Stop Spild Af Mad, Den danske

UNESCO nationalkommission, DTU and CanopyLAB

2019 Coffee-table Book

2030 NOW – 17 Goals · 9 Billion People · 1 Future, published in English and Danish

NaTur i Byen (Nature in the City) by Life Exhibitions

Outdoor exhibitions:

2017 Copenhagen, Nørreport, Forum, Melchiors Plads

2018 Copenhagen, Regnbuepladsen

2017 Exhibitions in the Copenhagen Metro: Summer and Autumn

Estimated outreach: 2 mill

naturibyen.com

Partners: Nordea-fonden, Miljøpunkt

Streets of the World by Jeroen Swolfs

2017, Copenhagen, Carlsberg Brewery

Habitat Aarhus by Life Exhibitions

2016-2018

Three outdoor exhibitions in Aarhus over 2 years

Estimated outreach: 1 mill

Habitataarhus.dk, photo competition, hardcover exhibition catalogue

Partners: Naturhistorisk Museum Aarhus, Nordea-fonden, Jyllands-Posten

Copenhagen Green by Life Exhibitions

Outdoor exhibition

2014 Copenhagen, Højbro Plads

Estimated outreach: 500000

Partner: Nordea-fonden

Copenhagengreen.com, hardcover exhibition catalogue, small pocket guide

Danmark Dejlignst (Denmark Naturally) by

Life Exhibitions

Outdoor exhibition:

2011 Copenhagen, Højbro Plads

Estimated outreach: 600000

Partners: Danmarks Naturfredningsforening, Dansk Retursystem

Website, hardcover exhibition catalogue

Wild Wonders of Europe by 69 European

Photographers

Outdoor exhibitions:

2010 Den Haag

2010 Prague

2011 Copenhagen

2012 Madrid

2012 Berlin

2013 Stockholm

Estimated outreach: 7 mill

Partners: Rewilding Europe, WWF, Stockholm Cultural Festival, City of Oslo, Ministry of Environment Norway, City of the Hague and companies

Spirit of the Wild by Steve Bloom

Outdoor exhibition

2006 Copenhagen

2007 Amsterdam

2007 Stockholm

2007 Oslo

2008 Stavanger

Estimated outreach: 5 mill

Partners: Stockholm Cultural Festival, City of Oslo, Ministry of Environment Norway, City of Stavanger, City of Amsterdam and private companies

Global Wind Energy by Life Exhibitions
Global campaign for web/exhibition/printed products 2008-2009

Partner: Global Wind Energy Council (GWEC)

Campaign launched at COP14 in Poznan in December 2008

100 Places to Remember Before They

Disappear by Life Exhibitions

Outdoor exhibitions in Denmark

2009 Aarhus

2009 Copenhagen

2010 Vejle

2011 Højer

2012 Bjerringbro

2012 Kolding

Estimated outreach: 1 mill

Partners: Suzlon, Care Denmark, City of Copenhagen, City of Aarhus, IPCC and private companies, UN, Ministry of Climate, Nordisk Film

Pre-launch at IPCC 10 Year Anniversary,

2008 Geneva

Coffee-table book and catalogue published in 8 countries

Newsweek - 2010

Publication of a special edition with 100 Places project in 250.000 copies worldwide for Newsweek

Production of 100 TV-spots 2009 presented in Cannes

Distributed to TV channels in 12 countries: Denmark, Norway, Thailand, Ukraine, USA, Germany, Australia..

Horses by Yann Arthus-Bertrand

Outdoor exhibitions:

2005 Copenhagen

Indoor exhibition

2006, Stockholm, Kulturhuset

Estimated outreach: 600.000

Coffee table book in Swedish, Danish.

Earth from Above by Yann

Arthus-Bertrand

Outdoor exhibitions:

2006 Amsterdam

2005 Helsinki

2005 Gothenburg

2004 Lisbon

2004 Vienna

2003 Trondheim

2003 Reykjavik

2003 Amsterdam

2003 Slagelse

2002 Stockholm

2002 Oslo

2002 Skagen

2001 Aarhus

2001 Copenhagen

Estimated outreach: 13 mill

Partners: Canon Europe, WWF

Coffee table book and children's books published in Danish, Swedish, Norwegian, Portuguese

www.lifeexhibitions.com



Letter of support

I am pleased to endorse the 2030 NOW project carried out by Life Exhibitions.

It was a great achievement when the UN agreed on 17 goals, a vision for a better world in 2030, leaving no one behind. It will take an even greater achievement to make the vision come true, but it can be done. It will take the combined efforts of many to achieve this, which is why it is necessary to make more people aware of the 2030 goals and inspire each of us to make our contribution.

An estimated two thirds of the world's population will live in cities by 2050 which makes cities key to global sustainability. An increased awareness of the goals and how they can be used as drivers for a better tomorrow will empower citizens and political, academic, and business leaders alike.

The book 2030 NOW and the upcoming exhibitions works towards creating awareness and hope and inspiration for action through art, photography, interviews with local heroes and global leaders, and by describing how we can make the 2030 vision reality through the combined efforts of will, heart, new technology, partnerships and cooperation.

Creative and clever ways of communicating this crucial message to people, politicians and stakeholders around the world are indispensable, and this ambitious traveling exhibition and book would be a way to spread the goals and the vision behind them to more people.

Life Exhibitions track record speaks for itself. I am, therefore, pleased to give 2030 NOW my wholehearted support and wish 2030 NOW every success in its realisation.

Kind regards

Frank Jensen

Lord Mayor
Copenhagen

8. October 2019

Overborgmesterens
Sekretariat

Københavns Rådhus,
Rådhuspladsen 1
1599 København V

EAN nummer
5798009800282



BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Tilskudsmodtagers navn: Life Exhibitions
CVR: 26841712
Festivalens/eventets navn: 2030 NOW – Tænke · Skabe · Handle

Projektperiode: 01.08.21 – 12.09.21

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	750.000		ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)			
a) Augustinusfonden	500.000		bevilget
b) Rambøll	150.000		bevilget
c) Velux Fonden	200.000		ansøgt
d) Knud Højgaards Fond	250.000		ansøgt
e) Kunstfonden	100.000		ansøgt
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Egenbetaling	500.000		bevilget
b) Støtte fra Poul Due Jensens Fond/Grundfos	250.000		bevilget
INDTÆGTER I ALT	2.700.000		

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Tekst/fotos/design	700.000	
Print af udstillingsmateriale	300.000	
Leje af udstillingsplatform	500.000	
Copyrights tekst/foto + oversættelse	280.000	
Montering/demontering inkl. Elektricitet, transport	255.000	
Forsikring, concept fee, sikkerhed	200.000	
PR og markedsføring	100.000	
Projektkoordinering	150.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	20.000	
Revisionshonorar	20.000	
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Sideevents, Aarhus Universitet	125.000	
b) Div.	50.000	
c)		
UDGIFTER I ALT	2.700.000	

RESULTAT		
-----------------	--	--

Kommentarer/forbehold:

2030 NOW - udendørs byrumsudstilling - budget 2021

KØBENHAVN

Life Exhibitions

	København
	Kr.
Montering/demontering inkl. Lys	150.000
Tilpassede tekster til udstillingen	100.000
Grundmateriale tekst/fotos/grafik	500.000
Design udstilling	80.000
Design og print info pavillon	25.000
Lokalt indhold og aktivering	75.000
Print indhold	275.000
Leje af udstillingsplatform	500.000
Oversættelse til engelsk	80.000
Copyrights tekster + fotos	200.000
Strømforbrug + tilslutning til el net	20.000
Gaffeltruck - leje	10.000
Forsikring	25.000
Cocept fee	150.000
Presse	50.000
Marketing/SoMe	50.000
Projekt koordinering	150.000
Vedligeholdelse af udstilling mm	25.000
Vagter	30.000
Rejser og ophold	15.000
Transport udstilling	25.000
Administration	100.000
Regnskab/revision	15.000
Div.	50.000
TOTAL	2.700.000

Ex. moms

Finansieringsplan

Udgifter jf. budget 2.700.000

Indtægter

Fonde - bevilget	500.000
Tilskud fra Rambøll	150.000
Tilskud fra Poul Due Jensens Fond/Grundfos	250.000
Egenbetaling	500.000

Andre fonde ansøgt: Velux, Salling Fonden, Louis-Hansen Fonden, Knud Højgaards Fond, Kunstfonden

September 2021

Ansøgning om tilskud til afholdelse af Rigtig Cider Festival 2021

Ansøger:

Rigtig Cider festival, C/O Holm Cider
Istedgade 44
1650 Kbh V
CVR: 37601365
Virksomheden er momsregistreret.

Kontaktperson(er):

Rasmus Holm
rasmus@holmccider.dk
+45 50132370

&

Pernille Rosenbæk
pernille@holmccider.dk
+45 41197481

Om ansøgeren:

Rigtig Cider er en sammenslutning af 3 af Danmarks største aktører på cidermarkedet: Æblerov, Decideret Cider og Holm Cider.

Rigtig Ciders primære formål er at bidrage til udbredelsen af cider i Danmark, med særlig fokus på dansk produceret cider. Dette sker hovedsagligt gennem afholdelsen af en årlig cider festival under samme navn.

Festivalen er blevet afholdt siden 2016, og har oplevet støt fremgang i besøgstal fra 200 det første år til over 1000. Samtidig er det undervejs lykkedes at få god pressedækning og stor opmærksomhed på sociale medier.

Æblerov: Danmarks mest toneangivende ciderproducent og i høj grad skaberne af den "nye nordiske ciderstil".

Decideret Cider: En af de absolut mest ambitiøse ciderproducenter i Danmark, der har slået sit navn fast, med kvalitets cidere der rammer både et billigt hverdagsniveau og er på menuen på Geranium.

Holm Cider: Europas mest specialiserede ciderbutik og -bar. Er en drivende kraft bag at København er kommet på kortet som et sted for ciderentusiaster internationalt.

Rigtig Cider: <http://www.rigtigccider.dk/>

Holm Cider: <https://holmccider.dk/>

Æblerov: <http://www.aeblerov.com/>

Decideret: <https://www.decideretcider.dk/>

Projektbeskrivelse:

Rigtig Cider – Copenhagen Cider Festival, har været afholdt årligt siden 2016 og er den første og største cider festival i Skandinavien. Der inviteres producenter fra hele Europa, dog med primært fokus på danske producenter.

Rigtig Cider festivalen planlægges afholdt i maj måned 2021, på Knipps Kaj i København. Den primære del af festivalen er en stor cidersmagning, hvor producenterne inviteres til at komme og vise deres cider frem og tale med festivaldeltagerne om alle facetter af produktionen. Foruden smagningen vil der i samme weekend være flere forskellige mindre arrangementer rundt omkring i København, der alle involverer æbler og cider. Det værende sig spiseoplevelser, talks, workshops, udstillinger eller lignende. Det endelige program er ikke fuldstændig på plads endnu, men tilpasses i forhold til ressourcer, interesse og ikke mindst COVID-19 hensyn.

Formålet med festivalen er at udfordre folks kendskab og opfattelse af hvad rigtig cider er og på samme tid illustrere mangfoldigheden i ciderproduktionen. Festivalen faciliterer desuden muligheder for at skabe netværk mellem tilstedeværende frugtavlere, ciderproducenter, restauratører, forbrugere og andre med interesse for cider.

Foruden den primære målgruppe, festivalgængerne, er vores succeskriterie for medieomtale 2-3 artikler i landsdækkende medier, samt mindre artikler i 5 lokale/faglige medier. Vi håber at kunne skubbe til samtalen om cider og være med til at etablere en faktisk cidertradition og kultur i Danmark. En kultur der er sin egen og som ikke blot læner sig op af eksisterende etablerede traditioner, som eksempelvis den franske og den engelske.

Antal forventede deltagere:

Baseret på tidligere års deltagerantal, forventer vi igen i år en lille stigning i antallet i forhold til sidste år, og regner på den baggrund med mellem 1250-1500 deltagende på årets festival.

Relevans for København:

Udbredelsen af cider i Danmark fører mange gode effekter med sig. Foruden at det tilbyder os en måde at anvende de mange æbler vi har tilgængelig i Danmark, er cider også med til at øge værdien af æblet ved at vise potentialet i raffineringen af råvaren. Dansk cider er desuden et interessant bæredygtigt alternativ til importerede vine, og æblet omtalt mange steder som *nordens drue*.

Festivalen bidrager også til at styrke etableringen af København som Europas ciderhovedstad. Med den unikke tilgang til cider vi har i Danmark, og den status København allerede nyder som madmekka, er det oplagt at parre cidern og fine(r) dining, for på den måde at understøtte og yderligere styrke Københavns renommé og position som forgangsland hvad angår det kulinariske landskab.

Samarbejdspartnere:

Rigtig Cider festivalen arrangeres som nævnt i et samarbejde mellem Holm Cider, Æblerov og Decideret.

Derudover inviteres mellem 20 og 30 forskellige ciderproducenter fra hele Europa, hvoraf størstedelen vil være danske producenter.

Der arbejdes på samarbejder med andre æble-interessenter, som eksempelvis Pometet. Ligesom vi vil invitere frugtavlere, ciderproducenter, restauratører og andre til at deltage i programsatte aktiviteter som eksempelvis talks og workshops.

Udvikling og fornyelse:

Tidligere har festivalen som primært bestået af en stor cidersmagning og en middag om aftenen. Med festivalen 2021 ønsker vi at åbne op for flere mindre arrangementer og initiativer, både på den etablerede festivalplads, men også i form af mindre side-arrangementer rundt omkring i København spredt ud over den weekend festivalen forløber. Arrangementerne er ment som en måde at udvide

formatet af festivalen ved at tilbyde mindre arrangementer der muliggør dialog, hands-on deltagelse og nærvær, på en måde som en større smagning ikke gør.

Med de nye tiltag ønsker vi både at højne den faglige og lettere nørdede del af festivalen og vise mangfoldigheden af ciderens potentiale gennem nye koblinger og referencer.

Erfaring:

Rigtig Cider Festival har som nævnt været afholdt hvert år siden 2016, med undtagelse af 2020 hvor festivalen blev aflyst på grund af COVID-19.

Der er på nuværende tidspunkt allerede opbygget et grundskelet for festivalen og vi har gjort os erfaringer, på både godt og ondt, der stiller os bedre i forhold til at planlægge næste års festival.

Dét at hoveddelen af festivalen, smagningen, allerede har været afholdt og afprøvet ved tidligere festivaler gør at vi i år kan frigive mere tid og energi til at udvikle festivalen som et hele, blandt andet ved at udvikle de mindre arrangementer rundt omkring i København i samme weekend som festivalen afholdes.

BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn: Rigtig Cider Festival c/o Holm Cider
CVR: 37601365 (OBS: dette felt må <u>ikke</u> anvendes til CPR-nr., da skemaet offentliggøres på www.kk.dk)
Festivalens/eventets navn: Rigtig Cider Festival 2021

Projektperiode: <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 (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	25000		Nærværende ansøgning
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)			
a) Gartnerierhvervets produktions- og promilleafgiftsfond	75000		Ansøgt
Billetindtægter	177500		
INDTÆGTER I ALT	277500		

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	165000	
Festivalplads (leje af plads, telte, toiletter etc)	45000	
Diverse (Parkering, skyllestationer, småindkøb etc)	8000	
Promotion (hjemmeside, plakater, sociale medier etc)	20645	
Merchandise (armbånd, t-shirts)	1960	
Materialer (Is, glasbakker, smageglas, producentskilte)	17250	
Forplejning til frivillige og producenter under festivalen	7050	

Gebyrer: onlinesalg og iZettle	3595	
Buffer	9000	
UDGIFTER I ALT	277500	

RESULTAT	0	
-----------------	----------	--

Kommentarer/forbehold:

Det skal nævnes at de, i ansøgningen nævnte, mindre arrangementer rundt omkring i København ikke er medregnet i nærværende budget. Disse arrangementer er tænkt som enkeltstående størrelser, der kan dækkes af billetindtægten på det enkelte arrangement og i samarbejde med de involverede samarbejdspartnere.

ANSØGNING TIL
FESTIVALPUJLEN

UNGDOMMENS FOLKEMØDE 2021



UNGDOMSBUREAUET SØGER MIDLER TIL UDVIKLING OG AFHOLDELSE AF UNGDOMMENS FOLKEMØDE 2021 I VALBYPARKEN

Ungdommens Folkemøde er en demokratifestival, der samler over 25.000 unge og dertil et væld af politikere, organisationer, meningsdannere, beslutningstagere, magthavere, kulturpersonligheder og andre af samfundets stemmer. I løbet af de fem år, hvor UFM har været afholdt – i år som pop-up festivalen Ungdommens Folkemøde på Hjul - har festivalen budt på en heksekedel af visioner, idéer, drømme og håb samt diskussioner, møder, samtaler, aktiviteter og udtryk, der har sat aftryk i ungdommen såvel som resten af landet.

Da Danmark blev lukket ned af en verdensomspændende pandemi i foråret 2020, måtte vi som mange andre redefinere årets megabegivenhed af en festival i Valbyparken. Det forhindret os dog ikke i, at ville sikre den demokratiske vitaminindsprøjtning til den danske ungdom – tværtimod! I stedet har vi i 2020 ladet festivalen komme ud i landet gennem projektets nye lillesøster - Ungdommens Folkemøde på Hjul. Derudover har det givet anledning til, at vi har kunne trække vejret dybt, analysere og genbesøge konceptet for Ungdommens Folkemøde i Valbyparken.

Når vi d. 8.-9. september 2021 byder velkommen til UFM i Valbyparken for femte gang, så er det ikke alene Danmarks (og verdens!) største demokratifestival for unge, men det bliver samtidig med nye formater i bagagen. For at sikre denne kreative og involverende ud- og afholdelse af UFM, ansøger vi hermed om 750.000 kr. til UFM'21.

UDVIKLING AF FESTIVALEN

Siden vi slog teltplokkerne i græsset for første gang i 2016, har UFM været på en længere demokratirejse. Med en perlerække af elementer har vi sikret en symbiose mellem festival og folkemøde, og alle disse elementer bidrager til at engagere, overraske, involvere, udspørge, udfordre, rykke og gribe deltagerne på dagen, så unge går derfra med et... Wow!

I 2021 ønsker vi at benytte erfaringerne fra de tidligere år, og samtidig øge de enkelte elementers potentiale ved at afprøve nye formater og koncepter for festivalen. Ambitionsniveauet er med andre ord at skabe en demokratisk platform, hvor UFM giver ungdommen mere tro, håb og ikke mindst magt! Festivalen vil i endnu højere grad styrke den demokratiske dialog, og give grobund for samskabelse blandt vældet af samfundsaktører på pladsen. Elementerne som består af både nye og gamle tiltag, er følgende:

Tematelte: Temateltene er runde og ovale telte placeret rundt omkring på pladsen. I hvert tematelt er mellem 3-7 organisationer tilstede med én delt scene. Vi forventer omkring 10-15 tematelte, som hver kan rumme alt fra 5-500 personer, alt efter om arrangementerne kalder på intimitet eller mangfoldighed. Et eksempel kunne være et telt, hvor AIDS-fondet, LGBT+ Ungdom, Sex & Samfund samarbejder om normkritisk og inkluderende læringsrum og politiske tiltag.

Fremfor at deltagerne skal rundt og besøge 85 organisationer i hvert sit telt og kun kan forpligte sig kort til hver, vil de nu kunne gå i dybden med et tema og få organisationernes forskellige bud på det.

Navlen: Navlen er festivalens centrum, der hvor festivalens tyngdekraft trækker deltagerne hen. Dette er Ungdomsbureauets område, hvor indholdet og aktiviteterne primært er kureret af sekretariatet og frivillige. Derudover vil området været spækket med pop-up arran-



gementer, kunstinstitutioner, talerscenen Ølkassen mv.

Ølkassen: Ølkassen er vores talerscene – herfra inviteres alle op til at holde brandtaler, om du går i 1.g på Niels Brock, går på NEXT uddannelse eller er landets Statsminister. Gennem tiden har partiledere, ministre, aspirerende boy-bands og aktivister talt og optrådt på Ølkassen, og der har været over 150 indslag på scenen siden 2018. Vi vil nu ophæve Ølkassen og gøre den til vores hovedscene, som placeres i navlen.

Hemmeligheden: Hemmeligheden – tidligere Hemmelig scene - er et område, der ligger gemt væk uden for selve festivalpladsen. Her er der fokus på det tabubelagte, det intime og emner, der har godt af at blive talt om i et trygt forum. Her er et rum der behandler bagsiden af det at være ung, hvor unge kan gå i dybden med det, som gør ondt.

Alléen: Alléen, der fører fra indgangen af Valbyparken og ned til festivalen, med sine ca. 1000 skridt tager den omkring et kvarter at gå. Alléen er startskuddet til vores vidensopsamling gennem dataindsamling via spørgsmål, da alle deltagerne vil gå gennem alléen, både når de kommer og går igen. Dette vil også inkludere mulighed for at få indflydelse på arrangementer på festivalen, via stemmeafgivelserne, eksempelvis bestemme hvilket emne Statsministeren skal tale om.

Foruden disse elementer, har vi opstillet en række dogmer, der sætter rammerne alle festivalens aktiviteter. Når vi og vores samarbejdspartnere skaber indhold, koncepter mv. sætter dogmerne rammer for de valg, der træffes og retninger der lægges. Dogmerne tager udgangspunkt i de prioriteter, vi har i UFM's strategi:

Samarbejde: På tværs af alle der er med på Ungdommens Folkemøde samarbejdes omkring indhold, praktiske forhold, udvikling mv. Eksempelvis, når organisationerne i de enkelte tematelte – i dialog med vores frivillig - sammen udvikler formaterne for indholdet.

Sætte aftryk: Ungdommens Folkemøde skal med unge og samarbejdspartnere sætte aftryk på samfundet. Når organisationerne afholder workshops, skal der skabes konkret udbytte. I teltene er der fysiske installationer hvor unge kan sætte sit præg og udtrykke sig.

Hele året: I undervisningen, på vores sociale medier og i organisationerne vil Ungdommens Folkemøde leve året rundt, når vi sætter unge sammen med organisationer og magthavere.

Mere ung, mindre elev: Når vi skaber Ungdommens Folkemøde og indholdet dertil er fokus på unge som mennesker i en livsfase og ikke udelukkende som elever i en klasse.

Sanser: Ved at bringe alle sanserne i spil sætter oplevelser sig stærkere i kroppen, og deltagerne bliver udfordret med hele deres væsen.



BÆREDYGTIGHED SOM FOKUS

Folketingsvalget i 2019 blev som bekendt erklæret et klimavalg blandt andet grundet ungdommens engagement. Ungdommen har gentagende gange bevist, at de ønsker og forventer reelle

forandringer til gavn for klimaet. Vi har selvfølgelig løbende forsøgt at optimere festivalens bæredygtighed, og vi ønsker fortsat at finde nye og mere optimale løsninger. Når unge kræver klimahandling, så er det essentielt for UFM, at vi forsat går med i kampen for klimaet og fremtiden! Dette udspiller sig gennem vores indhold såvel som festivalproduktionen igennem følgende:

Klima tematelt: Flere stadeholdere sætter i stigende grad fokus på bæredygtighed og FNs Verdensmål, og vi planlægger at have et eller flere telte dedikeret alene til dette. Via indholdet i temateltet – på scenen og den demokratiske dialog – vil fokus anlægges på, hvordan vi skal sikre nye og bedre løsninger for samfundet.

Klimamarch: Vi planlægger at afholde en klimamarch under festivalen, hvor vi i fællesskab råber op om klimaretfærdighed. Dette vil vi gøre i samarbejde med bl.a. Fridays For Future og Den Grønne Studenterbevægelse, og dertil planlægger vi at invitere Greta Thunberg.

Samarbejder: Vi udvider hele tiden vores netværk af relevante samarbejdspartnere til at sikre en bæredygtig festival, og vi søger hele tiden nye inputs til nye relevante samarbejder. Vi planlægger i 2021 et samarbejde med LoveSpring, der som socialøkonomisk virksomhed både bidrager med gratis vand på festivalpladsen, og samtidig laver brønde til rent drikkevand i Afrika på baggrund af de midler, som de tjener fra salg af deres bionedbrydelige drikkedunke.

Uddelingspolitik: Vi har en politik for organisationers uddeling af materiale, hvor det ikke er tilladt at dele flyers, bolsjer og andet. Dette er for at mindske mængden af affald og produktionen af materiale i forbindelse med festivalen.

Affaldssortering: Vi sorterer affald i op til 9 forskellige fraktioner, alt efter område. Derudover samarbejder vi løbende med bl.a. RF Experience om nye muligheder for sortering af madaffald og emballage.

Genanvendelse: Vi genanvender så meget af det materiale, der produceres til festivalen som muligt, alt fra skilte og bannere til installationer, frivilligtøj og loungemøbler. Derfor har vi bl.a. ikke årstal på vores materialer, da eksempelvis overskudsfrivilligtøj kan gå igen til året efter.

Toiletløsninger: Vi har optimeret vores løsninger for festivaltoiletter, så vi nu bruger mindre strøm og vand.

El-gators: Fremfor gators (golfbiler) som kører på diesel, har vi i stedet skiftet til eldrevne.

Frivilligtøj: Vores frivilligtøj, en t-shirt og sweatshirt, produceres af klimahensyn af det danske tøjmærke Neutral.

Konfetti: Hvis der anvendes konfetti, glimmer el.lign. til et sceneindslag, er dette bionedbrydeligt.

Egentryk: Vi arbejder løbende på at skære ned på produktionen af papirmateriale. Derfor har vi udfaset vores festivalavis, til fordel for en mindre programfolder.

Bæredygtighed er en konstant og løbende proces, hvor vi hele tiden forsøger at finde de bedste løsninger. Som festival forbedrer vi os hvert år, og vi er bl.a. medlem af Brancheforeningen for Oplevelsesproducenter, med henblik på at dele erfaringer om bæredygtighed (og andet), samt at kunne stå sammen i henvendelser til leverandører med et større fokus på bæredygtighed. Denne forbedring af festivalens bæredygtighed kan desuden understøttes af Valbyparken gennem kloakering og bedre el-forhold. To indsatser, der vil have afgørende effekt for UFM og andre festivalers

klimaaftryk i Valbyparken. Vi er i tæt dialog med RF Experience for at gøre produktionen af UFM mere bæredygtig, og er nysgerrig på flere nye inputs til dette!

COVID-19 OG AFHOLDELSE AF UFM'21

Vi holder løbende øje med udviklingen af Covid-19 samt myndighedernes udmeldinger på området. Derfor er vi allerede nu i dialog med et netværk af mange aktører, hvor vi arbejder på anderledes festivaldesign og -program, der bl.a. vil kunne zone-inddeles for at mindske smittespredning. Vi forventer dog at gennemføre festivalen ved løbende at skabe nye initiativer, som forholder sig til den nyeste situation med pandemien.

LANGT UD OVER FESTIVALPLADSEN OG -PERIODEN

Visionen for UFM er at skabe mere ungdomsmagt! På trods af unges stigende demokratiske selvtilid ser vi fortsat, at unge ikke inddrages i emner, der berører ungdommen selv. For selvom ungdommen i høj grad har fundet fællesskab og styrke i at samle sig, betyder det ikke, at der nødvendigvis lyttes. I takt med at ungdommen sparker flere og flere døre ind og kræver sin plads ved forhandlingsbordene, skal UFM være det rum, unge kalder på. UFM skal samle og styrke ungdommens stemme – sikre mere magt til ungdommen. Vi vil udvide mulighederne for forskellige udtryksformer, hvor unge kan stille krav, kræve ansvar fra sig selv og beslutningstagere og skabe nye initiativer, der bringer samfundet tættere på det, unges visioner, drømme og håb kalder på; bringe ny ilt til den danske demokrati-sø, så diversiteten kan blomstre.

Dialog og overfladeinddragelse er ikke nok; unge skal selv have mulighed for at handle på deres holdninger og samfundet skal gøre mere end blot lytte. Unge forventer ansvar og magt til at handle, for ungdommen ønsker at skabe en bedre fremtid! Derfor skal vi på UFM gå fra primært at facilitere dialog til også at facilitere handlingsrum¹. Vi vil gerne vise unge, at magt ikke kun er noget man får, men også noget man kan tage. UFM fornemmeste formål er at sikre unge en styrket magtposition i demokratiet – unge skal have større indflydelse på egen fremtid. Festivalen er således ikke afgrænset til sine to dages afvikling, men dens handlingsplaner, politiske visioner og håb skal i stedet række ud over Valbyparkens grænser! Vi arbejder derfor løbende på dels at sikre deltagelse fra hele landet, men samtidig også skabe politiske ringe i vande, som skaber reel magt til den danske ungdom! Dette gør vi bl.a. ved:



UFMpH: I november 2020 rykker vi teltplokkerne op af Valbyparkens muld, og sætter Ungdommens Folkemøde på hjul! Foruden 3 forskellige lokationer i København, kommer demokratifestivalen forbi Roskilde, Nyborg, Aalborg, Esbjerg og Silkeborg. De 8 pop-up festivaler skal udover at styrke den demokratiske selvtilid hos lokale unge, udbrede kendskab til festivalen og gøde jorden for mere mangfoldig deltagelse på UFM i Valbyparken i 2021. Med UFM på hjul, kan vi arbejde for at trække endnu flere unge til hovedstaden og vise hvad byen kan.

¹ I vores egen evaluering Ung og reduceret fra 2019 fremgår det, at unge kræver et handlingsrum og muligheder for at fremsætte løsninger på de problemer de oplever i samfundet. <https://ungdomsbureauet.dk/wp-content/uploads/2020/05/Ung-og-Reduceret.pdf>

Besøg på uddannelser: Det er målet for UFM, at deltagerne på festivalen afspejler mangfoldigheden i den danske ungdom, både hvad angår uddannelse og geografisk placering. Vi vil i arbejdet med UFM drage på Danmarkstur, og her vil vi besøge alskens forskellige ungdomsuddannelser, hvor ca. 96% af en årgang begynder².

Handlingsplaner fra unge til samfundet: Vi tror på, at unge er eksperter på deres egen hverdag. Derfor skal ungdommen inddrages i udarbejdelsen af handlingsplaner, der påvirker hverdagen og samfundet omkring dem. UFM arbejder på at styrke unges demokratiske selvtillid og tro på, at de har noget at skulle have sagt. Derudover er UFM's sigte at bidrage med konkrete erfaringer og handlingsplaner til beslutningstagere, som alle kan styrke unges livsvilkår i demokratiet.

Effektmåling: På UFM'21 i Valbyparken skal en effektmåling foretaget af en ekstern evalueringspartner give os indsigt i, hvordan UFM bidrager til den enkelte unges demokratiske selvtillid og ikke mindst udfordre og rykke unge på deres interesser og holdninger. Effektmålingen skal holde os til ansvar for vores egne ambitioner og visioner, så vi bliver ved med at udvikle Ungdommens Folkemøde i retning af at skabe mere ungdomsmagt.

UFM skal vække genklang i hele Danmark, og styrke ungdommens position i samfundet. Vi vil samle indtryk, udtryk, holdninger, drømme, handlinger og inspiration fra deltagerne på festivalen og videreformidle det til relevante aktører og samarbejder. Ved at samle et væld af organisationer fra forskellige samfundshjørner til dialog og debat med ungdommen, kan unges holdninger og idéer sætte aftryk i organisationernes videre arbejde. Derudover skal øget samarbejde på tværs af organisationer og unge forud og efter festivalerne bidrage til at ungdommen inddrages og får indflydelse hele året, så engagementet strækker sig langt ud over festivaldagene.

SAMARBEJDE PÅ TVÆRS AF FESTIVALER

Forudsætningen for Ungdommens Folkemøde er samarbejdet med et væld af organisationer. I 2019 var 110 organisationer samlet for at afholde workshops og gå i dialog med unge på festivalpladsen³. Derudover samarbejder vi med flere forskellige festivaler, som bistår med erfaringsudveksling og at skabe festivalstemning mv. Disse inkluderer:

Copenhagen 2021 (Worldpride): Ungdommens Folkemøde samarbejder med Copenhagen 2021, om at skabe et rum under Worldpriden, der har fokus på ungdom, fællesskaber og demokrati. Disse tre elementer er for Ungdomsbureauet byggestene for forståelse, accept og mangfoldighed i samfundet, hvilket Kvindefolk belyste gennem vores repræsentation af køn og etnicitet, som vi er danmarksmestre i⁴. Derudover har Ungdommens Folkemøde tidligere afholdt sin egen UngdomsPRIDE igennem festivalpladsen i samarbejde med LGBT+ Ungdom.

Copenhagen Contemporary: Ungdommens Folkemøde samarbejder i år med Kunstdemokraterne fra Copenhagen Contemporary, hvor unge udvikler kunst, der synliggør nutidige samfundsproblematikker. I år undersøger Kunstdemokraterne på festivalpladsen, hvilke stigma- og betingelser, som følger med den krop, som man er født ind i. Hvilket hertil relaterer sig til sexisme, racisme, ableisme mv.

Golden Days: Golden Days-festivalen afvikles af non-profit-kulturorganisationen af samme navn, og finder normalvis sted i forlængelse af Ungdommens Folkemøde i Valbyparken. Under titlen 'Forever Young' undersøgte kulturfestivalen Golden Days i september 2020 ung-

² Dette er baseret på Undervisningsministeriets estimater: www.uvm.dk/statistik/tvaergaende-statistik/andel-af-en-ungdomsaargang-der-forventes-at-faa-en-uddannelse/profilfigurer/hvordan-laeses-profilfiguren

³ Se bilag 3: Liste over organisationer, der bidrager til Ungdommens Folkemøde

⁴ <https://kvindefolk.dk/saadan-lige-repraesentation-af-koen-og-etnicitet/>

dommen som *fænomen, følelse, tilstand og troldepejl*. Her medvirkede Ungdomsbureauet som sparringspartner, workshop-deltager, taler mm.

Copenhagen Photo Festival: Et samarbejde mellem Ungdommens Folkemøde og Copenhagen Photo Festival er påbegyndt med henblik på at udvikle indhold til UFM'21 i Valbyparken. Ambitionen for samarbejdet er at udstille fotografier taget af unge, og sætte fokus på samfundet og fællesskabet. Dette er en del af vores atmosfæriske tiltag på festivalpladsen.

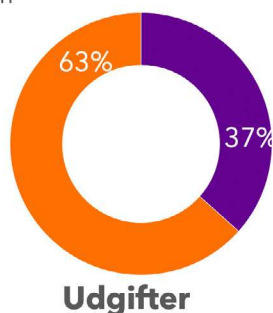
Copenhagen Maker: Vi planlægger i 2021 at samarbejde med Copenhagen Maker, hvis ambition er at engagere gennem fejringen af opfindelser, teknologisk skabertrang og maker-kulturen. Vi ønsker at skabe et rum, hvor unge udover at gå i dialog også opfordres til at skabe nye alternative løsninger.

ØKONOMI

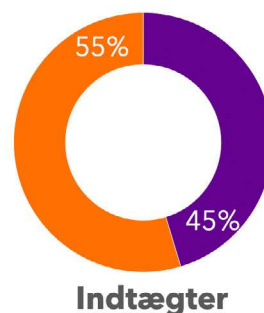
UFM finansieres af fonde og offentlige midler samt af betalte partnerskaber fra organisationer, som deltager på festivalen. Dette sikrer, at det er gratis at deltage på UFM, og at det derudover ikke kræver tilmelding eller lign. at dukke op på festivalpladsen. På den måde understøtter vi, at festivalpladsen bliver åben, levende og mangfoldig i sine deltagere. Derudover sørger vi for at holde partnerskabsprisen på et minimum, som skal sikre, at alle organisationer kan være med og sammen skabe den mest diverse demokratiplatform. Samtidig tilbyder vi på UFM en reduktion af prisen for de organisationer og foreninger, som er stiftet og drevet af unge selv. Ungdommens demokratiske tilstedeværelse på UFM er forudsætningen for hele festivalen!

Vi arbejder imidlertid løbende på at gøre UFM mere økonomisk selv bærende. Gennem strategiske og langvarige samarbejder med partnerskaber, håber vi på at kunne øge mængden af kommercielle indtægter. Dog insisterer vi på, at UFM stadig skal være gratis, for demokratiet skal være tilgængeligt for alle! Derfor må vi sande, at vi med vores ambitioner om at udvikle nye koncepter og formater for festivalen ikke kan afvikle uden støtte fra fonde.

■ Sekretariatsdrift
■ Festivalproduktion



■ Kommercielle
■ Fonde og puljer



Bilag 1: Projektbeskrivelse

KONCEPT

D. 8.-9. september 2021 afholder vi det femte Ungdommens Folkemøde i Valbyparken i København. Her vil en mangfoldig gruppe unge, på mere end 25.000 personer, fra alle ungdomsuddannelser deltage, sammen med de mange organisationer. Pladsen vil tage nye former med store runde tematelte med 3-7 organisationer repræsenteret. Hvor organisationerne tidligere har stået for sig selv og fremsat sine egne perspektiver, vil de nu stilles i samme område og samarbejde omkring udviklingen af indhold. Derigennem vil unge såvel som organisationer møde forskellige verdenssyn i dialogen med andre, der er nysgerrige eller interesserede i samme tema. Uden for temateltene vil der være kunstinstallationer, pop-up events, en hemmelig scene, talerscenen Ølkassen, afstemningsplatforme, loungeområder og meget mere, der alt sammen bidrager til at skabe en festival hvor unge kan udtrykke sine holdninger, direkte til magthavere, til hinanden eller for sig selv.

UFM skal vække genklang i hele det danske samfund, og styrke ungdommens position i samfundet. Vi vil samle indtryk, udtryk, holdninger, drømme, handlinger og inspiration fra deltagerne på festivalen og videreformidle det til relevante aktører i samfundet. Ved at samle et væld af organisationer fra alle samfundet hjørner til dialog og debat med ungdommen vil unges holdninger og idéer sætte aftryk i organisationernes videre arbejde. Derudover skal øget samarbejde på tværs af organisationerne, og øget samarbejde med unge forud og efter festivalen, bidrage til at ungdommens inddrages og får indflydelse hele året, så engagementet strækker sig langt ud over Valbyparken.

UNGES DEMOKRATISKE SELVTILLID

Danske unge er verdensmestre i demokratiske kompetencer – de stemmer i høj grad til valg og har stor viden om formelle beslutningsprocesser. Desværre viser vores unge lav interesse i aktivt samfundsengagement og har i det hele taget en lav tro på nytten af deltagelse, deres egen stemme og ungdommens stemme i almindelighed. Derfor er UFM en platform, der har til formål at styrke den danske ungdoms demokratiske selvtillid. Gennem UFM vil vi geninstallere ungdommen i demokratiet og sørge for, at unge har del i at sætte dagsordenen for samfundsudviklingen. Med sin heksekedel af visioner, idéer, drømme og håb samt diskussioner, møder, samtaler, aktiviteter og udtryk vil UFM være et frirum for unge og en mulighed for at inddrage dem i demokratiske processer og faglige oplevelser i virkelighedsnære formater.

Ved at

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

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

HISTORIK

UFM løb af stablen for første gang i 2016 med stor succes, og er sidenhen vokset i størrelse. I 2019 kunne byde velkommen til 25.000 deltagere og over 100 organisationer fordelt på 79 stadepladser. I år har en pandemi ramt os, og vi har valgt at sætte Ungdommens Folkemøde på Hjul og rejse ud til ungdommen i stedet for at lade ungdommen komme til os. Til november vil vi besøge 8 steder landet over og skabe lokalt forankrede folkemøder for unge. I 2021 vil vi fortsætte den vigtige lokale forankring og festivalen, og stadig køre på Hjul, men vi vil også vende tilbage til Valbyparken med et brag af et femårs jubilæum.

Ungdommens Folkemøde er gennem årene blevet begavet med priser, som vi er umådeligt stolte over at have modtaget. I 2017 modtog Ungdommens Folkemøde Hal Koch-prisen, en pris vi har kær, da vi i Ungdomsbureauet netop spejler os i Hal Kochs tanker om demokratiet. Vi modtog 2019 Columbus-prisen af samfundsfagslærerne, hvilket fortæller os at vi netop tilbyder anderledes og engagerende undervisningsformater. Vi modtog desuden i 2019 Årets Hovedstadspris af Region Hovedstaden, hvilket understreger at projektet også slår rødder i det politiske system.

Bilag 2: Budget

Tilskudsmodtagers navn: Ungdomsbureauet
CVR: 40 19 56 88
Festivalens/eventets navn: Ungdommens Folkemøde 2021
Projektperiode: 1. december 2020 – 31. december 2021

Indtægter	UFM'21 ex. moms	UFM'20 ex. moms	Noter
Tilskud fra Københavns Kommune	750.000	750.000	Ansøges hermed
Øvrige tilskud, specificeret	2.900.000	2.425.000	
Københavns Kommune – Teknik og Miljø	100.000	50.000	Endnu ikke søgt
SparNord Fonden	200.000	200.000	Ansøgt – afventer svar
Nordea-Fonden	500.000	1.000.000	Bevilget
Tuborg-Fonden	-	500.000	
Roskilde Festival Fonden	-	400.000	
Novo Nordisk Fonden	500.000	-	Ansøgt – afventer svar
Region Hovedstaden Kulturfremme	1.000.000	-	Ansøgt – afventer svar
Diverse mindre bevillinger	600.000	275.000	Endnu ikke søgt
Øvrige indtægter, specificeret	2.601.280	2.278.500	
Salg af stadepladser	2.140.000	2.295.000	
Salg af mad og drikke i boder, pre-orders	80.000	80.000	
Kommercielle partnerskab og annoncering	100.000	90.000	
Fees fra div. Foodtrucks	100.000	87.500	
Midler fra andet UB-projekt, Rumlig	181.280	176.000	Bevillet
INDTÆGTER I ALT	6.251.280	5.903.500	

Udgifter	UFM'21 ex. moms	UFM'20 ex. moms
Sekretariat	2.705.300	2.572.000
Faste lønninger (1. dec. – 31. dec.)	2.273.000	2.100.000
Drifts- og administrationsomkostninger	22.7.300	210.000
Frivillige	205.000	262.000
Undervisere	45.000	93.000
Underviserrekruttering, Tour, Annoncering	25.000	70.000
Undervisningsmateriale	10.000	13.000
Møder mellem undervisere og stadeholdere	10.000	10.000
Sceneindhold	90.000	190.000
Honorar, gaver og erkendeligheder – artister	40.000	125.000
Artist Care og transport af artister - forplejning	10.000	15.000
Stage managers	20.000	20.000
Udsmykning på scenerne	10.000	20.000
Koda Gebyr	10.000	10.000
Kommunikation & PR	150.000	250.000
PR-materiale, deltagerrekruttering, grafik	110.000	160.000
Streaming af scener, indhold online og IT-systemer	40.000	90.000
Site & Logistik	2.544.000	2.183.200
Infrastruktur, telte, toiletter, strøm, festivaletablering, billeje mv.	1.790.000	1.447.700
Fysisk tilgængelighed	50.000	50.000
Renovation, sortering, opbevaring og genbrug af materiale	68.500	65.000
Buffer og uforudsete udgifter	150.000	150.000
Scener, udstyr, PA, baggear og indkøb af materiel	310.000	295.000
Rejseomkostninger og forplejning sekretariatet	10.000	10.000
Vagter og sikkerhed	165.500	165.500
Atmosfære	510.000	435.000
Events og etablering af rum på pladsen	275.000	200.000
Kunst, udsmykning, siddemøbler og skiltning	135.000	135.000
Videnssamling og evaluering	100.000	100.000
Partnere, salg og organisationer	126.000	141.000
Varekøb	65.000	75.000
Rundvisning og vidensdeling	10.000	15.000
Diverse udgifter i forbindelse med salg	1.000	1.000
Rekruttering, pleje og lancering for organisationer	10.000	50.000
Udvikling, indholdskonferencer og netværksbar	40.000	-
UDGIFTER I ALT	6.170.300	5.864.200

OVERSKUD/UNDERSKUD	80.980	39.300
---------------------------	---------------	---------------

Bilag 3: Liste over organisationer der bidrager til Ungdommens Folkemøde

Alternativets Unge	Højskolerne
Aidsfondet	Jødisk Informationscenter
Anklagemyndigheden	KABS VIDEN
Arbejdmuseet	KBHSDHF&VUC
Arbejdsmiljørådets sekretariat	Københavns Universitet
Ældre Sagen	Kræftens Bekæmpelse & TrygFonden
Bayer A/S	Landbrug & Fødevarer
Britiske Ambassade	Landsindsatsen EN AF OS
Cyklistforbundet	Lejre kommune - Center for Kultur og Fritid
Danmarks Socialdemokratiske Ungdom	LGBT+ Ungdom
Dansk Folkeparti	Livslinien
Dansk Kulturinstitut	Movia
Dansk-Arabisk Partnerskabsprogram	Natteravnene/De Unge Ravne
Datatilsynet	Norges ambassade i København
Den Skandinaviske Designhøjskole	Politi
Det Dyreetiske Råd	Psykiatrifonden
Det Kongelige Teater	Rådet for Sikker Trafik
Det Konservative Folkeparti	Radikal Ungdom
Det Sociale Netværk/headspace DK	RessourceCenter Ydre Nørrebro
DGI	Roskilde Festival
DI (Dansk Industri)	SEGES
DR Nyheder	Sex & Samfund
Dyrenes Beskyttelse	SF Ungdom
EU Kommissionen/Udenrigsministeriet	Silba - Initiative for Dialogue and Democracy
Finanssektorens Arbejdsgiverforening (FA)	Socialistisk UngdomsFront
FN Byen København	SOS Racisme
Folkekirken	Spillemyndigheden
Folkekirkens Nødhjælps Ungdom	Styrelsen for International Rekruttering og Integration
7	Sundhed.dk
Folketinget	Sundhedsstyrelsen
Fonden Ungdomsøen	Tænketanken Demokratisk Erhverv
Forbrugerrådet Tænk	Transparency International Danmark
Foreningen Grønlandske Børn	U.S. Embassy Denmark
Forsvarsministeriets Personalestyrelse	Undervisningsministeriet, STUK
FSB, de boligsociale helhedsplaner i Husum, Tingbjerg og Utterslevhuse	Ung kræft
Grænseforeningen	Venstres Ungdom
Gymnasieskolernes Lærerforening	

Ansøgning til Festivalpuljen 2021

Kontaktoplysninger

Navn:

Frivillig Foreningen, Year One - Klimalov år 1
Mikkel Feierskov
Tanja Nyegaard
Hans Horte

Adresse:

Åmosevej 49, 4450 Jyderup

E-mail: kontakt@yearone.dk

Telefonnummer: 42680857

CVR-nr: 40392718

Titel på projektet, der søges om tilskud til

Year One - Klima Bazar

Hvor: Valby hallen

Hvornår 29 og 30 Maj 2021

Projektbeskrivelse

Hvad er Year One?

En Klimafestival der indeholder Klimasamtaler, Klimabazaar og Klimakunst der sætter fokus på ændringer i vores forbrugsmønstre og selvopfattelse, år et - efter en af de mest ambitiøse klimalove verden har set.

Hvem er Year One?

Year One er en forening bestående af en lille gruppe af event og projektmagere, der er opstået for at markere årsdagen for klimaloven.

Det er vores formål at fastholde politikerne på klimadagsordenen og konkrete initiativer.

Derudover vil vi facilitere en samskabelse mellem borgere, politikere og den progressive del af erhvervslivet, der vil være med når klima-toget kører fra perronen. Vi vil også inspirere til individuel bæredygtig livsstil.

Klimabazaar

I Valbyhallen vil der være fokus på familievenlige showcases hvor firmaer og interesseorganisationer fremviser deres produkter. Det er tanken at eventet skal være familievenligt og en oplevelse, hvor man både kan møde op med en klimabevidst dagsorden, men også hygge sig med noget lækkert bæredygtigt mad eller udforske ny bæredygtig teknologi.

- Oplæg af meningsdannere/kulturpersonligheder om klimavenlige tiltag
- Demonstration af bæredygtige madprodukter
- Demonstration af miljøvenlig transport, inspiration til omstilling for firmaer og private.
- Samskabelse mellem uddannelsesinstitutioner, erhvervsliv og publikum omkring nye klimavenlige tiltag
- Happenings hvor kunst og musik lavet af genbrugsmaterialer indgår
- Underholdning for børn

Formål

At erhvervslivet, meningsdannere og befolkningen mødes i et åbent samskabende forum, hvor debat om klima kan omsættes til konkret handling.

Forventet antal publikum

1000 publikum ved eventet dog vil dette blive taget op til revurdering i forhold sundhedsstyrelsens anbefalinger ift. Corona situationen.

Beskrivelse af projektets relevans for København

Projektet skaber værdi København fordi vi skaber nye samarbejder imellem erhverv, foreninger, organisationer og borgere. Vi skaber opmærksomhed og omkring København som en klimavenlig og grøn by.

Samarbejdspartnere og typer af samarbejde

Beskrivelse af hvilke institutioner, organisationer, foreninger, frivillige m.fl., som sammen med dig står bag projektet og deltager forpligtende i gennemførelsen

- Københavns kommune – Kultur V. – Det støtter med sparring om eventet Klimabazaren
- Copenhagen Volunteers – Frivillige til praktiske opgaver og afvikling af Klimabazaren
- Dit: KBH – Er med til at skabe fysiske rammerne omkring klimabazaren
- Copenhagen Music Makers – De skaber underholdning under klimabazaren via fokus på Upcycling.

- Mills Club – Skate & Events - Afvikling af børneaktiviteter til børn under Klimabazaren
- Miljøpunkt Valby – Sparring omkring deltagere og bodholdere der deltager ved Klimabazaren

Vi er i dialog med Maker Space og organisationen THINK om et muligt samarbejde omkring deltagere ved Klimabazaren.

Information om i hvilket omfang du/I som arrangør har erfaring med planlægning og afvikling af lignede projekter

- Mikkel Feierskov: Tidligere projektleder på festivalen *Fell Into Summer* og andre musik og kunstbegivenheder
- Tanja Nyegaard: Tidligere Eventkoordinator ved festivaler, og kulturelle og miljømæssige events for Kultur Østerbro Kultur/Kultur- og fritidsforvaltningen
- Hans Horte: Afvikling og teknisk supporter i HUSET:KBH ved kulturhusets events.

Tilskudsmodtagers navn: Frivillig foreningen - Year One - Klimalov år 1
CVR: 40392718
Festivalens/eventets navn: Year One – Klima Bazar

Projektperiode: 1 januar 2021 til 1 juni 2021

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune			
Øvrige tilskud, specificeret (<i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i>)			
Bod indtægter	20000		-
Festival puljen kbh k	50000		Ansøgt
Valby lokaludvalg	20000		Afventer
Kultur V	10000		Afventer
INDTÆGTER I ALT	100000		

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Forplejning frivillige/medarbejdere	3000	
Paneldeltagere debat	1500	
Deko - Borde - Stole - Skilte	15000	
Pr/Markedsføring	10000	
Pressehåndtering/kommunikation	5000	
Flyers - plakater	10000	
Rengøring	3500	
Dokumentation/Foto/Video	3000	
Teknisk udstyr og scene	10000	
Honorar artister	5000	
Forplejning frivillige/medarbejdere	3000	
Lønudgifter/Honorar – Bogholder – Projektarbejde	30000	
Uforudsete	4000	
UDGIFTER I ALT	100000	

RESULTAT	0	
-----------------	----------	--

Kommentarer/forbehold:

Ift. til corona-situationen og restriktioner kan det være, at vi må tage et mindre antal bodholdere ind og det har betydning for vores indtægt. Derfor har vi et beløb på 4000 Kr til uforudsete udgifter, som vil dække dette tab.

PROJEKTTITEL

Åben Festival 2021 - 10. - 12. september 2021.

PROJEKTBEKRIVELSE

Åben Festival er en nystartet kulturfestival på Østerbro og i Nordhavn sat i verden af en sammenslutning af kulturskabere, institutioner og virksomheder. Festivalen er en hyldet til mangfoldighed, samarbejder og overraskende møder, og bygger bro mellem Østerbro og Nordhavn og mellem disse to bydele og resten af København.

Åben Festival finder sted over en weekend i efteråret og består af flere arrangementer spredt ud over de to bydele. Arrangementerne opstår i samarbejder mellem kulturaktører - traditionsrige Østerbro og innovative Nordhavn danner rammerne, mens publikum, kunstnere, institutioner, foreninger og virksomheder danner indholdet i fællesskab.

Åben Festival ansøger hermed Københavns Kommunes festivalpulje om 296.000 kr. i støtte til fortsat udvikling af festivalen i 2021.

Samskabelse og community building

Festivalen bygger på samarbejder mellem lokale foreninger, kulturaktører, institutioner og enkeltpersoner - og både rutinerede kulturudøvere og førstegangskraftører kan indgå i programmet. Festivalens program udgøres derfor af en bred vifte af kulturtilbud og -arrangementer.

Blandt de mange oplevelser findes nye, kreative konstellationer, da festivalen kræver et samarbejde mellem aktører i alle arrangementer for at de kan optages i programmet. Dette styrker netværk og naboskaber i bydelene og giver Københavnske borgere og besøgende mulighed for at få nye, anderledes oplevelser på tværs af kunst og kultur, samt at gå på opdagelse i byen.

Af eksempler på disse samarbejder i 2020 kan blandt andet nævnes:

- En rytmisk percussionkoncert i cruiseship-terminalerne ved ydre Nordhavn skabt i samarbejde mellem soloslagtsjsspiller David Hildebrandt, Terminalerne og Kultur på Østerbro.
- En byrumsinstallation med opera, gadehaver og udeservering, der blev skabt af en operasanger, den lokale baker Det Rene Brød og Østerbro Gadehaver
- Live-opførelsen af et nyt permanent gavlmaleri ved Trianglen, som blev til i samarbejde mellem ENIGMA Museum, den lokale ældreforening NaboØsterbro og street art-kunstneren Jacoba Niepoort.

Mangfoldighed og diversitet

Åben Festival er en åben og inviterende platform for virkelyst, gode idéer og alt det, det lokale kulturliv har at tilbyde. Festivalens program er derfor mangfoldigt og byder på mange forskellige aktiviteter henvendt til forskellige målgrupper, som eksempelvis talks og foredrag, film- og teaterforestillinger, performances, rytmiske, elektroniske og klassiske koncerter, mad og vin, billed- og installationskunst, workshops, litteratur og poesi, åbent hus, byvandring, rundvisninger, dans, yoga og bevægelse, samt kreative aktiviteter for børn og børnefamilier.

Kultur i en corona-tid

Åben Festival fandt sted for første gang i weekenden den 11. - 13. september, og blev en succes på trods af den udfordrende aktuelle situation med COVID-19. Festivalen er et eksempel på hvordan det er muligt at skabe og deltage i kulturoplevelser i en ny virkelighed, hvor vi ikke kan samles lige så tæt eller lige så mange mennesker, som vi plejer. Vi ønsker at bruge fantasien og kreativiteten inden for de eksisterende rammer, så vi alle kan mødes trygt og ikke behøver at undvære kulturen - hverken nu eller i fremtiden.

I fællesskab med arrangørerne skabte vi derfor i 2020 kulturoplevelser, der i høj grad byggede på elementer som tilmelding eller begrænset adgang og mulighed for fysisk spredning blandt publikum.

Festivalen bestod af flere arrangementer og de fleste venues er af mindre størrelse. Dette muliggjorde både en intimitet og stor spredning i typen af arrangementer, men gjorde det også nemmere at skabe kulturoplevelser uden at gå på kompromis med folks sundhed og sikkerhed jf. gældende retningslinjer. Vi holdt os løbende opdateret på seneste udmeldinger om COVID-19, holdt jævnligt aktør- og bestyrelsesmøder, samt var i tæt dialog med nærpoltiet og arrangørerne om deres respektive arrangementer i alle faser af planlægningen.

Vi har ambitioner om at vokse som festival, og håber at det vil være muligt at skabe flere og større events, hvor vi kan samles flere publikummer. Hvis COVID-19 stadig er en realitet i 2021, tager vi naturligvis højde for dette og begrænser programmet, arrangementernes størrelse og deltageradgang som vi gjorde det i 2020.

FORMÅL, OMFANG OG FORVENTEDE SUCCESKRITERIER

Åben Festival har til formål at løfte og præsentere det lokale kultur- og byliv med en øjenåbnende festival, der byder på alt det sjove, skæve og smukke, der opstår i mødet mellem kultur og mennesker. Med festivalen ønsker vi ikke kun at inspirere og skabe spændende oplevelser for vores publikum, men også at fordre større engagement fra lokale kulturaktører året rundt og udbrede kendskabet til kulturlivet på Østerbro og i Nordhavn blandt Københavns borgere og besøgende.

Første udgave af Åben Festival varede 3 dage og talte 109 arrangører, 59 arrangementer og over 2500 deltagende publikummer.

Vores succeskriterier det kommende år omfatter en stigning og udvikling i alle disse tal, samt at:

- opkvalificere kulturaktører på Østerbro og i Nordhavn, der øger engagementet og giver flere og bedre kulturelle tilbud til bydelene
- facilitere netværk mellem kulturaktører på Østerbro og i Nordhavn og skabe innovative kulturtilbud gennem tværfaglige samarbejder
- bygge bro mellem Østerbro og Nordhavn og mellem disse bydele og resten af København
- skabe en kulturel profil for Østerbro og Nordhavn, der både tiltrækker nye borgere og øger beboernes deltagelse og følelse af tilknytning og ejerskab i bydelene

FORVENTET ANTAL DELTAGERE OG PUBLIKUM

I 2021 forventer vi at præsentere 100 arrangementer med 200 deltagende arrangører og 5000+ publikummer.

RELEVANS OG VÆRDI FOR KØBENHAVN

Åben Festival er med til at markere København som kulturel metropol og vi ønsker at vise vej for hvordan kulturoplevelser kan organiseres på nye og mere bæredygtige måder, der involverer flere og giver mere værdi.

Åben Festival er en kultur- og bydelsfestival, der kaster et nyt blik på Østerbro og Nordhavn og fremhæver de lokale kulturtilbud og kreative kræfter i området på nye, spændende måder. Vi skaber værdi for Østerbro og Nordhavn ved at facilitere netværk mellem lokale foreninger og aktører, ved at motivere publikum til at deltage i deres lokale foreningsliv, ved at tiltrække nye målgrupper til lokalområdet og invitere folk til at gå på opdagelse i bydelene.

Desuden præsenterer vi Østerbro som en bydel med en mere levende kulturel profil end området normalt forbindes med, samt ved at invitere Nordhavn til gennem kulturen at skabe platforme for fællesskaber og et liv mellem husene, der ikke nødvendigvis opstår af sig selv i en helt ny bydel. De netværk og nye idéer, der opstår i forbindelse med festivalen, bliver videreført året rundt i form af netværksmøder, seminarer og kulturelle events.

Vi skaber værdi for byens borgere og besøgende ved at inspirere dem, øge deres kendskab til de eksisterende kulturtilbud i byen og indtage nye rum med en mangfoldighed af aktiviteter, der præsenterer folk for noget særligt under Åben Festival, som de ikke normalt møder i deres hverdag.

SAMARBEJDSPARTNERE OG TYPER AF SAMARBEJDE

Åben Festivals officielle partnere i 2020 er:

Kultur Ø - Københavns Kommune

Københavns Kommune - Kultur Ø medfinansierede tryk og distribution af program, stod for frivillighåndtering (Cph Volunteers), kommunikation via sociale medier, samt aktiviteter, udstyr og venues under festivalen.

Sharing Copenhagen - Københavns Kommune

Sharing Copenhagen støttede Åben Festival med 20.000 kr. til materialer og nødvendige tjenesteydelser.

Østerbro Lokaludvalg

Østerbro Lokaludvalg nedsatte en pulje, der kunne søges af alle interesserede kulturaktører og gav dem mulighed for at opnå finansiel støtte på op til 15.000 kr. til deres arrangementer under festivalen. Lokaludvalget medfinansierede desuden grafisk layout med 20.000 kr.

BY & HAVN

BY & HAVN støttede Åben Festival med 110.000 kr. til etablering af forening bag festivalen, hjemmeside, kommunikation og aktiviteter.

Lahme

Lahme står bag Åben Festivals grafik, hjemmeside og visuelle identitet.

Tunnelfabrikken

Tunnelfabrikken stillede deres venue til rådighed og en repræsentant herfra indgår i bestyrelsen.

Kulturhavn

Partnerskabet med Kulturhavn Festival bestod i sparring og samarbejder om udvalgte programaktiviteter.

ENIGMA Museum for post, tele og kommunikation

ENIGMA stillede deres venue til rådighed, lavede arrangementer under festivalen og en repræsentant herfra indgår i bestyrelsen.

Mellow

Mellow har bidraget med video- og fotodokumentation af Åben Festival 2020, samt produktion af festivalteaser og brandvideoer til brug på sociale medier.

Cph Volunteers

Cph Volunteers bidrog med ekstra frivillige, der kunne stå til rådighed for aktørernes arrangementer, samt hjælpe med distribution af trykt PR-materiale og støtte til at opfylde de gældende COVID-19-retningslinjer under eventafvikling.

Flere partnere har udtrykt et ønske om at fortsætte samarbejdet i fremtiden. Vi er blandt andet i dialog med BY & HAVN, som har tilkendegivet at de fortsat ønsker at støtte festivalen i 2021 og med Østerbro Lokaludvalg om nedsættelse af en støttepulje i lokaludvalget, der igen i 2021 vil kunne søges af foreninger, organisationer og enkeltpersoner til afvikling af arrangementer i forbindelse med Åben Festival, så eksempelvis kunstnere og andre kulturskabere kan opnå støtte til at realisere deres gode idéer.

Derudover deltager over 100 lokale organisationer, institutioner og foreninger i festivalen som arrangører og/eller venues for de enkelte arrangementer - se vedlagte bilag 2 - 'Liste over aktører og venues i 2020'.

UDVIKLING OG FORNYELSE

Åben Festival er tænkt som en årligt tilbagevendende festival. Første udgave af festivalen dannede grobund for værdifulde samarbejder mellem lokale aktører, hvoraf flere agter at deltage igen på nye måder, men som festival ønsker vi i fremtiden at invitere endnu flere og nye partnere og arrangører til at deltage i festivalprogrammet, realisere deres idéer og arrangementer og tiltrække nye målgrupper. I fremtiden vil vi også skærpe synligheden af aktørernes samarbejder og fortællingen om festivalen som inviterende, åben platform i festivalens pressearbejde og kommunikation, så flere har mulighed for at engagere sig i og bidrage til festivalen.

I 2021 ønsker vi at præsentere flere arrangementer og aktiviteter arrangeret af festivalen selv, heriblandt store offentlige åbnings- og afslutningsevents, der fejrer og markerer hhv. festivalens begyndelse og afslutning, samt tre faglige konferencer eller seminarer, der vil finde sted i løbet af 2021 udenfor selve festivalperioden og som har til formål at sætte dagsordenen før festivalen, præsentere centrale temaer og koncepter og samle op på festivalen efter endt afvikling.

Blandt disse off-season arrangementer forbereder vi et seminar under overskriften "Kultur i en coronatid", hvor vi med afsæt i vores erfaringer fra 2020 inviterer til sparring, idé- og metodeudvikling med andre festivaler og interesserede kulturskabere. Derudover planlægger vi også yderligere seminarer, der sætter fokus på to af FNs verdensmål for bæredygtig udvikling og vil omhandle hhv. partnerskaber (verdensmål nr. 17) og inkluderende, bæredygtige lokalsamfund (verdensmål nr. 11) som drivkraft i Åben Festival. Her kommer vi til at diskutere hvordan vi kan operationalisere globale verdensmål i en lokal kontekst, hvor vi i 2020 har gjort os værdifulde erfaringer.

I 2020 har festivalen været båret af frivillighed og på grund af COVID-19 og udskydelse/aflysning af andre projekter har det været muligt at lægge ekstra timer i udvikling og planlægning af festivalen. Vi er stolte over at kunne lave en så stærk og omfattende festival med begrænset økonomi, men med støtte fra Københavns Kommunes festivalpulje vil vi kunne professionalisere vores arbejde, løfte vores ambitionsniveau og fortsætte udviklingen af festivalen, så vi i 2021 vil kunne hjælpe flere kulturskabere og skabe en endnu større og bedre festival.

ERFARING MED PLANLÆGNING OG AFVIKLING AF LIGNENDE PROJEKTER

Åben Festival ledes til daglig af Jesper Koefoed-Melson, der tidligere har ledet og arrangeret bydelsfestivalen City Link Festival i Hamborg (2014), Edinburgh (2015) og Sydhavnen (2017). Festivalens øvrige sekretariat vil udgøres af en programansvarlig (endnu ikke ansat) og kommunikationsansvarlig Rosa Lembcke, der tidligere har arbejdet med kommunikation, presse, projektledelse, frivillig- og eventkoordinering på større kunst- og kulturfestivaler.

Festivalen har desuden en bestyrelse bestående af medlemmer, der alle arbejder professionelt med kultur. Se bios, sekretariatets opbygning og bestyrelsens medlemmer i bilag 3 - 'Organisation'.

BILAG 1: BUDGETSKABELON



BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn: Kultur på Østerbro
CVR: (OBS: dette felt må <u>ikke</u> anvendes til CPR-nr., da skemaet offentliggøres på www.kk.dk) 41309482
Festivalens/eventets navn: Åben Festival 2021

Projektperiode: 1. januar 2021 - 1. november 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 (hvis der er givet tilskud året før)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	296.000		Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			

a) BY & HAVN	250.000	110.000	Ansøgt
b) Østerbro Lokaludvalg	0	20.000	
c) Kultur Ø - Københavns Kommune <i>Medfinansiering til tryk og distribution</i>	0	25.000	
d) Sharing Copenhagen - Københavns Kommune <i>Materialer og tjenesteydelser.</i>	0	20.000	
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	0	0	
Øvrige indtægter, specificeret	0	0	
a)			
b)			
c)			
INDTÆGTER I ALT	546.000	175.000	

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Løn til projektledelse, kommunikation og afvikling	200.000	20.000
Honorarer til kunstnere og oplægsholdere	60.000	12.500
Konsulentudgifter - Grafik, webdesign, fotodokumentation og video	120.000	90.000
Tryk og distribution	30.000	25.000
Transportudgifter	5.000	0
Opholdsudgifter	5.000	0
Fortæring, herunder møder	15.000	1.500
Diverse repræsentation	2.500	0

PR og markedsføring	25.000	3.500
Kontorhold (telefon, porto mv.)	0	0
Revisionshonorar	10.000	0
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Husleje	38.500	21.000
b) Leje af venues til seminar, konferencer mm.	15.000	1.500
c) Udstyr - lys og lyd	20.000	0
UDGIFTER I ALT	546.000	175.000

RESULTAT	0	0
-----------------	----------	----------

Kommentarer/forbehold:

Budgettet er udformet i september 2020 umiddelbart efter afslutningen og i evalueringsfasen af Åben Festivals første udgave, der fandt sted 11. - 13. september.

Vi planlægger at søge flere fonde og indgå flere strategiske partnerskaber til festivalen i 2021, som endnu ikke er fast udformede, hvorfor budgettet kan ændre sig.

Vi vil naturligvis indsende et revideret budget til Københavns Kommune i dette tilfælde.

BILAG 2: Liste over aktører og venues i 2020

AKTØRER I 2020

Zentropa	Soundboks	Optika Studio
Nordsø Records	Hackstage	Kinema Højskole
De Lystige Musikanter	Ungdomsøen	BY & HAVN
Genklange	Cathrine Vigh	Krudttønden
Boldklubben Skjold	Skjold Contemporary	ENIGMA Museum
Bogvældet	Mathias Lillholt	Thorgej Hansen
Ord Over Landet	Foreningen God Karma	AFTERNOW
FUKK	Østerbro Koncertforening	Unitarisk Kirkesamfund
Jacoba Niepoort	Østerbrogården	NaboØsterbro
Kunstnerkollektivet CaptureThis	Villa Kultur	Teater Hund
Filosofisk Praksis	Comwell	Birk Thomassen
Grambogård	Det Mobile Akademi	Kagestuen
David Hildebrandt	Terminalerne	Østerbro Musikskole PB43
Sound by the Sound	Bicycle Brewing	Pleasure Control
Lille Meyer	Tunnelfabrikken	Det Rene Brød
Operettekompagniet	Messiaen Quartet Copenhagen	BIG BIO Nordhavn
Emilia van Hauen	Nielsen Saloner	Hell Yes!
Daniela Milani	Celina Gram	TheKrone
Esra Salebci	Robin Petré	Maria Goya
August Drenck	Paris90	Laima Puntule
Marianne Schou Nielsen	Røst	Itchbox Studio
Gry Salling Larsen	Katya Stukalova	Adam Malm
Valdemar Just	Rapolitics	Kunstforeningen Kunst 2100
Lisbeth Lunda	Jewels2go	Riesenfeld
Mikkeller	AMEba	Ramen to Biiru
afrikCPH	Isildo Novela	Rikke Lie Flensburg
Andreas Bøcher	Akinyi Nyawade	Sayu Yoga
Slow Mode Yoga	Østerbro Avis	Østerbro Lokalhistorisk Forening
Jonas Amhild	Hahnemanns Køkken	Østergro Tagfarm
FællesGRO	Clorofille Naturforening	Skæbne Historier
Yolanda Brockdorff	Teater Kompas	Salonen
Anna Østergaard Laursen	Papirskoven	Østerbro Billedskole
Dramateket	Curated Works	Foodoir
Festival Sonamos Latinoamerica	Eske Viuf	Festival de Literature de Copenhagen
Sarah Michelle Riisager	Finkultur	Danske Skønlitterære Forfattere
Vennepunkt	Tine Bek	Strandvejsskolen

VENUES OG BYRUM I 2020

Comwell Copenhagen Portside	Vennepunkt	Terminalerne
Tunnelfabrikken	ENIGMA Museum	Ungdomsøen
Krudttønden	PB43	Villa Kultur
Nordsø Records	BIG BIO Nordhavn	Kostalden i Brumleby
Det Rene Brød	Sankt Kjelds Plads	Østerbrohuset
Nordhavnstippen	Kildevældsparken	Østerbrogade 228
Salonen	Kulturcenter Kildevæld	Hell Yes!
KBH+	Classens Have	Talerstenen i Fælledparken
Kildevældskirken	Unitarernes Hus	Paris 90
Victor Borges Plads	Jewels2go	Nordhavn Workshop Studio
TheKrone	Blegdamsvej 31	Boldklubben Skjold
Trianglen ved ENIGMA		

BILAG 3: ORGANISATION

Festivalens sekretariat og daglige ledelse består af:

- Festivalleder Jesper Koefoed-Melson
- Kommunikationsansvarlig Rosa Kærsgaard Lembcke
- Programansvarlig (endnu ikke fundet)

FESTIVALLEDER JESPER KOEFOED-MELSON

Jesper Koefoed-Melson er initiativtager til Åben Festival og leder til dagligt festivalen og sekretariatet bestående af ham selv, en kommunikationsansvarlig og en programansvarlig.

Jesper er uddannet i Performance Design og Pædagogik fra Roskilde Universitet i 2008 og har arbejdet professionelt med festivalledelse, byudvikling og community building de sidste 15 år.

Han modtog iværksætterprisen Et Andet Skema (2011) og Arkitektforeningens pris Lille Arne (2012) for sit byrumsprojekt GivRum for at skabe udfoldelsesmuligheder og rum for kreative mennesker i byens rum. Han var blandt de nominerede til Politikens IBYEN-pris i kategorien 'Årets Kant' i 2012, samt KPH Awards' pris for Cultural Project Managers i 2010.

KOMMUNIKATIONSANSVARLIG ROSA KÆRSGAARD LEMBCKE

Rosa Kærsgaard Lembcke er uddannet cand.comm. i Kommunikation og Performance Design fra Roskilde Universitet i 2017. Siden hun blev færdiguddannet har Rosa arbejdet indgående med kulturkommunikation, sociale medier, pressearbejde, projektledelse, samt frivillig- og eventkoordinering på større festivaler i og omkring København, heriblandt CPH PIX hvor hun har været Communications Coordinator, Art Week Copenhagen hvor hun har været frivilligkoordinator og projektleder på udvalgte events, samt Roskilde Festival, hvor hun er tilknyttet som frivillig ildsjæl og Day Production Manager i aktivitet- og bevægelsesområdet GAME.

Festivalens bestyrelse består af:

- Forperson Jesper Koefoed-Melson
- Næstforperson Karen Duelund Guastavino, Musiker og komponist
- Kasserer Jesper Lützhøft, Finkultur
- Suppleant Christian Martinus, PB43
- Therese Maria Gram, Vennepunkt
- Claudia Laroux, Tunnelfabrikken
- Martin Gerster Johansen, ENIGMA Museum
- Kenneth Gall, Teater Hund