# Bilag 3e. Ansøgninger – øvrige

Another Life Festival

artFREQ

BørnefestiBAL

CHART Public

Climate Justice Days

Copenhagen Carnival

Copenhagen Dragon Boat Festival

Fabrika

Fluid Festival

Historiske Dage

Jordlæsninger

KNIFE Kalaalit Nunaata Isaa Festival

Kultur for en Tudse

KUNE Festival

Københavns Historiske Marked

Madland Festival

Maker Festival

REFRACTIONS FESTIVAL

Talk Town Festival

UP Comedy Festival

# ANOTHER LIFE FESTIVAL 2027

Ansøgning til Københavns Kommunes Festivalpulje


### Kontaktoplysninger

**Ansøger:** Another Life
**Adresse:** Nørre Allé 7, 2200 København N
**Kontaktperson:** Alexis Alliverti (de/dem)
**E-mail:** alexis@anotherlifecommunity.com
**Telefon:** +45 52403942
**CVR:** 41975423
**Momsregistrering:** Another Life er ikke momsregistreret.


## 1. Projektresumé

Another Life Festival 2027 er en tværkunstnerisk éndagsfestival, der afholdes i København i samarbejde med VEGA. Festivalen samler musik, scenekunst, visuelle kunstformer og samtaleformater i et kurateret program med fokus på høj kunstnerisk kvalitet, nye formater og øget repræsentation i det københavnske kulturlivet.

Festivalen er udviklet på baggrund af et dokumenteret behov for mere lige adgang, bedre trivsel og stærkere repræsentation i den danske musik- og kultursektor. Another Life arbejder med et intersektionelt blik på kulturskabelse – fra kunstnere og produktion til publikum og rammesætning, og festivalen fungerer som et konkret format, hvor disse principper omsættes i praksis. Målet er at skabe en inkluderende og tryg kulturbegivenhed, der både præsenterer markante kunstneriske oplevelser og åbner kulturlivet for flere og bidrager til at styrke København som en førende og progressiv kulturby, hvor nye formater og inkluderende praksisser udvikles og afprøves. Festivalen forventes at samle op mod 450 deltagere og vil bestå af 2–5 koncerter, kunstinstallationer, tværæstetiske performances samt talks, paneler og åbne interviews. Festivalens placering uden for den traditionelle festivalsæson bidrager samtidig til en mere jævn fordeling af kulturbegivenheder over året og styrker kulturlivet i København i de kolde måneder

Festivalen arbejder særligt med kriterierne **kvalitet og originalitet,** r**elevans for København**, **samarbejde med andre aktører**, e**ksperimenterende indhold og formidling**, **mangfoldighed**, u**dvikling og fornyelse** samt **bæredygtighed**. Derudover berører festivalen også ligestilling og tidsmæssig spredning gennem sin kuratoriske tilgang og sin placering uden for den traditionelle festivalsæson. Som en del af det samlede arbejde indgår også et læringsforløb for unge frivillige, hvor festivalen fungerer som praksisarena og bidrager til at skabe adgang til kulturproduktion og netværk for unge.

Der søges støtte fra Københavns Kommunes Festivalpulje til afvikling af festivalen, herunder kunstnerhonorarer, produktion, kommunikation samt tiltag inden for tilgængelighed, sikkerhed og tryghed.

## 2. Om Another Life

Another Life er en almennyttig forening, der arbejder for lige adgang, øget repræsentation og forbedrede vilkår i det danske musik- og kulturliv, særligt for minoriserede personer. Foreningen blev stiftet i 2021 med ønsket om at bidrage til en mere repræsentativ, mangfoldig, bæredygtig og levende kulturbranche, hvor flere har reel adgang til deltagelse, udvikling, succes og indflydelse. Arbejdet bæres af et sekretariat og en bestyrelse med bred erfaring fra musik- og kulturbranchen og udfolder sig gennem vidensarbejde, community-arbejde og interessevaretagelse.

Another Life har et stærkt kunstnerisk afsæt, et indgående kendskab til de barrierer, som præger musik- og kulturlivet, og solid erfaring med at omsætte denne viden til offentlige kulturformater. Gennem rapporter, workshops, rådgivning, forandringsforløb, kulturarrangementer og festivaler har foreningen opbygget en praksis, hvor kunstnerisk kvalitet, fællesskab og social bæredygtighed tænkes sammen. Festivalen er derfor ikke et løsrevet initiativ, men en naturlig forlængelse af foreningens arbejde, som primært er forankret i København og udviklet i tæt samspil med byens kunst- og kulturliv.

Foreningen har gennemført en lang række kulturprojekter og har udviklet og bidraget til flere festivaler i samarbejde med blandt andre Pumpehuset, CPH Stage, Det Kongelige Teater, Roskilde Festival, Blaagaards Teater, Støberiet, Vega og ALICE. Gennem disse projekter har Another Life vist evne til at skabe kunstnerisk stærke arrangementer med en tydelig identitet, en særlig atmosfære og et stærkt fællesskab omkring sig. Denne kombination af erfaring, faglighed og netværk giver festivalen et solidt kunstnerisk og organisatorisk fundament, som videreudvikles i Another Life Festival 2027.

## 3. Festivalens hovedkriterier og relevans for København

Another Life Festival 2027 er særligt udviklet med fokus på kriterierne **kvalitet og originalitet, relevans for København, samarbejde med andre aktører, eksperimenterende indhold og formidling, mangfoldighed, udvikling og fornyelse** samt **bæredygtighed**. Derudover berører festivalen også **ligestilling** og **tidsmæssig spredning** gennem sin kuratoriske tilgang, sin måde at arbejde med adgang og repræsentation og sin placering uden for den traditionelle festivalsæson. Festivalen bidrager dermed til Københavns kulturliv både som en konkret kunstnerisk begivenhed og som et format, der udvikler nye måder at skabe, dele og opleve kultur på.

**Kvalitet og originalitet** er et bærende princip i festivalens kunstneriske profil. Another Life Festival arbejder med en tydelig kuratorisk retning og et program, hvor musik, scenekunst, visuelle elementer og samtaleformater indgår i en samlet oplevelse. Ambitionen er at skabe et program, der både er stærkt i sig selv og åbner for nye kunstneriske møder og perspektiver. Festivalen arbejder samtidig med eksperimenterende indhold og formidling gennem tværæstetiske greb, nye formater og samtaleformater som talks, paneler og åbne interviews, der forbinder de kunstneriske oplevelser med refleksion, vidensdeling og dialog på tværs af kunstnere, publikum og brancheaktører.

**Mangfoldighed**, ligestilling og adgang er gennemgående temaer i hele festivalen. Festivalen arbejder ikke kun med, hvem der er synlige på scenen, men med hele

værdikæden omkring kulturskabelse, herunder kuratering, produktion, samarbejder, kommunikation og publikumsudvikling. Det betyder, at festivalen aktivt skaber plads til kunstnere og deltagere, der ofte er underrepræsenterede i det etablerede musik- og kulturliv, samtidig med at festivalens rammer tilrettelægges, så flere kan føle sig inviteret ind og deltage på lige vilkår. I den forstand arbejder festivalen også med ligestilling som en praktisk og strukturel del af projektet.

Festivalens **relevans for København** ligger både i indholdet og i formen. Som festival i København skaber Another Life en kunstnerisk stærk og inkluderende begivenhed, der bidrager til byens kulturliv med nye perspektiver, nye publikumsoplevelser og nye forbindelser mellem kunstnere, publikum og professionelle aktører. Samarbejdet med VEGA forankrer festivalen i en central københavnsk kulturinstitution og bidrager samtidig til at udvikle og udvide, hvordan institutionens rammer kan anvendes til nye formater og målgrupper. Festivalen fungerer dermed også som et udviklingssamarbejde, hvor eksisterende strukturer bringes i spil på nye måder. Samtidig bidrager festivalens placering i den tidlige vinter til en mere jævn tidsmæssig spredning af kulturbegivenheder over året.

**Samarbejde med andre aktører** og **udvikling** af nye praksisser er også en vigtig del af festivalens profil. Festivalen udvikles og afvikles i samarbejde med VEGA og trækker derudover på Another Lifes eksisterende netværk af kunstnere, kulturaktører og branchefolk. Gennem det tilknyttede læringsforløb for unge frivillige arbejder festivalen samtidig med aktivering og adgang til kulturlivets praksisfællesskaber. Her forstås frivillighed ikke som praktiske hænder, men som en adgangsskabende og kompetenceudviklende ramme, hvor unge kan opnå erfaring med kulturproduktion og opbygge netværk, som ellers kan være vanskelige at få adgang til.

Endelig arbejder festivalen med **bæredygtighed** som en social og organisatorisk praksis. Det kommer til udtryk i, hvordan festivalen organiseres og afvikles med fokus på repræsentation, tilgængelighed, tryghed og samarbejde, samt i arbejdet med at skabe varige forbedringer i måden kulturbegivenheder udvikles og gennemføres på. Another Life Festival er dermed ikke alene en enkeltstående begivenhed, men også et udviklingsrum, hvor erfaringer, greb og arbejdsmetoder kan videreføres og styrke arbejdet med mere inkluderende og bæredygtige kulturrum i København.

# 4. Projektbeskrivelse

## 4.1 Baggrund og relevans

Another Life Festival tager afsæt i et dokumenteret behov for mere lige adgang, bedre repræsentation og stærkere trivsel i det danske musik- og kulturliv. Både Another Lifes egne analyser og andre undersøgelser af branchen peger på, at særligt kvinder og minoriserede personer fortsat møder barrierer i form af begrænset adgang til netværk, lavere synlighed og færre muligheder for at udvikle og etablere sig professionelt. Samtidig viser erfaringer fra både publikum og aktører i branchen, at eksisterende kulturrum ofte kan opleves som socialt lukkede eller utilstrækkeligt tilrettelagte i forhold til forskellige behov og forudsætninger.Another Life arbejder aktivt for at bidrage til, at København bliver en førende by inden for udviklingen af mere inkluderende og bæredygtige kulturrum.

På den baggrund er der behov for kulturbegivenheder, hvor kunstnerisk kvalitet, tilgængelighed og repræsentation ikke behandles som modsætninger, men som gensidigt forstærkende elementer. Another Life Festival er udviklet som et svar på dette behov. Festivalen fungerer som et konkret rum, hvor nye måder at kuratere, producere og opleve kultur på kan afprøves, og hvor både kunstnere, publikum og brancheaktører mødes under andre rammer end de gængse.

Festivalen er således både en kunstnerisk begivenhed og en platform for at arbejde med de strukturer, der former adgang til kulturlivet. Den skaber synlighed for nye kunstnere, åbner for nye publikumsoplevelser og understøtter møder på tværs af miljøer, samtidig med at den bygger videre på Another Lifes erfaringer med at koble vidensarbejde, fællesskaber og praksis i konkrete formater.

## 4.2 Formål

Formålet med Another Life Festival 2027 er at skabe en kunstnerisk stærk, inkluderende og tryg festival i København, der både udvider publikums møde med nye kunstneriske udtryk og bidrager til mere lige adgang i kulturlivet.

Festivalen skal fungere som en platform for kunstnere og kulturarbejdere, der ikke altid har adgang til etablerede scener, og samtidig være et samlingspunkt, hvor publikum, brancheaktører og frivillige kan mødes i et rum præget af kvalitet, åbenhed, nysgerrighed og tryghed.

Et centralt formål er også at udvikle konkrete greb til, hvordan kulturproduktion kan organiseres mere inkluderende og bæredygtigt i praksis. Festivalen arbejder derfor med tiltag inden for kuratering, rammesætning, publikumsinddragelse og arbejdsgange, som både kan implementeres i festivalen og inspirere videre arbejde hos samarbejdspartnere og andre aktører i kulturlivet. Ambitionen er, at festivalen ikke kun skaber en stærk oplevelse her og nu, men også bidrager med erfaringer og metoder, der kan skabe aftryk ud over selve afviklingen.

## 4.3 Målgrupper

Festivalens primære målgruppe er unge og voksne kultur- og musikinteresserede, særligt i alderen 18–35 år. Inden for denne gruppe har festivalen et særligt fokus på kvinder og minoriserede personer, som i højere grad end andre oplever barrierer i mødet med kulturlivet. Dette fokus udspringer både af Another Lifes arbejde med at forbedre vilkår og adgang i branchen og af en ambition om at skabe en festival, hvor flere kan deltage på lige vilkår og spejle sig i både program og rammer.

Festivalen henvender sig samtidig til et bredere publikum med interesse for kunst og kultur, herunder personer, der er nysgerrige på nye formater og tværæstetiske oplevelser. Derudover udgør brancheaktører som bookere, kuratorer, journalister og kulturinstitutioner en vigtig målgruppe, da festivalen også fungerer som et mødested, hvor nye forbindelser og samarbejder kan opstå.

## 4.4 Festivalens indhold

Another Life Festival 2027 afholdes som en éndagsfestival med en kapacitet på op til 450 deltagere. Programmet sammensættes som en helhed, hvor 2–5 koncerter kombineres med kunstinstallationer, tværæstetiske performances samt sociale og netværksskabende

elementer. Festivalens kunstneriske profil er kendetegnet ved en tydelig kuratorisk retning, hvor kvalitet, sammenhæng og nyskabelse prioriteres over volumen. De enkelte programpunkter udvælges med henblik på at skabe en samlet oplevelse, hvor musik, scenekunst og visuelle elementer spiller sammen og udvider publikums møde med kunstneriske udtryk. Samtidig indgår samtaleformater som talks, paneler og åbne interviews som en del af programmet. Disse formater forbinder festivalens kunstneriske indhold med refleksion og vidensdeling og skaber rum for dialog mellem kunstnere, publikum og brancheaktører om de vilkår og perspektiver, der præger kulturlivet i dag.

Festivalen tilrettelægges med fokus på at understøtte møder mellem deltagere, både mellem kunstnere og brancheaktører og mellem publikum og kunstnere. Målet er at skabe en festivaloplevelse, hvor deltagerne ikke kun er tilskuere, men en aktiv del af et fællesskab.

## 4.5 Frivilligforløb i tilknytning til festivalen

Frivilligforløbet bidrager til festivalens samlede værdi ved at skabe konkrete indgange til kulturlivet for unge og ved at understøtte udviklingen af nye kulturaktører i København. Som en del af det samlede arbejde indgår et læringsforløb for unge frivillige, hvor festivalen fungerer som en konkret praksisarena. Forløbet giver deltagerne mulighed for at opnå erfaring med kulturproduktion og indgå i netværk, som ellers kan være vanskelige at få adgang til. De frivillige deltager i både planlægning og afvikling og arbejder med opgaver inden for blandt andet produktion, kommunikation og koordinering. Forløbet er struktureret med tydelige rammer, roller og støttefunktioner, så deltagerne får både faglig og social værdi ud af deres deltagelse.

## 4.6 Samarbejdspartnere

Festivalen udvikles og afvikles i et stærkt københavner-samarbejde med VEGA, som bidrager med venue, faglig sparring og rammer for gennemførelse. Samarbejdet omfatter både praktisk afvikling og udvikling af festivalens formater. Derudover inddrager Another Life sit eksisterende netværk af kunstnere, kulturaktører og branchefolk i forbindelse med programudvikling, vidensdeling og publikumsopbygning.

## 4.7 Succeskriterier og evaluering

Another Life Festival arbejder med både kvalitative og kvantitative succeskriterier og en systematisk evaluering af festivalens gennemførelse og effekt.

**Kvalitativt** fokuserer evalueringen på:

- Publikums oplevelse af kunstnerisk kvalitet, tryghed og inklusion
- Kunstneres oplevelse af de faglige og sociale rammer
- Oplevelsen af fællesskab og forbindelse mellem deltagere
- I hvilken grad festivalen skaber relevante møder mellem kunstnere, publikum og brancheaktører

**Kvantitativt** måles der blandt andet på:

- Antal deltagere
- Publikums tilfredshed
- Deltagelse og fastholdelse i frivilligforløbet
- Rækkevidde og engagement i kommunikation før og efter festivalen

Evalueringen gennemføres gennem spørgeskemaer, kvalitative interviews og løbende dokumentation før, under og efter festivalen. Evalueringen har særligt fokus på, hvordan festivalen bidrager til mere tilgængelige og repræsentative kulturrum, og hvordan erfaringerne kan omsættes i fremtidig praksis.

## 5. Kommunikation og Synlighed

Kommunikationen omkring Another Life Festival 2027 har til formål både at tiltrække et bredt og relevant publikum og at positionere festivalen som en tydelig kunstnerisk og værdibåret begivenhed i Københavns kulturliv.

Festivalens synlighed skabes gennem en kombination af kuratering, samarbejder og målrettet formidling. Samarbejdet med VEGA som et veletableret og anerkendt spillested giver festivalen en stærk platform med høj synlighed, både nationalt og internationalt. Samtidig bidrager de medvirkende kunstnere til at udvide festivalens rækkevidde gennem deres egne publikum og netværk.

Kommunikationen har fokus på at formidle festivalens kunstneriske profil og oplevelsesværdi på en tilgængelig og engagerende måde. Programmet præsenteres som en samlet fortælling med en tydelig kuratorisk retning, og festivalens værdier omkring repræsentation, tilgængelighed og fællesskab kommunikeres klart, så det er tydeligt, hvad man som deltager kan forvente, både kunstnerisk og socialt.

Festivalens placering i efteråret/vinteren er et bevidst valg, der bidrager til en mere jævn fordeling af kulturbegivenheder i København og styrker byens kulturliv i perioder med færre større arrangementer. Dette er et væsentligt bidrag til at skabe et aktivt kulturliv året rundt. Som en del af Another Lifes praksis arbejdes der desuden med at opsamle og dele erfaringer fra festivalen, så kommunikationen ikke kun bidrager til synligheden af arrangementet, men også til en bredere vidensdeling om mere inkluderende og tilgængelige kulturrum.

## 6. Tilgængelighed, Sikkerhed og Tryghed

Another Life Festival arbejder aktivt med at omsætte tilgængelighed, sikkerhed og tryghed til konkrete greb i både planlægning og afvikling af festivalen.

Tilgængelighed forstås som et flerleddet arbejde, der omfatter både fysiske, sociale, kommunikative og økonomiske forhold. I samarbejde med venue sikres de fysiske rammer, samtidig med at festivalen arbejder med tydelig og inkluderende kommunikation om adgangsforhold, program og deltagelse. Derudover indtænkes tilgængelighed i billetstruktur og formidling, så barrierer for deltagelse reduceres, og flere oplever festivalen som relevant og tilgængelig.

Sikkerhed og tryghed er en grundlæggende forudsætning for festivalens gennemførelse og indarbejdes fra projektets start. I praksis indebærer det blandt andet udvikling af klare retningslinjer for adfærd, tæt koordinering med venue om sikkerhedsforhold samt tilstedeværelse af et awareness- og safer space-team med fokus på tryghed og

forebyggelse af grænseoverskridende situationer. Der arbejdes desuden aktivt med forebyggelse og håndtering af grænseoverskridende adfærd, herunder seksuelle krænkelser, gennem tydelige retningslinjer og synlige kontaktmuligheder for deltagere, der har behov for støtte. Ambitionen er at skabe en festival, hvor tilgængelighed og tryghed ikke blot er værdier, men konkrete og mærkbare elementer i deltagernes oplevelse.

## 7. Overordnet tidsplan

Another Life Festival 2027 udvikles og afvikles over en samlet projektperiode i 2027 med henblik på afvikling i efteråret/vinteren. Festivalens placering er et bevidst valg, der skal bidrage til en mere jævn tidsmæssig spredning af kulturbegivenheder i København og styrke byens kulturliv uden for den traditionelle festivalsæson.

I foråret gennemføres den indledende planlægning, herunder kuratorisk udvikling, indgåelse af samarbejder og den overordnede projektorganisering. I sommerperioden arbejdes der videre med programlægning, produktion, partnerskaber og kommunikationsforberedelse. I den efterfølgende periode frem mod afvikling intensiveres arbejdet med produktion, markedsføring og publikumsopbygning.

Festivalen afvikles i efteråret/vinteren 2027. Efter afviklingen gennemføres en evaluerings- og opsamlingsfase, hvor erfaringer dokumenteres og danner grundlag for videre udvikling af festivalen og de tilknyttede aktiviteter.

Den endelige dato fastlægges i dialog med venue med henblik på at sikre optimale rammer for både program, produktion og publikumsdeltagelse.

## 8. Økonomi og Finansiering

Der søges støtte fra Københavns Kommunes Festivalpulje til de dele af festivalen, der ligger ud over den grundlæggende afvikling, og som bidrager direkte til udviklingen af Københavns kulturliv. VEGA bidrager med centrale kerneydelser, herunder venue, teknisk produktion og afviklingspersonale. Den ansøgte støtte er derfor målrettet kunstnerhonorarer, kuratering, awareness- og safer space-team, tilgængelighedstiltag samt udvikling, dokumentation og formidling af de erfaringer, festivalen skaber.

Festivalen indgår som en del af et større samlet arbejde i Another Life, hvor forskellige udviklingsspor finansieres gennem flere kilder. De dele af projektet, der vedrører det frivillige læringsforløb, er finansieret gennem andre fonde. Københavns Kommunes støtte søges således målrettet til selve festivalens gennemførelse og de aktiviteter, der er direkte knyttet til den offentlige afvikling, herunder også dokumentation og opsamling af erfaringer fra festivalen. Denne opdeling sikrer en klar og realistisk finansieringsstruktur, hvor de enkelte dele af projektet understøttes af relevante finansieringskilder.

# 9. Budget

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** Another Life |
| **CVR:** 41975423 |
| **Projektets navn:** Another Life Festival 2027 |

| | |
|---|---|
| **Projektperiode start (dd.mm.åååå):** | 01/01/2027 |
| **Projektperiode slut (dd.mm.åååå):** | 31/12/2027 |

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | 230.000 kr. | | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | | | |
| a) Roskilde Festival Donationspulje (6 timer/ugen løn til frivilligkoordinator + frivilligforplejning) | 68.960 kr. | | Ansøgt |
| b) Velux Fonden (6 timer/ugen løn til frivilligkoordinator) | 63.960 kr. | | Ansøgt |
| c) Transportstøtte søges ved genreorganisationer (f.eks. Tempi) | 10.000 kr. | | Ansøges |
| Billetindtægter (dækker nogle af produktionsudgifter til venue) | 60.000 kr. | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Catering (dækket af Vega) | 5.000 kr. | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **437.920 kr.** | | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn og honorarer: | | |
| a) Projektleder, gns. 8 timer/ugen, 12 måneder | 85.280 kr. | |
| b) Frivilligkoordinator, gns. 12 timer/ugen, 12 måneder (varertager læringsforløbet for de frivillige) | 127.920 kr. | |
| Artisthonorering / varierende honorarstørrelser fordelt på bands, artister og kunstnere (følger min. tarifferne) | 63.000 kr. | |
| Sikkerhed: Awareness- og safer-space team | 20.000 kr. | |
| Transportudgifter / 1-2 internationale og 4-5 nationale artister | 10.000 kr. | |
| Opholdsudgifter | 10.000 kr. | |
| PR og markedsføring | 20.220 kr. | |
| Udvikling/Udgivelse af vidensmateriale | 25.000 kr. | |
| Forplejning og øvrige udgifter til frivillige | 5.000 kr. | |
| Catering (artistcare) | 5.000 kr. | |
| Produktion / leje, udstyr, personale, scenografi, teknikere, m.m. | 60.000 kr. | |
| Revisionshonorar | 6.500 kr. | |
| **UDGIFTER I ALT** | **437.920 kr** | |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0 kr.** | |

# 10. Interesseerklæring, VEGA

VEGA.DK • ENGHAVEVEJ 40 • 1674 KØBENHAVN V
CVR 19233774 • TLF.: +45 3325 7011

**Vedr.: Interesseerklæring vedrørende samarbejde med Another Life Festival**

Another Life arbejder målrettet for at styrke ligestilling, repræsentation og bæredygtige arbejdsvilkår i musik- og kulturlivet med særligt fokus på minoriserede personer og kvinder. Festivalen adresserer strukturelle barrierer for synlighed, adgang og karriereudvikling gennem et format, der kombinerer kunstneriske præsentationer, kunstinstallationer og professionelle netværk, og som skaber konkrete møder mellem kunstnere og centrale aktører i branchen.

På den baggrund ønsker VEGA at tilkendegive vores interesse i et samarbejde med Another Life og festivalen. Festivalens formål og metode flugter tæt med VEGAs strategiske arbejde med diversitet, inklusion og udvikling af mere bæredygtige strukturer i musik- og kulturlivet. Vi ser et samarbejde som en mulighed for at styrke både den kunstneriske kvalitet og lige adgang til professionelle muligheder.

Another Life Festival skaber et inkluderende og tilgængeligt rum, hvor artister fra underrepræsenterede miljøer får mulighed for at opbygge relationer til bookere, kulturjournalister og andre beslutningstagere, som kan spille en afgørende rolle i deres videre karriereudvikling. Ved at samle disse aktører i ét fælles forum bidrager festivalen til at nedbryde uligheder i branchen og til at fremme mere langsigtede og bæredygtige kunstneriske arbejdsliv.

VEGAs engagement i repræsentation, inklusion og arbejdsmiljø kommer blandt andet til udtryk gennem vores programlægning, vores dialog med branche og beslutningstagere samt gennem mentorforløb, elevprogrammer og talentudviklingsinitiativer. Som led i et samarbejde med Another Life Festival vil VEGA bidrage aktivt med faglig sparring og konkrete ressourcer inden for projektstyring, planlægning, booking og produktion med henblik på at styrke både de kunstneriske processer og de organisatoriske rammer omkring festivalen.

Derudover arbejder VEGA systematisk med tilgængelighed og inklusion for publikum og artister med både synlige og usynlige behov med henblik på at skabe trygge og ligeværdige rammer for deltagelse. VEGA har mangeårig erfaring med strategiske partnerskaber på tværs af kulturlivet og ser samarbejder som et centralt redskab til at skabe varig forandring, videndeling og strukturel udvikling i branchen. I denne sammenhæng vurderer vi Another Life Festival som et væsentligt initiativ, der bidrager til at styrke diversitet, ligestilling og bæredygtighed i det danske musik- og kunstfelt.

Med venlig hilsen
Joséphine Renard, projektleder, VEGA Beyond
VEGA - Musikkens Hus
28. januar 2026




Festivalperiode: Q1-2 2027

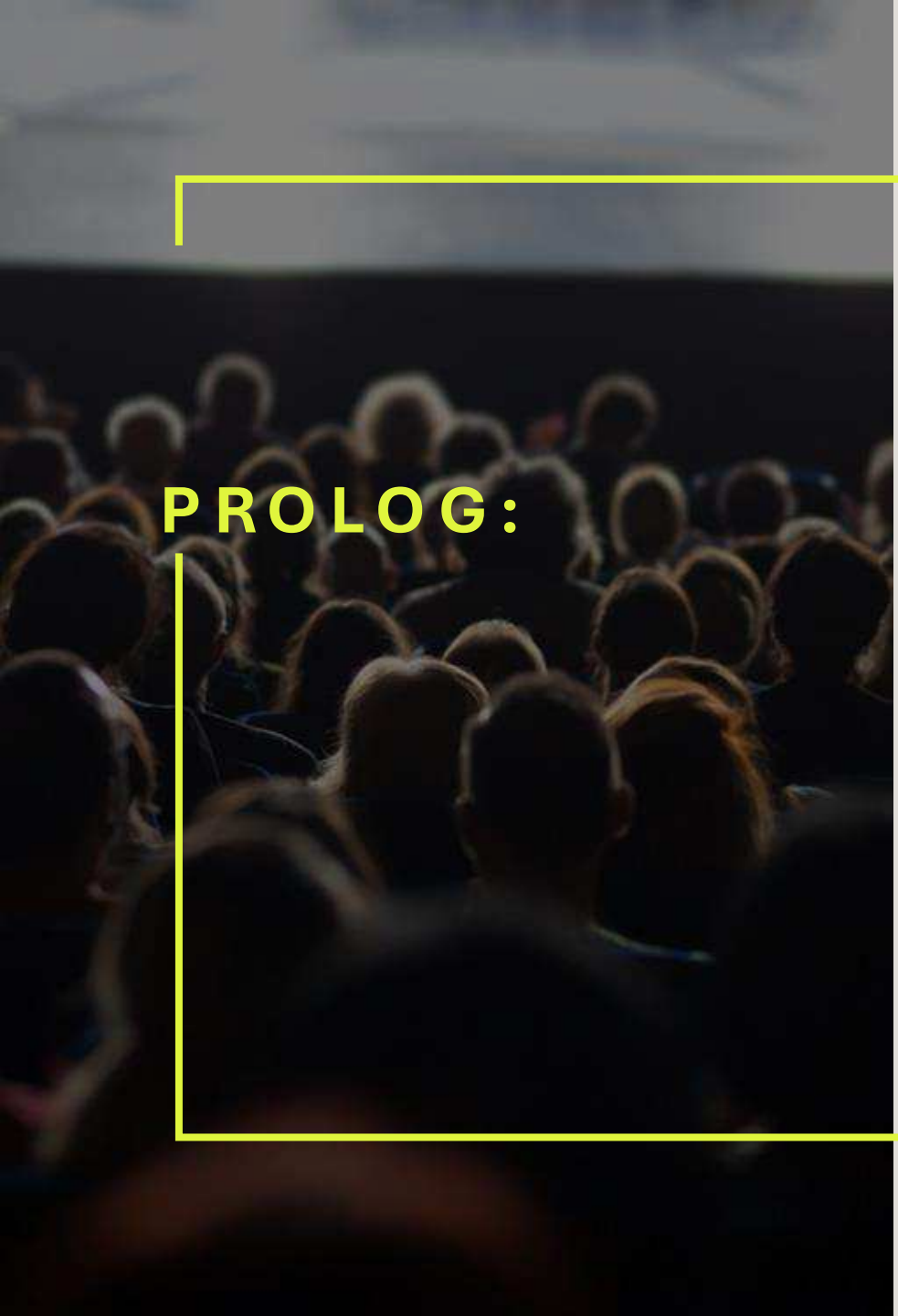
Københavns Kommunes Festivalpulje

Titel: art*FREQ*.: Radical World 2027

# ANSØGT BELØB: 500.000 DDK

ART*FREQ*. ER MOMSREGISTRERET.
ALLE BILLEDER I DENNE ANSØGNING TILHØRER ART*FREQ*.
CREDIT: MAIKEN KILDEGAARD

KONTAKT: SØREN HØY
ADRESSE: NYRNBERGGADE 29, 2300 KBH
TELEFON: 2129 7019
EMAIL: HOY@ARTFREQ.COM
WEB: WWW.ARTFREQ.COM



# PROLOG:

artFREQ. fik i 2026 støtte til festivalen **Radical World**, hvor vi fik tilskud til det kunstneriske undersøgende og grænsesøgende. Netop i disse dage laver vi første del, hvor vi præsenterer en række kunstnere, der i den grad udfordrer publikum.

Vi vil meget gerne lave en årgang 2 af festivalen i Q1-2 i 2027.

København har brug for eksplosive og uforudsigelige koncerter og kunstnermøder.

artFREQ. er garant for netop det udtryk. Vi har lavet over 200 unikke og vilde koncerter siden 2008. Fortsættelsen af den helt enestående historie mod alle odds er kun mulighed med støtte fra Københavns Kommune. De kommercielle muligheder er begrænsede, for at sige det som det er. Vi arbejder 100% non-profit, og har gjort det siden starten af vores virke. Der er ingen steder, hvor København får mere for pengene. Vi tiltrækker verdensklasse via det netværk, som vi har bygget op – og den investering har København mulighed for at fortsætte.

artFREQ. har (undtaget 2025, hvor vi ikke fik tilskud) i de seneste 10 år modtaget 250.000 kroner om året. Uden justeringer for priser, inflation og byens generelle økonomiske udvikling.

I 2026 søgte vi 500.000 kroner med et meget ambitiøst program, hvor vi ønskede at bryde grænserne for hvad, byen tilbyder. Vi fik (igen) 250.000 kroner, som vi har forvaltet med taknemmelighed. Det skal dog ikke hindre os i at søge 500.000 kroner igen.

Vi vil gerne løfte vores festival til et nyt niveau, hvor vi faktisk kan realisere de koncerter, som vi har ambitioner om – og som København burde præsentere. I 2027 med vildere kunstnere og verdensklasse.

Vi ved, at vores koncerter tiltrækker kulturturister og placerer byen solidt på avantgarde-landkortet. Vi ved også, at der ikke er andre, der har en portefølje, der er i nærheden af vores.

Derfor ønsker vi, at vi i samarbejde med Københavns Kommune kan fortsætte med at give vores fælles by en skarp kant med masser af unikt talent og en fokus-festival, hvor vi tydeligt markerer en tendens, der kommer til at præge den nye generation af kritiske kultur- og koncertgængere.




# Festivalprogram for: **art*FREQ*.: Radical World 2027**

2027 ligner endnu et tumultarisk og uforudsigeligt år.

Derfor fastholder vi vores principper fra 2026 om at kommentere den verden, som ingen af os kan holde styr på.

Lokalisme og nationalisme legitimerer oprustning og skaber utryghed.

Den radikale verdensorden ligner en tilstand. Vi skal vise publikum, at kunsten kommenterer den verden, vi deler.

Vi vil arbejde tæt sammen med kunstnere, gæstekuratorer og forskere for at støtte dem i at realisere nye projekter.

På grund af art*FREQ*.s gensidigt samarbejdende natur fremhæver aktiviteterne en bred og stadigt voksende vifte indenfor lyd og performance.

Festivalen afvikles i Q1-2 2027 på forskellige venues med en divers radius af samarbejdspartnere.

Vores ambition er, at vi vil bygge art*FREQ*.: Radical World festivalen op, så det er en tilbagevendende begivenhed i København.

Vi er kun lige startet!

Målet er stadig, at det skal være uforudsigeligt og udfordrende.

# SAMLET PROGRAM: ART*FREQ*.: RADICAL WORLD 2027

TORSDAG: BREMEN TEATER
FREDERIKKE HOFFMEIER (DK)
**THE GIRL WITH THE NEEDLE**
FORVENTET PUBLIKUM: 700

FREDAG: BREMEN TEATER
JENNY ROSANDER(DK)
DET ANDET OFFER
FORVENTET PUBLIKUM: 700

LØRDAG: HUSET
ABOPF: CONSCIOUSNESS TRANSLATED (SYDKOREA)
DAVIDE PEPE: IF YOU COULD SEE WITH GOD'S EYES (ITALIEN)
KHRYSTYNA KIRIK & EMMA RUBIKAITE-MILASIUTE: BIOPHILIC VISION (UKRAINE)
FORVENTET PUBLIKUM: 450

SØNDAG: KONSERVATORIES KONCERTSAL
HILDUR GUÐNADÓTTIR (ISLAND)
WHERE TO FROM
FORVENTET PUBLIKUM: 2000 (DOBBELT KONCERT)




**artFREQ.: Radical World 2027 part one:**

**Radikale scores**

*Frederikke Hoffmeier: The Girl with the Needle (DK)*

Hoffmeiers (kendt under kunstnernavnet Puce Mary) knugende og forstyrrende komposition til en af sidste års bedste film skal opleves live. Musikken til filmen vandt European Film Award for bedste score, hvilket i sig selv er en historisk begivenhed, da ingen andre danskere har vundet den pris.

Vi vil som de første præsentere dette vilde elektroniske værk, der kommer til at stå som et eksempel på den perfekte sammensmeltning af en radikal kunstners visioner. Det er intet mindre en dansk verdensklasse.



# JENNY ROSANDER: DET ANDET OFFER

**art*FREQ*.: Radical World 2027 part one:**

**Radikale scores**

*Jenny Rosander: Det andet offer (DK)*

Lydmor (Rosanders kunstnernavn) er en multifacetteret og kompromisløs kunstner. Hendes komposition til årets danske film 2026 (Bodil og Robert) inkarnerer hendes evne til at skabe et dystopisk drama og et lille håb for enden af galskaben.

Vi vil bruge Lydmors stærke personlighed til at personificere et nyt lydbillede, der med sikkerhed kommer til at danne skole hos den kommende generation af lydkunstnere.




***art*FREQ.: Radical World part two:**

**Radikale komponister**

ABOPF: Consciousness translated (Sydkorea)

Med en udsøgt villighed til at krydse genretomrummet uden genre-loyalitet skifter ABOPFs fordybende verdener mellem basdrevet intensitet, ambient drift og opsplittede IDM-rytmer. Hun kombinerer indflydelser fra hiphoppens puls og elektronisk minimalismes tilbageholdenhed.

Numrene åbner op for drømmerejser og rum hvor tekstur og rytme opløses.

Davide Pepe: IF YOU COULD SEE WITH GOD'S EYES (Italien)

Dette ekstraordinære perspektiv på verden giver beskueren mulighed for at fordybe sig i en spirituel rejse.

Davide Pepe arbejder i krydsfeltet mellem eksperimentel film, lydkunst og visuel kunst. Værket udforsker temaer som det alvidende blik, menneskelig perception, eksistens og spiritualitet, typisk leveret gennem en intens, meditativ eller foruroligende visuel og auditiv oplevelse.



# KHRYSTYNA KIRIK & EMMA RUBIKAITE-MILASIUTE: BIOPHILIC VISION

***art*FREQ.: Radical World part two:**

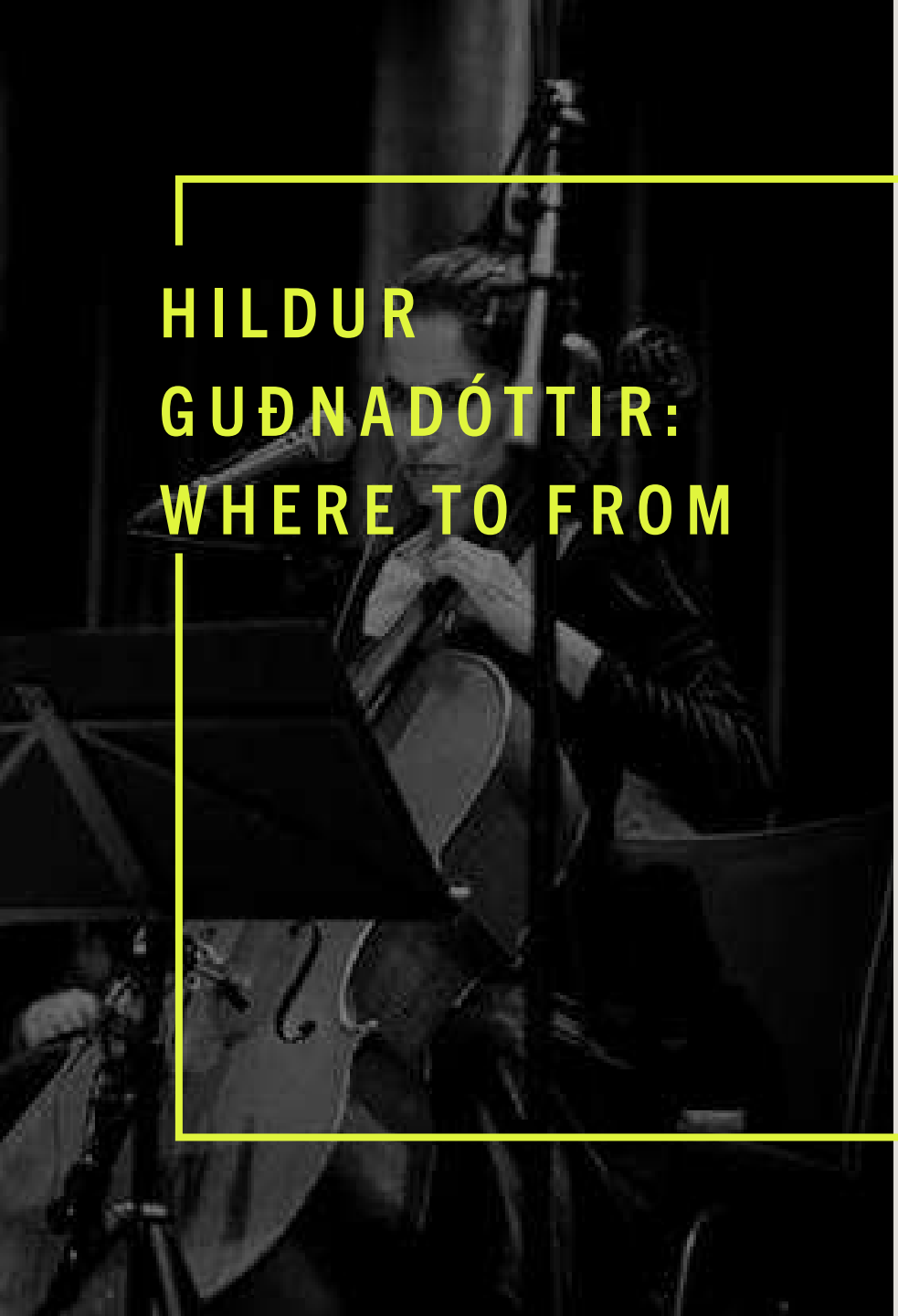
**Radikale komponister**

**Khrystyna Kirik &**

**Emma Rubikaite Milasiute:**

**Biophilic Vision (Ukraine)**

Mediekunstneren og musikeren Khrystyna Kirik og den audiovisuelle performer og multimediekunstner Emma Rubikaite-Milasiute præsenterer den sansefølsomme performance Biophilic Vision som en specialkommission af vores netværk i Europa. Duoen deler kunstnerisk interesse for fundne objekter, aktiv lytning og spørgsmål om, hvordan miljøer og natur former perception.



# HILDUR GUÐNADÓTTIR: WHERE TO FROM

***artFREQ.: Radical World part three:***

**Radikal score & komponist**

**Hildur Guðnadóttir: Where to From (Island)**

Dette verdensnavn kan kun landes endeligt, hvis vi får støtte.

Hildur er klar, når vi siger til.

Hildur er kunstneren bag unikke scores til den vilde TV-serie Chernobyl, den endnu vildere film Joker – og efterfølgende en serie af smukke, provokerende, afgørende film og serier.

Oscar-vinder med vulkaniske rødder.

Det er en lille sensation, hvis vi får mulighed for at signere denne internationale stjerne, som er en inspiration for klassiske musikere og komponister.

KØBENHAVNS KOMMUNE
Kultur- og Fritidsforvaltningen




| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn: art*FREQ*.** |
| **CVR: 31120187** |
| **Festivalens/eventets navn: art*FREQ*.: Radical World 2027** |

| |
|---|
| **Projektperiode:**<br>*Q1-2 2027* |

| **Indtægter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Tilskud fra Københavns Kommune | 500.000 | 250.000 | Denne ansøgning |
| Øvrige tilskud, specificeret | | | |
| a) Statens Kunstfond | 100.000 | 100.000 | Ansøgt |
| b) Det Obelske Familiefond | 200.000 | 100.000 | Ansøgt |
| c) Augustinus Fonden | 200.000 | 100.000 | Ansøgt |
| d) Privat investering | 100.000 | 100.000 | |
| Billetindtægter | 500.000 | 500.000 | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **1.600.000** | **1.150.000** | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn og honorarer | 800.000 | 500.000 |
| Transportudgifter | 150.000 | 100.000 |
| Opholdsudgifter | 150.000 | 100.000 |
| Forplejning | 50.000 | 50.000 |
| Diverse repræsentation | 20.000 | 20.000 |
| PR og markedsføring | 150.000 | 100.000 |
| Kontorhold (husleje, revision, forsikring) | 150.000 | 150.000 |
| Leje af venues | 100.000 | 100.000 |
| Koda | 30.000 | 30.000 |
| **UDGIFTER I ALT** | **1.600.000** | **1.150.000** |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | **0** |

# BørnefestiBAL 2027

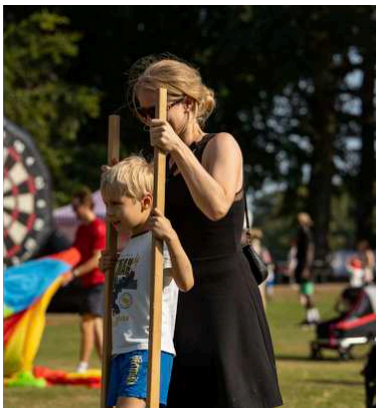
## *Børnenes egen festival i Fælledparken*



## Ansøgning til Københavns Kommunes Festivalpulje 2027

**Ansøger:**
BørnefestiBAL
v/ Kalle Bremer
Løgstørgade 23, 4. th,
2100 København
Mail: kalle@festibal.dk
Mobil: 21 67 60 98
CVR-nr.: 38336398
**Ansøgt beløb:** 150.000 kr.
**Festivalperiode:** 29.-30. maj 2027
**Lokation:** Fælledparken, København





# Om BørnefestiBAL

BørnefestiBAL er en 2 dagsfestival skabt for børn i alderen 2–8 år og deres familier. I maj 2027 ser vi frem til at afholde festivalen i Fælledparken, hvor forventede ca. 4.000 børn og voksne kan mødes omkring kultur og kreativitet.
Når man træder ind på pladsen, åbner der sig et univers af leg, musik og læring. Det er et sted hvor skærmene lægges væk, hverdagen sættes på pause, indtrykkene står i kø og nye oplevelser står klar til at blive delt.
Siden 2015 har festivalen årligt inviteret børn og deres familier til at udforske, skabe og lære. Festivalen er samtidig et modsvar til en tydelig tendens af at barndommen er præget af skærme og strukturerede aktiviteter.
Men BørnefestiBAL er meget mere end en festival for leg. Festivalen er skabt som et frirum, hvor børnene er i centrum, og hvor hele familien inviteres til at være medskaber af minder og ny læring, på børnenes præmisser. BørnefestiBAL skaber rammerne for en dag, hvor fantasien kan blomstre, legen er fri og kreativiteten får plads. Samtidig bliver festivalen en tryg ramme for nye fællesskaber, hvori børn og familier på en legende måde møder værdien af genbrug og social ansvarlighed.

# Formål og vision

BørnefestiBALs formål er at styrke børns trivsel gennem leg, kreativitet og kultur. Vi ønsker at skabe et fællesskab, hvor alle børn og deres familier på tværs af baggrund, etnicitet og økonomisk status føler sig velkomne, og hvor man i fællesskab skaber varige minder.

Vores vision er helt enkelt at:

- skabe magiske minder i børnehøjde
- styrke generationelle bånd gennem fælles oplevelser og minder
- give børn mod samt lyst til kreativ udfoldelse i fællesskabsmiljøer
- inspirere børn og voksne til at passe på natur og miljø

Det er vigtigt for os at alle kan være med. Derfor skaber vi også plads til børn med særlige behov, herunder stillezoner, dæmpet lyd, salg af høreværn og frivillige giver mulighed for at deltage selvom man har brug for lidt ekstra plads.

For at både børn og voksne føler sig trygge, holder vi fortsat fast i at gæsterne ikke skal stå som sild i tønde som man oplever på andre festivaler, og at eventet afvikles professionelt og sikkert og med kæmpe kvalitet hele vejen rundt.

I København er det begrænset med tilbud til de helt små børn og deres familier når det kommer til udendørs events. BørnefestiBAL udfylder derfor et hul i markedet i Københavns Kommune for events målrettet børn helt ned til 2 år og deres familier.





## Program og aktiviteter på pladsen

Festivalen rummer kreative værksteder med fokus på genbrug og bæredygtighed. Her forvandles papkasser til dukkehuse, plastikflasker til sjove instrumenter og tørrede blomster til fine hårbånd. Vi er ved at afsøge et partnerskab med Kreabiks om forskellige workshops med fokus på genbrug.
I 2027 vil vi desuden alliere os med Teknik og Miljø Forvaltningens indsats ”Skraldeheltene” der kan lære børn at sortere affald ved sjove udfordringer og forhindringsbaner. Skraldehelten arbejder med læringsforløb, hvor de ”underviser/leger” viden om affaldssortering ind.

Musikken og optrædenerne er festivalens hjerte, og vi præsenterer hvert år nogle af de mest populære børneartister og dansetrupper. Det er virkeligt her vi ser tydeligt, hvordan både børn og voksne finder sammen og griner når der synges og danses med.
Samtidig har vi fokus på at lokale musikskoler og dansetrupper i Københavns Kommune kontaktes med henblik på mulighed for at optræde og skabe aktiviteter på festivalpladsen. De vil give både synlighed til skolerne, men en optræden vil også vise børnene muligheden for at deltage i deres tilbud i hverdagen.
I 2026 præsenterede vi Paw Patrol, KreaBix Live, Arne Alligator, Lille Tut teaterkoncert, Jungle Jim, m.m og derudover lokale aktører med hiphop danseshow, ballet m.m.

På BørnefestiBAL summer hele pladsen altid af leg i alle afskygninger. Her kastes børnene ud i hoppeborge, aktivitetsbaner og fælleslege, der får latteren til at runge. I et samarbejde med blandt andet Beredskabsstyrelsen Hovedstaden, samt Hovedstadens Beredskab, kan børnene prøve at sidde i en ægte brandbil, sprøjte med vand mod en "brændende bygning" og på den måde samtidigt lære, hvordan samarbejde og tryghed hænger sammen. Og musikken går også igen i den frie leg; rundt omkring på pladsen er opstillet udendørs instrumenter, hvor både børn og voksne smittes af rytmen og kan blive en del af legen og lydbilledet.

## Organisering og Samarbejdspartnere

BørnefestiBAL drives med hjerte og sjæl af Kalle Bremer, der med over 25 års erfaring som arrangør, DJ og konferencier på større kulturarrangementer som Stella Polaris, Royal Run og Night Music Gallery, ved præcis hvad der skal til for at skabe en uforglemmelig oplevelse for både store og små. Festivalen afvikles dertil i samarbejde med et passioneret hold af crew og frivillige, som med bred erfaring indenfor afvikling af kulturevents og pædagogisk arbejde alle bidrager til at skabe et rum, som lever op til festivalens målsætning.
De frivillige er festivalens puls. I København har vi et godt netværk af unge, studerende, foreninger og pensionister som stiller op og er med til at skabe festivalen år efter år. Det gør vi i tæt samarbejde med blandt andet Kulturens Frivillige og med København Kommunes Erhvervshus. På den måde forankres festivalen også lokalt og bliver en naturlig del af byens årlige kulturliv. For mange frivillige er BørnefestiBAL en årlig tilbagevendende tradition, som skaber nyt netværk og minder for livet, hvilket giver festivalens fællesskabsfølelse endnu en dimension - det ikke kun for børnene og familierne der besøger, men også for dem der er med til at skabe rammerne.
Af lokale samarbejdspartnere vil BørneFestiBAL i 2027 engagere museer som Arken, SMK m.m. til at komme ud og vise deres familierettede aktiviteter frem. Derudover samarbejder vi med lokale foodtrucks om hele F&B til festivalen.

## Evaluering

Direkte feedback fra besøgende: BørnefestiBAL har altid været velsignet med et forældre-publikum, som er gavmilde med kommentarer og tilkendegivelser via sociale medier. Vi vil i forbindelse med afviklingen i 2027 aktivt opfordre til endnu flere af disse interaktioner, samt indsamle og analysere bruger-materiale fra sociale medier - her særligt Facebook og Instagram, som er vores primære kanaler.

- Måling af deltagelse i kreative aktiviteter: Vi vil, via de frivillige på pladsen, manuelt føre statistik over deltagelse i de forskellige værksteder og interaktive aktiviteter. Dette vil give os et konkret billede af, hvor stor en andel af deltagerne, der aktivt har deltaget i festivalens kreative tilbud
- Interviews og feedback fra samarbejdspartnere og frivillige: Vi vil efter afvikling indsamle feedback fra vores samarbejdspartnere og frivillige gennem interviews og evalueringer, som giver os indsigt i samarbejdet og afviklingen fra deres synsvinkel. Dette vil bidrage til at forbedre den organisatoriske del af festivalen.

# Udvikling i 2027

Ud over alle de nævnte aktiviteter kigger BørnefestiBAL ind i fremtiden med endnu flere kunstformer på græsset i børnehøjde. I 2027 bliver både trylleri og teater en ny ting man kan opleve på scenen, og også balletten får en rolle med workshop først på dagen i samarbejde med Balletkompagniet der er udbredt i hele hovedstaden.
BørnefestiBAL har de seneste år fundet sted i Frederiksberg, men vi drømmer om at flytte festen til Fælledparken. Det vil vi dels for at få mere plads så flere kan være med til festen og dels fordi vores gæster og samarbejdspartnere i høj grad kommer fra Københavns Kommune. BørnefestiBAL vil gerne flytte tilbage til Fælledparken, da det er en strategisk styrkelse af eventets identitet og rækkevidde. Fælledparken er i sin essens "folkets park", et åbent og inkluderende rum, hvor københavnere på tværs af generationer mødes. Med sin lange tradition som samlingspunkt for store begivenheder, ikke mindst 1. maj, bærer parken en særlig kulturel og folkelig tyngde, der naturligt understøtter BørnefestiBALs værdier om fællesskab, glæde og tilgængelighed.
Placeringen i Fælledparken gør det muligt at nå endnu bredere ud til børnefamilier og sænker samtidig barrieren for deltagelse, både praktisk og mentalt. Parkens åbne karakter inviterer til spontan deltagelse og skaber en uformel og tryg ramme, hvor familier kan være sammen om musik og oplevelser i øjenhøjde. Samtidig giver de grønne omgivelser og den centrale beliggenhed optimale betingelser for at skabe en helhedsoplevelse, hvor leg, koncert og nærvær smelter sammen.
Ved at placere BørnefestiBAL i Fælledparken forankres eventet i en stærk tradition for fællesskab og folkelighed, samtidig med at der skabes plads til nye minder. Det er en ramme, der ikke blot løfter oplevelsen på dagen, men også styrker eventets synlighed, relevans og langsigtede udvikling.

Med støtte fra Københavns Kommune kan vi sikre, at BørnefestiBAL i 2027 vil være en del af sommerbybilledet for børnefamilier i København. Støtten vil desuden være et kæmpe rygstød til vores fundraising fremadrettet og have stor betydning for om vi kan komme i mål med de høje ambitioner vi har for næste års festival.

Vi håber, at I vil være med til at skabe flere uforglemmelige minder for børn og deres familier i København.



# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

**Ansøgning om tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget**

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

Tilskudsmodtager skal agere økonomisk forsvarligt i alle dispositioner, som påvirker tilskuddet fra kommunen. Det indebærer at berettigede indtægter oppebæres og, at der ikke påføres udgifter, som kunne være undgået gennem en sparsommelig, produktiv og effektiv ressourceanvendelse.

Aflyses eller ændres væsentlige dele af projektet, fx overordnet program, lokation, afholdelsesperiode eller organisering, skal ændringerne og et revideret budget godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen. Ændringerne og det reviderede budget skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

| | |
|---|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** | BørnefestiBAL |
| **CVR:** | 38336398 |
| **Projektets navn:** | BørnefestiBAL 2027 |

| | |
|---|---|
| **Projektperiode start (dd.mm.åååå):** | 01.10.2026 |
| **Projektperiode slut (dd.mm.åååå):** | 01/07/2027 |
| *Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.* | |

| | |
|---|---|
| **Budgettet vedrører budgetår (åååå):** | 2027 |
| **Dato for indsendelse af budget (dd.mm.åååå):** | 31/03/2026 |

| **Indtægter** | **Samlet budget** | **Budget året før (hvis der er givet tilskud)** | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **150.000,00 kr.** | | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.):* | | | |
| a) Ole Kirk´s Fond | 50.000,00 kr. | | Ansøges |
| b) Diverse fonde | 80.000,00 kr. | | Ansøges |
| c) | | | |
| Honorarer | | | |
| Billetindtægter (4.000 stk. billetter) | 400.000,00 kr. | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Sponsorer | 40.000,00 kr. | | |
| b) Egen finansiering | 50.000,00 kr. | | |
| c) | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **770.000,00 kr.** | **0,00 kr.** | |

| Udgifter | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) |
|---|---|---|
| *Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud til.* | | |
| Løn og honorarer | 240.000,00 kr. | |
| Konsulentudgifter | 200.000,00 kr. | |
| Materialeudgifter | 220.000,00 kr. | |
| Transportudgifter | | |
| Opholdsudgifter | | |
| Fortæring, herunder møder | | |
| Diverse repræsentation | | |
| PR og markedsføring | 25.000,00 kr. | |
| Kontorhold (telefon, porto mv.) | 10.000,00 kr. | |
| Revisionshonorar | 10.000,00 kr. | |
| Øvrige udgifter, specificeret: | | |
| a) Barindkøb | 20.000,00 kr. | |
| b) Lager, forsikring m.m. | 15.000,00 kr. | |
| c) KODA | 15.000,00 kr. | |
| d) Uforudsete | 15.000,00 kr. | |
| **UDGIFTER I ALT** | **770.000,00 kr.** | **0,00 kr.** |

| RESULTAT | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) |
|---|---|---|
| **I ALT** | **0,00 kr.** | **0,00 kr.** |

| Kommentarer/forbehold: |
|---|
| |

KULTURENS
FRIVILLIGE

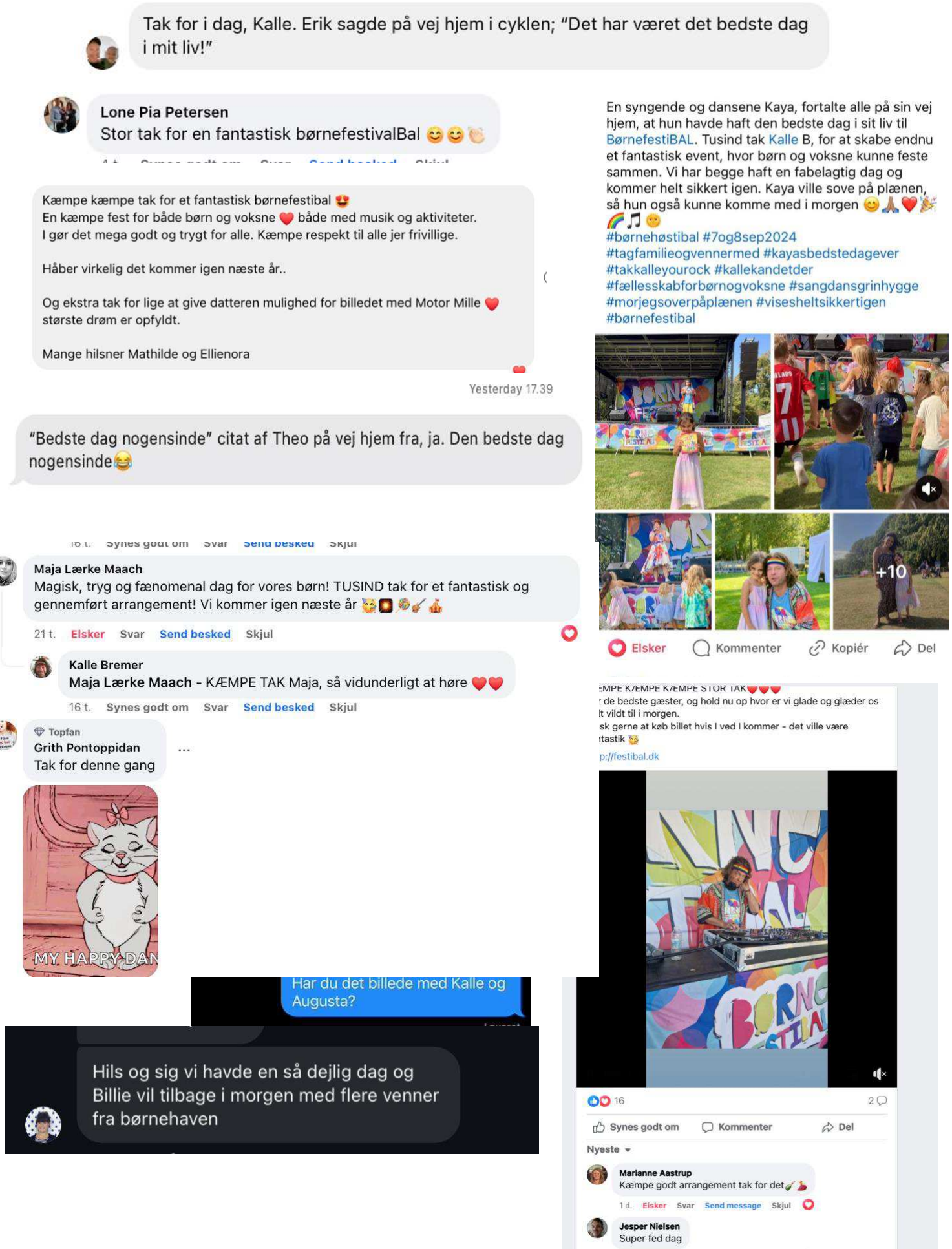
# Samarbejdet mellem BørnefestiBAL og Kulturnes Frivillige

BørnefestiBAL v. Kalle Bremer har siden 2024 samarbejdet med Kulturens Frivillige om rekruttering og koordinering af frivillige til BørnefestiBALs events. En væsentlig del af samarbedjet består i, at BørnefestiBAL gør deres frivilligopgaver tilgængelige for alle interesserede på Kulturens Frivilliges portal (portal.kulturensfrivillige.dk).

Kulturens Frivillige samarbejder med over 50 arrangører af events i København og på Frederiksberg. BørnefestiBAL er som frivilligevent kendetegnet af en høj grad af omsorg for de frivillige, og har som et af de få events formået at gøre opgaver til et børnearrangement til en attraktiv og efterspurgt frivilligopgave. Vi har stort set kun modtaget stor ros fra de frivillige til BørnefestiBAL, og vil anbefale alle frivillige, der kan lide at være aktive medskabere af et børneevent og tage del i et positivt frivilligfællesskab, at melde sig som frivillige til BørnefestiBAL.

Vi ser frem til det fortsatte samarbejde, som vi håber vil række mange år ud i fremtiden.

**Bilag**: Eksempler på positive tilkendegivelser fra tidligere BørnefestiBAL-arrangementer



# CHART *Public*

*Ansøgning*
København Kommune

2027

# Indledning

CHART består af en kunstmesse og et bredt offentligt gratis kunstprogram. Vores offentlige program går under navnet CHART Public og består af talks, performances, koncerter og en arkitektonisk totalinstallation i gården på Charlottenborg. Hvert år besøger omkring 25.000 gæster fra ind- og udland CHART. I 2026 afholdes CHART fra 27. - 30. august. Mens vi til næste år, som ansøgningen drejer sig om, finder sted fra 26. - 29. august 2027.

CHART blev etableret i 2013 af fem danske gallerier, med en vision om at samle og styrke fællesskabet på den Nordiske kunstscene. I 2022 ændrede CHART sig til at blive en non-profit organisation og en Erhvervsdrivende fond med en professionel bestyrelse. CHART har som ambition at gøre kunsten mere inkluderende og tilgængelig. Vi sætter fokus på både nye og etablerede kunstnere, og arbejder ud fra en strategi om at få kunsten ud i byrummet og møde et nyt bredt publikum - derfor er vi både synlige på Kgs. Nytorv med performances, i Cph Metro med videoværker og i Tivolis historiske have med skulpturer i hele september.

Med denne ansøgning søges om en bevilling på 150.000 DKK fra Københavns Kommune. Bevillingen vil være målrettet CHART Public, så vi kan tilbyde arkitekten et større beløb til at udvikle en stærk enkeltstående installation, hvor arkitektur, materialer og program smelter sammen. Københavns Kommune har spillet en afgørende rolle i etableringen og udviklingen af det offentlige program CHART Public gennem en årlig støtte på 600.000 kr vi festivalpuljen (2025-2027). Med denne ansøgning ønsker vi at videreudvikle og løfte totalinstallationen til et nyt ambitionsniveau. Målet er at skabe en markant rumlig transformation, styrke publikumsoplevelsen, og positionere CHART Public som et internationalt foregangsprojekt for eksperimenterende, cirkulær arkitektur i det offentlige rum.

Vi håber, at Københavns Kommune vil se positivt på vores ansøgning og hjælpe os med at løfte projektet til nye højder. Jeg står naturligvis til rådighed med uddybende spørgsmål til ansøgningen.

De bedste hilsner

Julie Quottrup Silbermann
Direktør Fonden CHART

ANSØGER
Julie Quottrup Silbermann
Direktør Fonden CHART
+45 2681 2887
julie@chartartfair.com

FONDEN CHART
Kongens Nytorv 1
1050 København K Danmark
CVR 35044736
Fuldt momsregistreret

# CHART *Public*

Totalinstallationen i CHART Public 2027 udvikles gennem en open call-konkurrence i det tidlige forår. En eksternt sammensat jury med indgående kendskab til arkitektfagets aktuelle vilkår vurderer de indsendte forslag og indgår efterfølgende i en faglig sparring med vinderen frem mod realiseringen.

Projektets hovedfokus er at skabe et bæredygtigt, demokratisk, samlende og sanseligt offentligt rum, der strækker sig fra porten ved Kongens Nytorv til Kunsthal Charlottenborgs hovedindgang. Gårdrummet aktiveres som et midlertidigt fællesrum – åbent, gratis og tilgængeligt for alle.

Hvor CHART Architecture (2014–2024) primært fokuserede på enkeltstående pavilloner, arbejder CHART Public med en samlende totaloplevelse. Arkitekten inviteres til at tænke i helheder, hvor rum, materialer og program integreres i en samlet iscenesættelse.

**Løft af projektet: Fra installation til total iscenesættelse**
Med denne ansøgning ønsker vi at udvikle CHART Public fra en stærk installation til en fuldt iscenesat rumlig transformation af gården. Dette kræver et højere produktionsniveau samt en udvidet kuratorisk og arkitektonisk rammesætning.

Ambitionen er:
at skabe en mere markant og sammenhængende rumlig oplevelse
at styrke forbindelsen mellem arkitektur, publikumsflow og program
at udvikle gårdrummet som en eksperimenterende platform for fremtidens byrum

**Fokus på cirkularitet og nye materialer**
I 2027 ønsker vi at skærpe kravene til bæredygtighed ved at gøre cirkularitet til et bærende princip i konkurrencen.

Deltagerne forpligtes til at:
arbejde med genanvendelige, biobaserede eller lokalt forankrede materialer
tænke materialernes livscyklus og genanvendelse ind fra start
udvikle løsninger, der kan indgå i videre kredsløb for byggeindustrien

Denne udvikling er yderst aktuel i byggeindustrien og samtidig inspireret af udstillingens serien Arkitekturens Forbindelser på Louisiana i 2024-2025 og senest udstillingen Reset Materials – Towards Sustainable Architecture på Copenhagen Contemporary i 2025. Begge udstillinger peger på et markant skift i arkitekturen mod nye, eksperimenterende og ressourcebevidste materialer. Med CHART Public ønsker vi at oversætte denne dagsorden til praksis for vækstlaget af arkitekter ved at give dem mulighed for at teste materialer og metoder i 1:1 skala i det offentlige rum.



CHART Public 2025, drone foto af Joakim Züger / BARSK Projects

# *Totalinstallation i gården 2026*

Arkitekten til CHART Public udvælges ved en **Open Call konkurrence** i det tidlige forår. Vi sætter en jury bestående af designer Katrine Morel, Arkitekt Kim Lenschow og Arkitekt Peter Bur Andersen fra BRIQ group til at vurdere de indsendte forslag. De har kendskab til de udfordringer arkitekter står med, og vil sparre med vinderen til at implementere deres idé i en form for mentorforløb. Hovedfokus er at skabe et bæredygtigt, demokratisk, samlende og sanseligt offentligt rum, der strækker sig fra porten mod Kgs. Nytorv og hele vejen til Kunsthal Charlottenborgs hovedindgang. Projektet aktiverer Charlottenborgs gårde som et midlertidigt fællesrum, der er åbent, gratis og tilgængeligt. Hvor CHART Architecture (projekt fra 2014-2024) primært fokuserede på arkitektoniske pavilloner som enkeltstående værker, arbejder CHART Public med en samlende totaloplevelse. Vi beder arkitekterne tænke cirkularitet ind allerede i designfasen, og opfordrer til samarbejder på tværs i branchen med kunstnere, designere, scenografer. Vi beder dem om at udvikle metoder, som de kan anvende videre frem. CHART Public giver arkitekten mulighed for at afprøve og være legende i sit udtryk.

Temaet for 2026 **Shared Realities / Fælles virkeligheder** tager afsæt i en samtid, hvor vores oplevelser af verden i stigende grad er fragmenterede, individualiserede og digitalt prægede. CHART Public 2026 inviterer til en fysisk, sanselig og kollektiv genfortolkning af det fælles rum. Projektet undersøger, hvordan midlertidige installationer kan skabe nye former for tilhørsforhold og fællesskab i det offentlige rum. Temaet afspejler et aktuelt behov for samhørighed i en tid præget af klimaangst, geopolitisk usikkerhed og digital ensomhed og spørger, hvordan kunst og arkitektur kan fungere som sociale og rumlige katalysatorer.

Arkitekterne har 10 dage fra 16. april 12:00 CET til 26. april kl. 23:59 CET til at udvikle og indsende deres ideer. Forslagene vurderes af den eksterne fagprofessionel jury, der udvælger 3 finalister, der præsenterer deres projekt den 4. maj. Juryen udvælger et projekt og giver arkitekten 4 måneder til videreudvikling og realisering frem mod CHART i august. Projektet følges og opføres over to uger op mod CHART. Alt dokumenteres, så vi sidenhen kan producere en film om projektet. Gårdrummene fungerer i perioden som et åbent laboratorium for eksperimenterende, sanselig arkitektur og nye formater - og vigtigst danner rammen og sætter scenen for musikprogrammet kan folde sig ud. Vinderen annonceres den 8. maj, mens de øvrige finalisters projekter omtales på SoMe og CHARTs hjemmeside med en *honourable mention*.

Med CHART Public ønsker vi at skabe et varigt bidrag til samtalen om, hvordan vi kan gentænke det offentlige rum som et fælles rum — ikke kun som arkitektur, men som en delt oplevelse. Projektet viderefører CHARTs mangeårige engagement i unge fagligheder og midlertidig arkitektur, men i enform, der er mere åben, mere tværfaglig, mere direkte rettet mod offentligheden og med en dybere bæredygtig forankring.



CHART Public 2025, drone foto af Joakim Züger / BARSK Projects

# *Betydning for København*

Med dette økonomiske løft til CHART Public i 2027 vil CHART styrke Københavns position som en international foregangsby for bæredygtig arkitektur og kultur ved at skabe et synligt og tilgængeligt eksempel på cirkulær praksis i byrummet. Projektet engagerer borgere gennem konkrete og sanselige oplevelser af den bæredygtige omstilling, samtidig med at det understøtter udviklingen af nye talenter og tværfaglige samarbejder.

CHART Public fungerer dermed både som et stærkt kulturtilbud, et eksperimenterende byrum og en demonstrations platform for fremtidens byggestil.

**Målgruppe**
Vores målgruppe afspejler eventets ambition om at samle forskellige typer af publikum med interesse for samtidskunst, arkitektur og kultur. Eventet henvender sig både til kunstinteresserede i alle aldre, baggrund og erfaringsniveau samt til professionelle aktører. Et centralt publikum består af yngre kreative fra starten af 20'erne til slutningen af 40'erne, som er nysgerrige på nye kunstneriske udtryk, og søger eksperimenterende, nytænkende oplevelser. Denne gruppe følger aktivt med i udviklingen inden for samtidskunst og er stærkt repræsenteret på sociale medier. De bruger eventet som inspiration, netværks udbyggende og som en social og kulturel begivenhed.

Samtidig tiltrækker CHART et mere etableret publikum i alderen 50–80 år, som ofte har en langvarig interesse for kunst og en dybere kunstfaglig viden. Denne gruppe søger fordybelse, kvalitet og mulighed for at engagere sig i kunst. Mange i denne målgruppe følger kunstscenen tæt, er dedikeret kunstsamler, og ser CHART som en vigtig platform for at opleve nye værker og holde sig opdateret på udviklingen i samtidskunsten.

Det fagprofessionelle publikum fra ind- og udland udgør en væsentlig rolle. De deltager for at netværke, opdage nye kunstnere og udveksle viden samt erhverve nye værker.



CHART Public 2025, drone foto af Joakim Züger / BARSK Projects

# *Om* CHART

CHART er en non-profit organisation, der blev grundlagt i 2013 og er i dag en Erhvervsdrivende Fond med en professionel bestyrelse uden fast grundbevilling. Gennem årene har CHART sat den nordiske kunst på verdenskortet og skabt et internationalt program både blandt de udstillede 38 gallerier, hvor der årligt er flere end 100 kunstnere præsenteret med ligelig kønsfordeling. CHART favner derudover det offentligt tilgængelige program og Open Call konkurrencen, CHART Public.

Den 1. januar 2022 gennemgik CHART en transformation og blev til en Erhvervsdrivende Fond. Denne transformation inkluderede udnævnelsen af en professionel bestyrelse bestående af;

> Annette Sadolin, erhvervsprofil og prof. Bestyrelsesmedlem (bestyrelsesformand). Klaus Eldrup-Jørgensen, CEO og Co-founder Trackman (næstformand). Jens Arnesen, Advokat. Mikkel Hansen, investor og tidl. professionel håndboldspiller. Kirse Junge-Stevnsborg, Direktør Malmø Kunstmuseum. Bo Bjerggaard, gallerist. Susanne Ottesen, gallerist. Jesper Elg, gallerist og Claus Andersen, gallerist.

CHART har et aktivt medlemskab i den britiske bæredygtighedsorganisation Gallery Climate Coalition (GCC) og stræber efter at implementere tiltag, der fremmer den grønne omstilling i kunst- og kulturbranchen.

CHART er drevet af et lille sekretariat på fem dedikerede fastansatte, som vokser til omtrent 12 medarbejdere inklusiv tre praktikanter i månederne op til CHART. Det offentlige program løftes og afvikles af et stærkt og erfarent team i gården med yderligere støtte fra 80 frivillige under CHART. I 2026 vil vi samarbejde med organisationen Kulturens Frivillige.

Den samlede økonomi for CHART udgør ca. 8.2 millioner DKK, der dækker en bred vifte af aktiviteter, herunder administration, udvikling, planlægning og afvikling af offentlige arrangementer.




CHART 2025 - stemning og frivillige, der tager imod gæster. Foto Joakim Züger/BARSK Projects

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn: Fonden CHART** |
| **CVR: 42746762** |
| **Projektets navn: CHART Public – totalinstallation med fokus på cirkularitet** |

| |
|---|
| **Projektperiode: 1. januar 2027 – 31. december 2027** |

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **150.000** | | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | | | |
| Københavns Kommune 3-årig bevilling 2025-27 | 600.000 | 600.000 | Bevilling |
| Obelske Familiefond 4-årig bevilling 2026-2029 | 300.000 | 300.000 | Bevilling |
| Augustinusfonden | 250.000 | | Søges |
| 15. juni fonden | 200.000 | | Søges |
| Ny Carlsbergfondet | 150.000 | | Søges |
| Beckett-Fonden | 150.000 | | Søges |
| Statens Kunstfond | 150.000 | | Søges |
| Egen finansiering | 103.000 | | Bevilling |
| | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **2.053.000** | | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Produktionsansvarlig gården løn | 210.000 | |
| Projektansvarlig for totalinstallationen | 75.000 | |
| Udarbejdelse af materiale til konkurrencen/ Open Call | 20.000 | |
| Møde Jury, udvælgelse af finalister, workshop | 10.000 | |
| CHART Public – totalinstallation inkl stillads | 320.000 | |
| Honorar arkitekten | 30.000 | |
| Leje af udstyr, maskiner, lyd, lys | 90.000 | |
| Egne håndværkere til opførelsen/ nedtagning i offentlige rum | 100.000 | |
| Rengøring offentlige rum | 45.000 | |
| Fragt og transport til gården | 35.000 | |
| CHART Talks : honorar, rejseomkostninger, teknik | 200.000 | |
| CHART Performances: honorar, rejse, rekvisitter | 160.000 | |
| CHART Musik : honorar, rejse, teknik | 248.000 | |
| Kommunikation: foto, formidling, reklame, tryksager, PR | 510.000 | |
| **UDGIFTER I ALT** | **2.053.000** | |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | |

**Kommentarer:**
CHART er en non-profit organisation uden fast grundbevilling og er derfor afhængig af fondsmidler, sponsorater og partnerskaber. CHART er etableret i 2013 og siden januar 2022 været en Erhvervsdrivende Fond med en professionel bestyrelse. Det samlede budget for CHART er på ca 8.2 mio DKK, der dækker administration, udvikling, planlægning og afvikling.

# KØBENHAVNS KLIMAFESTIVAL BREDER VINGERNE UD

**Climate Justice Days er samlingspunkt for viden, tænkning, kunst og samtaler om klimaet og de konsekvenser klimakrisen har for vores verden, samfund og fremtidige generationer. I de kommende år vil festivalen udkomme i et revitaliseret format, der skaber faglige møder, stiller de store spørgsmål og skaber en sanselig og engagerende oplevelse for et bredt publikum i København.**

Festivalen Climate Justice Days sætter klimaet på dagsordenen. Over tre dage i september er festivalen et kardinalpunkt for viden tænkning, kunst og samtaler om de mindste nuancer og største konsekvenser af den nuværende klimatiske situation på verdensplan. Vi samler internationale profiler, de klogeste hoveder, de mest poetiske stemmer samt et bredt publikum, der i fællesskab slår ring om klimakrisens alvor og samtidig finder håb i de kollektive handlemuligheder, der gør en forskel.



Climate Justice Days har siden 2020 engageret københavnerne i klimadagsordenen. Initiativtageren bag festivalen er Mellemfolkeligt Samvirke, der igennem seks år har skabt store oplevelser om klimadagsordens største spørgsmål i samarbejde med både klimaaktører, humanitære organisationer og kulturpartnere.
I 2027 udkommer festivalen i et nyt format, der skal invitere endnu flere indenfor til nogle de vigtigste samtaler, som vores samtid kalder på. Selv om klimakrisen eskalerer, og på trods af, at det seneste folketingsvalg viste, at den grønne dagsorden lægger danskerne meget på sinde, er klimakampen på tilbagetog, og andre kriser løber med overskrifterne.

## ET KLIMAPOLITISK FYRTÅRN FOR VIDEN, KUNST OG HANDLING

Fra 2027 styrker vi festivalens profil og program ved at skabe tre stærke festivaldage, der skal være et årligt, samlende fyrtårn for videnskabelige, politiske og kunstneriske perspektiver på klimaet. Vi styrker programmet med store profiler fra ind- og udland, udvikler festivalens partnerskaber og opprioriterer den sanselige oplevelse for publikum. Samtidig øger vi fokus på samarbejder med klimaaktører i København og på aktiviteter, der breder sig ud i hovedstadens byrum. Alt sammen for at skabe et tilbagevendende format, der kan være et fagligt og fællesskabsorienteret holdepunkt for et bredt klimainteresseret publikum.

Climate Justice Days skiller sig ud ved sit bredt favnende perspektiv på klimakrisen. Festivalen forbinder videnskaben, kunsten og aktivismen, tager livtag med klimaforandringernes samfundsmæssige konsekvenser og trækker tråde mellem det lokale og globale.
I sidste ende skal Climate Justice Days sende folk klogere ud ad festivalporten og samtidig pege på handlemuligheder, der giver dem mod på at tage del i at vende udviklingen og genoptage den brede, oplyste klimakamp.

## EN GRØN FESTIVAL I ET NYT GRØNT BYRUM

Climate Justice Days bliver afviklet med centrum i Folkehaven, der er et nyt offentligt byrum, der i 2026 åbner i gårdene mellem Fælledvej og Ravnsborggade. I Folkehaven får københavnerne en oase midt på Nørrebro, som både bliver et grønt åndehul og et offentligt kulturhus, der har åbent året rundt. Climate Justice Days vil have sit naturlige centrum i Folkehaven og kommer til at blive profileret som et af Folkehavens årlige signaturarrangementer. Foruden programmet her vil festivalen også rumme pop-up formater i resten af byen – som f.eks. filmvisninger hos biografpartnere og klimarundfart på byens kanaler.

Ved at støtte Climate Justice Days sikrer Københavns Kommune en festival, der revitaliserer befolkningens klimaengagement. Med afsæt i støtte fra Københavns Kommune tilvejebringer Mellemfolkeligt Samvirke selv yderligere finansiering, der samlet set bringer aktiviteterne ud til en endnu større gruppe af Københavns borgere og besøgende.

Fælledvej 12
2200 København N

Oliver De Mylius
odm@ms.dk

CVR nummer:
18243717

# TENTATIVT PROGRAM 2027

I 2027 præsenterer Climate Justice Days et program, der både rummer talks, samtaler, paneldebatter, koncerter, workshops og et udvalg af kunstneriske oplevelser. Nedenfor ses et tentativt program, der gerne skal give en fornemmelse af ambitionsniveauet og bredden i det kommende festivalprogram.

## FREDAG

| | COMMUNITY HALL | FORSYNINGEN | GÅRD | UDE I BYEN |
|---|---|---|---|---|
| **EFTERMIDDAG** | **ÅBNINGSCEREMONI**<br>Præsentation af program<br><br>**KEYNOTE** (international speaker) | | | **ARRANGEMENT**:<br>Inddragelse af unge i udsatte boligområder |
| **AFTEN** | | **KONCERT**<br><br>**FÆLLESSPISNING OG FREDAGSBAR**<br>med Den Grønne Ungdomsbevægelse | **UNGEDEBAT**<br><br>**FÆLLESSPISNING OG FREDAGSBAR**<br>med Den Grønne Ungdomsbevægelse | |

## LØRDAG

| | COMMUNITY HALL | FORSYNINGEN | GÅRD | UDE I BYEN |
|---|---|---|---|---|
| **FORMIDDAG** | **PANELSAMTALER** | **MINDFULNESS**<br>mod klimaangst | **KOR OG KAFFE** | |
| **EFTERMIDDAG** | **PANELSAMTALER**<br><br>**DEBAT OM COP31** | **LITTERATURSALON**<br>om klima<br><br>**PERFORMANCE** | **WORKSHOP**<br><br>**KEYNOTE**<br>(international) | **KANALRUNDFART** |
| **AFTEN** | | | **VINSMAGNING:**<br>Smag på naturen | **FEST PÅ ALICE** |

## SØNDAG

| | COMMUNITY HALL | FORSYNINGEN | GÅRD | UDE I BYEN |
|---|---|---|---|---|
| **FORMIDDAG** | **FORSKERSAMTALE** | **KLIMAKTIVISTER**<br>(international) | **MARKEDSDAG**<br>Mad, grøntsager, genbrug og håndværk | **MORGENVISNING**<br>i Empire bio |
| **EFTERMIDDAG** | **AFSLUTNINGS-EVENT** | | | **KUNSTUDSTILLING**<br>Med ekstern partner på offentlig plads |

Fælledvej 12
2200 København N

Oliver De Mylius
odm@ms.dk

CVR nummer:
18243717

# FESTIVALENS FORMÅL OG SUCCESKRITERIER

Climate Justice Days er et fagligt og fysisk mødested for alle, der er nysgerrige på, hvordan man bedst navigerer i den aktuelle klimavirkelighed – som individer, i fællesskaber, og på tværs af kloden. Ambitionen er, at festivalen vokser i kvalitet og omfang, år for år, og succeskriterierne for 2027 er at skabe vækstlagene for stærke partnerskaber, i hvilke koncepterne kan testes, tilpasses og udvikles. Festivalen skal være en åben og inspirerende begivenhed, der både kan rumme de engagerede klimaaktivister og de nysgerrige kulturforbrugere. Og så skal den sende alle deltagere hjem fyldt af både håb og handlekraft. Derfor arbejder vi med følgende seks indsatsområder:

## DEN NYESTE VIDEN OM KLIMAET OG KRISERNE

Klimaforandringerne udvikler sig hurtigere end nogensinde - i en tid, hvor nye kriser konstant stjæler vores opmærksomhed. Derfor er det helt afgørende at skabe et naturligt samlingspunkt, der formidler den nyeste klimaforskning og giver publikum adgang til den viden, der kan forme vores fælles fremtid. Klimakrisen er kompleks, dynamisk og global, og uden et højt vidensniveau kan fejlopfattelser og forældet information bremse mulig handling.

Som vidensfestival samler Climate Justice Days perspektiver fra videnskaben, kunsten og aktivismen. Med inspirerende foredrag og debatter i festivalens dagtimer tilbydes et program med faglig tyngde, så alle går fra festivalen med nye indsigter – uanset udgangspunktet.

## KUNST OG KULTUR SOM MEDSKABER

KKlimakampen er mere end tunge rapporter og demonstrationer, for den taler også til vores følelser, frygt og forestillingsevne. Kunsten bliver et sprog for dét, der kan være svært at begribe og overskue, og kunsten kan således pege på nye veje ind i klimadagsordenen. Derfor inviteres forfattere, kunstnere, musikere og filmskabere ind i festivalprogrammet, hvor de bidrager med æstetiske, nuancerede og inspirerende oplevelser.



Der arbejdes desuden på at engagere flere partnere fra den københavnske kulturscene til at bidrage til programmet på forskellig vis – bl.a. relaterede udstillinger i festivalperioden, litterære samarbejder eller filmvisninger, der understøtter projektet. Deltagerne inviteres her til selv at sætte ord på eller give form til klimakrisen, gennem diverse kreative workshops.

## MERE HANDLING OG ENGAGEMENT

En central ambition for Climate Justice Days at inspirere publikum til handling og engagement. Derfor er det et dogme for hele festivalen at showcase handlemuligheder. Ikke med løftede pegefingre eller moraliseren – men ved at sætte nogle af dem, der gør det bedst på scenen. Fra politikere og grønne virksomhedsejere til græsrodsbevægelser, borgerinitiativer og lokale foreninger.

I festivalperioden vil der deles indhold på sociale medier, der giver konkrete forslag til handling – uanset om det er den lille hverdagshandling eller det store engagement. Og derudover vil interesserede engageres i et særligt fællesskab, for dem der har lyst til at være med i Mellemfolkeligt Samvirkes klimagruppe - og bidrage til forberedelserne af næste års Climate Justice Days.

## FORBINDER DET LOKALE OG DET GLOBALE

Climate Justice Days er en lokal festival, der vil engagere Københavns grønne foreninger, borgerinitiativer og lokale virksomheder i festivalen. Samtidig løftes blikket og det lokale forbindes med det globale.

Derfor inviteres talere og klimaforkæmpere fra hele verden til festivalen for at lade københavnerne se klimakampen med deres øjne. Tidligere års festivaler har tidligere haft besøg fra både Asien, Afrika, Europa og Sydamerika, og som global udviklingsorganisation har Mellemfolkeligt Samvirke en unik mulighed for at forbinde københavnerne med mennesker, der lever i de dele af verden, hvor klimakrisen rammer allerhårdest.

## EN GRØN FESTIVAL TIL EN GRØN HOVEDSTAD

København er en grøn kommune, der med sin Klimastrategi 2035 viser omverdenen, hvordan en klimavenlig by både kan være en smukkere, grønnere og mere fælles by. Den udvikling ambition understøtter Climate Justice Days både brandingmæssigt og ved at involvere lokale aktører i nye samarbejder og fællesskaber, der samler sig om klimahandling.

Aktiviteterne kan f.eks. bygge videre på erfaringerne fra Grønt Klimatopmøde, som Mellemfolkeligt Samvirke afholdte i samarbejde med Københavns Kommune som en del af Climate Justice Days i 2023.

## UNGE SOM MEDSKABERE

Historisk set har unge menneskers utrættelige engagement og kreative energi ført til en række nybrud og sociale forandringer. Når det gælder klimadagsordenen, er de unge en naturlig og uundgåelig aktør – det var unge stemmer, der ledte de største mobiliseringer for klimaet i nyere tid – f.eks. op til folketingsvalget i 2019, og også i dag er det unge stemmer, der driver klimadagsordenen fremad.

Gennem de seneste seks år har festivalen prioriteret at inddrage unge som medskabere og centrale drivkræfter, og denne tilgang ønskes fortsat - bl.a. ved at styrke samarbejdet med ungedrevne klimainitiativer som Den Grønne Ungdomsbevægelse, der har været partner på festivalen siden begyndelsen. Ungeindsatsen vil udvides med et læringsspor, der trækker på vores erfaringer med skolesamarbejder i Verdensklasse-programmet, samt vores nationale ungeprograms indsatser i udsatte boligområder. Begge programmer udgør en solid platform for at invitere flere unge ind i klimakampe.

## SUCCESKRITERIER FOR 2027

### PUBLIKUM

- Climate Justice Days har 2500 gæster i løbet af festivalens tre dage.
- Festivalen skal teste koncepter, der kan få udbredelse og deltagerantal til at vokse yderligere frem mod 2030

### KONCEPT OG SAMARBEJDSPARTNERE

Climate Justice Days skal præsentere et program, der tilbyder københavnerne en vifte af forskellige muligheder for at engagere sig i klima, herunder:

- Videnskabsprogram
- Kulturprogram
- Engagementssprogram

Climate Justice Days skal skabe samarbejder på tværs af København inden for tre områder:

**Medarrangører:** Festivalen skal samle NGO'er, foreninger og netværk i en alliance, der skaber Climate Justice Days sammen. F.eks. Den Grønne Ungdomsbevægelse, DUF, Concito og C40.
**Kulturliv:** Festivalen skal etablere samarbejder med aktører i Københavns kulturliv, der kan forbinde klimakampen til kunsten. F.eks. Statens Museum for Kunst, Cinemateket, Nørrebro Teater
**Foreninger og erhvervsliv:** Festivalen skal skabe rum for at foreninger og lokalt erhvervsliv kan bidrage til klimakampen.

### MÅLGRUPPE

Festivalens brede vifte af aktiviteter giver muligheder for at appellere til flere målgrupper. Fællesnævneren er en interesse for klimaet men spænder fra den engagerede klimaekspert til den nysgerrige nybegynder.

Tre forhold om målgrupper kan særligt fremhæves:

- **En festival for København:** Climate Justice Days vil øge udbredelsen i København og styrke partnerskaber med aktører i København som beskrevet ovenfor. Festivalen har således hovedstadens beboere i centrum.
- **Unge driver forandringen:** Ungdommen er gået forrest i den danske klimakamp, og deres fremtid står på spil. Samtidig har Mellemfolkeligt Samvirke en lang tradition for at udvikle koncepter og tilbud til unge. Derfor er unge under 35 år en vigtig målgruppe for festivalen, og aktiviteter med Københavns uddannelsesinstitutioner og foreninger med ungefokus er en vigtig komponent. Ungefokus uddybes nedenfor.
- **Mangfoldighed:** Klimakampen angår os alle, og Climate Justice Days ønsker en bred repræsentation af deltagere. Diversiteten i arrangementer bidrager til at appellere til forskellige målgrupper, og samtidig sættes særligt ind for at engagere unge i udsatte boligområder, der traditionelt er underrepræsenteret i klimadebatten.

Konkret skal Climate Justice Days opnå, at:

- 40 % af festivalens deltagere, skal være under 35 år
- Samarbejde med minimum tre foreninger med ungefokus
- En målrettet indsats mod inddragelse af unge i udsatte boligområder

Frivillighed er en integreret del af Climate Justice Days, hvor danskerne får mulighed for at være medskabere af festivalen og tilbydes muligheder for videre engagement, når festivalen er færdig, eksempelvis i Mellemfolkeligt Samvirkes klimagruppe.
Derfor har vi som målsætning, at:

- 25 frivillige engagerer sig som medskabere af festivalen

Festivalen i 2027 skal teste koncepter, der kan skabe øget frivilligengagement frem mod 2035, hvor frivilligarbejdet suppleres med træning og undervisning om klima.

### PUBLIKUM SKAL FINDE FESTIVALEN LÆRERIG, INSPIRERENDE OG ANBEFALELSESVÆRDIG

- Min. 75 % skal finde Climate Justice Days inspirerende og lærerig
- Min. 70 % skal blive inspireret til at opsøge mere viden
- Min. 80 % skal ville anbefale venner og familie at deltage

*Data hentes fra survey der udsendes i nyhedsbrev

### KOMMUNIKATIONS- OG PRESSEINDSATS

- 800.000 visninger på sociale medier
- 50% af de eksponerede på sociale medier, er unge under 35 år.
- 20 presseklip i nationale medier
- Outdoorkampagne i Københavns Kommune

# SEKS ÅRS ERFARINGER MED EVENTS, DER SKABER FORANDRING

**Siden 2020 har Climate Justice Days skabt seks festivaler i både København og Aarhus, der, der har sat klimaet på dagsordenen. På baggrund af de sidste års festivaler, har vi erfaret, at festivalen allerede har en stærk position på følgende indsatser:**

## POLITIK, DER FORANDRER

Climate Justice Days har skabt et rum, hvor politikere og befolkning har mødtes i øjenhøjde. Kommunalvalgsdebatter i 2021 og 2025 har fyldt lokalerne, og politikere har deltaget i samtaler om EU og klimatopmøderne.

Der har været sat fokus på økonomiens betydning for klimaet, og Mellemfolkeligt Samvirkes Nordic Center for Sustainable Finance har bidraget ved at invitere finanssektoren til debat.

Derudover har vi knyttet Climate Justice Days til folkelige arrangementer som bl.a. Folkets Klimamarch og Gymnasiernes Klimahandledag, hvor københavnerne er inviteret til at deltage sammen med Mellemfolkeligt Samvirke.

## KUNST OG KREATIVITET

Kunst og kultur har spillet en fremtrædende rolle i Climate Justice Days siden begyndelsen. I samarbejde med Cinemateket, Grand og Folkets Hus har vi inviteret til filmvisninger. Vi har afholdt arrangementer, der har koblet klimakrisen til vores forbrug, madvaner, køn og etnicitet. Metereologen Jesper Theilgaard, komikeren Anders Morgenthaler og klimaaktivisten Caroline Bessermann har været turguides på alternative kanalrundfarter i Københavns Havn. Og vi har afholdt litteraturoplæsning med forfattere som Josefine Klougart, Shekufe Heiberg og Malte Tellerup, samt unge forfattere fra forlaget Økotopia.

## FÆLLESSKAB

Fællesskabet er en essentiel del af Climate Justice Days, og igennem årene er der bl.a. arrangeret fredagsbarer med Den Grønne Ungdomsbevægelse, fællesspisning med Grønt Marked, Pub Quiz om klima på Søhesten og klimabingo på Blågårds Plads. I baggården på Nørrebro er der afholdt fællesarrangementer med grøntsagsmarked, Grønt Klimatopmøde i samarbejde med Københavns Kommune og haft aktiviteter for både børn og voksne.

## INSPIRERENDE STEMMER

Climate Justice Days har givet talerstolen til mennesker med noget på hjerte – dem, der kan inspirere os med nye ideer, og dem der bringer historier ind fra verden omkring os. Emma Holten har holdt oplæg om klima og omsorg, forskere som Adrian Lema fra DMI og Jens Friis Lund fra Københavns Universitet har gjort os klogere på klimavidenskaben, og aktivister fra Bangladesh, Tanzania, Uganda, Belgien, Chile, Nicaragua, Ghana har givet globale perspektiver på klimakampen.



# ORGANISATION OG BUDGET

## ORGANISATIONEN BAG

Climate Justice Days er drevet af Mellemfolkeligt Samvirke og skabt i samarbejde med partnere fra civilsamfund, kulturliv og lokalt erhvervs- og foreningsliv. Medarbejderne har erfaring med afvikling af Climate Justice Days fra de seneste seks år samt fra andre festivaler, såsom Bloom, Golden Days og Roskilde Festival.

Frivilligengagement er en vigtig bestandel af Climate Justice Days. Danskerne skal have mulighed for at være medskabere af festivalen, og siden begyndelsen har folk i alle aldre fået mulighed for at skabe deres egne events.

## SAMARBEJDSPARTNERE

Siden 2020 har Climate Justice Days bl.a. samarbejdet med:

Alternative Fashion Week CPH, Andelsgaarde, Ansvarlig-Fremtid, Care Danmark, Den Grønne Ungdomsbevægelse, Folkets Hus, Gode Penge, Imagine5, In Futurum, Fashion Revolution, Fridays for Future Denmark, Grønt Marked, Klimabevægelsen, Klimamonitor, Klimapsykologisk Ungdomsforening, Københavns Kommune, Madland, Miljøorganisatonen NOAH, Miljøpunkt Nørrebro, Naturcenter Amager Strand, Nørrebro Lokaludvalg, Oxfam Danmark, Repairfect, StopEACOP Coalition



# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

**Ansøgning om tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget**

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

Tilskudsmodtager skal agere økonomisk forsvarligt i alle dispositioner, som påvirker tilskuddet fra kommunen. Det indebærer at berettigede indtægter oppebæres og, at der ikke påføres udgifter, som kunne være undgået gennem en sparsommelig, produktiv og effektiv ressourceanvendelse.

Aflyses eller ændres væsentlige dele af projektet, fx overordnet program, lokation, afholdelsesperiode eller organisering, skal ændringerne og et revideret budget godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen. Ændringerne og det reviderede budget skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

| | |
|---|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** | Mellemfolkeligt Samvirke |
| **CVR:** | 18243717 |
| **Projektets navn:** | Climate Justice Days - Københavns Klimafestival 2027 |

| | |
|---|---|
| **Projektperiode start (dd.mm.åååå):** | 01.07.2027 |
| **Projektperiode slut (dd.mm.åååå):** | 31.10.2027 |
| *Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.* | |

| | |
|---|---|
| **Budgettet vedrører budgetår (åååå):** | 2027 |
| **Dato for indsendelse af budget (dd.mm.åååå):** | 01.04.2026 |

| **Indtægter** | **Samlet budget** | **Budget året før (hvis der er givet tilskud)** | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **300.000,00 kr.** | | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.):* | | | |
| a) KR Foundation | 100.000,00 kr. | | Ansøges efterår 2026 |
| b) Veluxfonden | 150.000,00 kr. | | Ansøges efterår 2026 |
| c) Norlys Vækstpulje | 70.000,00 kr. | | Ansøges i oktober 2026 |
| d) Nørrebro Lokaludvalg | 50.000,00 kr. | | Ansøges i december 2026 |
| | | | |
| Billetindtægter | 50.000,00 kr. | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Egenfinansiering | 80.000,00 kr. | | |
| | | | |
| | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **800.000,00 kr.** | **0,00 kr.** | |

| Udgifter | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) |
|---|---|---|
| *Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud til.* | | |
| Løn | 225.000,00 kr. | |
| Honorar | 241.000,00 kr. | |
| Konsulentudgifter | 90.000,00 kr. | |
| Materialeudgifter | 25.000,00 kr. | |
| Transportudgifter | 20.000,00 kr. | |
| Opholdsudgifter | 15.000,00 kr. | |
| Fortæring, herunder møder | 13.000,00 kr. | |
| Diverse repræsentation | | |
| PR og markedsføring | 85.000,00 kr. | |
| Kontorhold (telefon, porto mv.) | 18.000,00 kr. | |
| Revisionshonorar | | |
| Øvrige udgifter, specificeret: | | |
| a) Koda | 3.000,00 kr. | |
| b) Evaluering og rapportering | 10.000,00 kr. | |
| c) Lokaleudgifter | 55.000,00 kr. | |
| **UDGIFTER I ALT** | **800.000,00 kr.** | **0,00 kr.** |

| RESULTAT | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) |
|---|---|---|
| **I ALT** | **0,00 kr.** | **0,00 kr.** |

**Kommentarer/forbehold:**

Lokaleomkostninger inkluderer udgifter til kanalrundfart og sceneopsætning i egen gård.
Yderligere lokaler til eksterne arrangementer vil afholdes i partneres faciliteter.

Transportudgifter omfatter rejseomkostninger til danske og internationale oplægsholdere/keynotes

Honorarer omfatter paneldeltagere, moderatorer, værter, musikere, kunstnere, fotografer og keynotes

Konsulenter vil bidrage til bl.a. pladsdesign, teknisk setup, lys og lyd.

PR og markedsføring dækker over visuel identitet, kommunikation og presse, kampagner og digital markedsføring.

COPENHAGEN
DRAGON BOAT FESTIVAL
哥本哈根龙舟节

København, den 30. Marts 2026

**Københavns Kommune**

Att. Kultur- og Fritidsudvalget

**Copenhagen Dragon Boat Festival** (CDBF)
Store Strandstræde 10, st.
1255 København K

**CVR-nr** : 4117 8779

**Ansøgning om en Kultur- og Udviklings-støtte for vores festival i 2027**

**Copenhagen Dragon Boat Festival** er en årlig kultur-begivenhed, der samler virksomheder, foreninger og lokalsamfund til en festlig fejring af Teamwork, Kultur og Sport.

Festivalen er blevet til på initiativ af over 50 kinesiske foreninger og dansk-kinesiske virksomheder – og den nyder desuden stor opbakning fra institutioner som den **Kinesiske Ambassade** og **Det Kinesiske Kulturcenter** i København.

Gennem mangfoldige aktiviteter fremmes fællesskab, inklusion og interkulturel dialog – hvor en platform for kulturel udveksling bliver skabt – og næste år i 2027 kan **Copenhagen Dragon Boat Festival** afholde sin 10. Dragebåds Festival.

**"Til lyden af trommerytmer og plaskende årer styrker vi venskabet mellem Kina og Danmark med hvert åreslag"**

For hver udgave af festivalen så har den vokset sig større og større – og i 2025 deltog omkring **30 dragebådshold** i en intens konkurrere fordelt over 2 dage ude i Københavns Sydhavn (Teglværkshavnen ved Teglholmen).

Vores ambitioner vokser også hvert år – og derfor har Vi her i 2026 valgt at flytte festivalen fra **Teglholmen** og hen til **Islands Brygge** – hvor vi får omkring dobbelt så meget plads – hvilket giver os mulighed for at udvide med en lang række andre tværkulturelle ting – så som f.eks. flere Mad steder – Dans og Musik – og Kinesiske Film på Storskærm – alt sammen med henblik på at fremvise mange forskellige facetter af den **Kinesiske Kultur** til Københavnerne.

**Copenhagen Dragon Boat Festival** håber desuden fremadrettet på, med denne nye lokation, at kunne vokse sig lige så stor som den årlige Japanske **SAKURA festival** ude på Langelinie.

Derfor ansøger vi **Københavns Kommune** om et tilskud til 2027 på **200.000 kr**.– da en sådan økonomisk sikkerhed ville kunne hjælpe os med at planlægge flere unikke oplevelser til byens mange borgere ved næste års Festival.

Bevillingen vil sammen med andre tilskud fra blandt andet **Den Kinesiske Ambassade** og **Det Kinesiske Kulturcenter** skabe et sikkert udgangspunkt for den årlige drift og videre udvikling af **Copenhagen Dragon Boat Festival**.

Bevillingen fra **Københavns Kommune** vil dog udelukkende blive "øremærket" til diverse Kultur-aktiviteter !!

Med Venlige Hilsner

**Steen R. Jensen**
Festival Coordinator

**Mr. Zhang Hui**
Chairman of the Board

**ANSØGNING TIL KØBENHAVNS KOMMUNE**

## ANSØGER

**COPENHAGEN DRAGON BOAT FESTIVAL**
Store Strandstræde 10, st.
1255 København K

**CVR-nr** : 4117 8779

**Mail** : Steen@TKBC.dk

**Telefon** : 26 13 66 33

**ANSØGT BELØB : 200.000 DKK**

## TITEL PÅ PROJEKTET

**COPENHAGEN DRAGON BOAT FESTIVAL** (herefter CDBF)

## TIDSPLAN OG LOKATION

**10. udgave** af festivalen er planlagt til at blive afviklet fra Fredag den **28. Maj** til Søndag den **30. Maj 2027**.

De sidste 3 år er den årlige **Dragon Boat Festival** blevet afholdt ude i Københavns Sydhavn (Teglholmen) ved **Aalborgs Universitet**'s arealer – og de 5 tidligere år blev festivalen afholdt ude ved **Københavns Roklub**.

Men grundet stigende pladsmangel (pga. øget besøgstal) – samt et ønske om at gøre festivalen mere synlig – Så har vi her i 2026 besluttet at flytte festivalen ud i selve Københavns Havn ved **Islands Brygge** (modsat Fisketorvet)

Dette vil dels give os omkring **Dobbelt** så meget plads oppe på Land – så vi kan udvide aktiviteterne på Land.
- Og så vil det også gøre festivalen MEGET mere synlig – så forhåbentlig endnu flere opdager vores Kultur-festival.

**CDBF** er de andre år blevet afholdt i starten af **Juni** – men den vil her i 2026 blive afholdt den sidste weekend i **Maj.**

## PROJEKT-BESKRIVELSE OG FORMÅL

**Copenhagen Dragon Boat Festival** (CDBF) har siden sin grundlæggelse fokuseret målrettet på at få udbredt den Kinesiske Kultur til den generelle Danske befolkning – samt at udvikle og styrke de kulturelle relationer mellem Kina og Danmark – og vi har gjort et solidt stykke arbejde med at opbygge et fundamentalt netværk af frivillige kræfter – som alle deler vores Passion.

Festivalens hovedformål er at give Københavnerne en unik mulighed for at komme tættere på den Kinesiske Kultur i alle dens former ved dette **GRATIS** arrangement, hvor der udover **Dragon Boat Race** også er mange andre **kultur-lækkerier** inden for f.eks. Film, Mad, Musik, Dans og Design.

## MÅLGRUPPE

**Copenhagen Dragon Boat Festival** henvender sig primært til den voksne målgruppe, men der kommer også hvert år masser af børn sammen med deres forældre – så derfor sørger vi også for at have mange aktiviteter for de yngste.

Vi har selvfølgelig også et særligt Stort fokus på de ca. 20.000 herboende **Kinesere** som lever i Hovedstadsområdet.
(SOURCE : ANNUAL REPORT FROM STATISTICS DENMARK – 2025 CENSUS)




Danmark har mange andre 'Special Festivaler' – men ingen som udelukkende omhandler Kinesisk Kultur og som er direkte rettet mod Danskernes stærkt voksende interesse for Kina – og dens meget alsidige Kultur. (hvert år stiger antallet af nye studerende som vælger **Chinese Studies** på både KUA - CBS og RUC)

Festivalens mange aktiviteter bidrager (forhåbentlig) også til at give publikum nogle helt unikke kulturelle oplevelser – og samtidig være med til at styrke de internationale relationer mellem Kina og Danmark – som kun bliver mere og mere aktuelt med det stærkt stigende antal af herboende Kinesere – og der kommer også hvert år flere nye **Expats**.

Derfor har **CDBF** også en vigtig **Social og Kulturel funktion** for det Kinesiske miljø her i Hovedstaden – og festivalen fungerer som et samlingspunkt for dette igennem de mange forskellige begivenheder under festivals-weekenden.

Med **Copenhagen Dragon Boat Festival** følger København også i slipstrømmen på flere andre metropoler : f.eks. **Amsterdam** - **Barcelona** - **Berlin** - **London** - **Paris** - **New York** - **Seattle** - **Sydney** og **Toronto**. m.fl.

Disse storbyer har i årevis afholdt deres egne velbesøgte **Dragon Boat Festivaler** med Teams fra hele verden.






## FORVENTET ANTAL DELTAGERE OG SUCCES-KRITERIER

Vi regner med at fortsætte den model som vi har brugt de sidste par år – og der var besøgstallet ca. **6.000-8.000 gæster** til selve festivalen. Det kan dog være ret svært at give et helt præcist estimat, da det afhænger meget af hvordan vejret er den weekend (om det regner) – men de sidste 2 år har vi været heldige med vejret.

**Følgende succes-kriterier og måltal søges opnået i 2027 :**

- Minimum **30 Teams** som deltager i selve Dragon Boat konkurrencen om Søndagen (**30. Maj**)
- Øge vores besøgstal til mellem **8.000 - 12.000 gæster** – hvis det altså ikke regner alle 3 dage.
- Styrke vækstlaget ved forhåbentlig at få endnu flere **Samarbejdspartnere** (Danske virksomheder) med i festivalen.
- Forhåbentlig også få noget mere **Medie omtale** – både i kraft af den NYE lokation – samt flere "Danske" gæste-talere.
- Den NYE lokation gør det bla. også muligt at f.eks. have GRATIS **Film fremvisninger** og lave andre større Kultur-events.

## AKTIVITETER OG INDHOLD

Festivalen har fra år til år vokset sig større og større – både hvad angår **besøgstal** – men også hvad angår **deltagere** (Teams) , hvilket betyder, at vores ambitionsniveau tilsvarende også årligt bliver større og større.

Derfor bliver der også hvert år sat nye mål for selve festivalen.

Men selvom festivalen måske ændre sig lidt – så vil festivalens hoved-fokus altid være **Dragon Boat** regattaen !!

Vi vil også altid kunne tilbyde en lang række tilbagevendende kultur-aktiviteter, der bla. inkluderer :

- Mangfoldigt udbud af forskellige Kinesiske **Delikatesser** (Mad & Drikke)
- Optræden med Kinesisk **Drage-dans** i samarbejde med **Dansk Kinesisk Kultur Forening**
- Optræden med Kinesisk **Musik** i samarbejde med **Dansk Kinesisk Kultur Forening**
- Optræden med Kinesisk **Tai Chi** i samarbejde med **Dansk Kinesisk Kultur Forening**
- Mulighed for at prøve Kinesisk **Kalligrafi** i samarbejde med **Dansk Kinesisk Kultur Forening**
- Mulighed for at opleve en Kinesisk **The-Ceremoni** i samarbejde med **Dansk Kinesisk Kultur Forening**
- Networking og deltagelse fra andre **Dragon Boat Festivaler** – fra både Kina og Europa.
- Afholdelse af diverse festival-relaterede events under selve festivals weekenden – Herunder **Koncerter** / **Opvisninger** / **Open-air fremvisninger** og andre **'on-location' arrangementer**.
- Bidrage til den offentlige debat omkring Kina - bl.a. via tæt kontakt til eksempelvis **Asia Days** på CBS.

**Nye tiltag for 2026 festivalen, som vi er stolte af at kunne præsentere, inkluderer :**

- Afholdelse af en festival der i højere grad er **handicap-tilgængelig**. Dette har de sidste par år været lidt besværligt pga. den begrænsede plads ved **Aalborg Universitets** arealer – kombineret med det øget besøgstal – men den NYE lokation ved **Islands Brygge** er langt mere handicap-venlig / kørestols-tilgængelig.
- Påbegyndt samarbejde omkring eventuel udvikling af "**Søster**" **Festivaler** i andre danske byer (Odense og Aarhus).
- Vi er her i 2026 også i gang med at prøve at etablere et samarbejde med **TV2 Sport** – om at lave en lille reportage. Dette samarbejde håber vi selvfølgelig også på vil kunne fortsætte i fremtiden.



## SAMARBEJDSPARTNERE

**Frivillige** : **Copenhagen Dragon Boat Festival** kunne ikke gennemføres uden de mange helårs-frivillige, som har ansvaret for implementeringen og eksekvering af den årlige festival. Denne gruppe består pt. af ca. 15 frivillige, som bruger mellem 10-20 timer om ugen på at arbejde for Festivalen.

**CDBF** opfordrer generelt folk med **Kinesisk baggrund** til at blive en del af vores årsfrivillige, da vi mener, at personer med Kinesisk baggrund er med til at skabe den bedste repræsentation og identifikation for og til det Kinesiske miljø – men ALLE er lige velkomne – og vores Team er da også meget blandet – både med hensyn til "afstamning" – men også til alder (den yngste er lige blevet 30 år– og den ældste er 74 år)

**CDBF'tivister** : Før og under **Dragon Boat Festivalen** vokser antallet så til ca. 50-75 frivillige (**CDBF'tivister**), som kan hjælpe med til, at sikrer den praktiske gennemførsel af selve Festivalen – og størstedelen af disse frivillige kommer fra de mange forskellige **Kinesiske Foreninger** - og flere af disse personer har været med før.

**Nationale Samarbejdspartnere** : Blandt andre **Den Kinesiske Ambassade – Det Kinesiske Kulturcenter – Dansk Industri – ARLA – BYD** – **TsingTao Beer** – **XPENG** – **Chinese Business Association in Denmark – Danish Chinese Friendship Association – Danish Chinese Integration Forum – Danish Shanghai Association – Danish Chinese Sport & Culture Association – Danish Chinese Tourism & Cultural Exchange Association – Shanghainese Federation in Denmark – Den Kinesiske Handels Sammenslutning i Danmark – S.C. Van Fonden – Dansk Kinesisk Kultur Forening – Denmark Hong Kong Trade Association – Københavns Roklub –** m.fl.

Samt diverse forskellige **Kinesiske Forretninger og Restauranter** (og forhåbentlig også **Københavns Kommune**)

**Internationale Samarbejdspartnere** : **Hong Kong Economics and Trade Office** (HKETO - London) **– Hong Kong Trade Development Council** (HKTDC - London) **– Nordic Chinese Travel Association – International Dragon Boat Federation** (IDBF) **– European Dragon Boat Federation** (EDBF) **– Barcelona Dragon Boat Festival** – **Seattle Dragon Boat Festival – UK Dragon Boat Festival –** m.fl.

Vi forventer at fortsætte disse gode samarbejder i forbindelse med **CDBF 2027** – men Vi vil selvfølgelig også blive ved med at opsøge nye samarbejder med interessante organisationer og virksomheder.

Nedenfor kan I se nogle af de samarbejdspartnere, som vi arbejder på at få et fremtidigt samarbejde med :

- Air China (Nordic)
- Bank of China (Nordic)
- Carlsberg
- Danfoss
- Grundfos
- LEGO
- MÆRSK
- Novo Nordisk
- Vestas
- Danish Chinese Business Forum (DCBF)
- Visit Denmark
- Wonderful Copenhagen
- Kultur-ministeriet
- Udenrigs-ministeriet
- Erhvervs-ministeriet
- Dansk Erhverv
- Asia House Denmark
- International House Copenhagen
- Diverse store Kinesiske Brands med afdelinger her i Danmark
- Diverse store Danske virksomheder med interesser ude i Kina

## MARKEDSFØRING OG KOMMUNIKATION

**Copenhagen Dragon Boat Festival** vil meget gerne være er en mere synlig festival – men i 2025 havde vi kun nogle ganske få Presse-omtaler (dagspressen og online-medier). Vi oplevede desværre ikke den store medie-dækning af **CDBF** som vi ellers havde håbet på – selvom vi kontaktede flere forskellige medier, så blev det aldrig til den Helt Store medie-omtale. Heller ikke selvom at vores Festival faktisk havde flere prominente Gæste-talere (bla. diverse Politikere og CEOs) – Så det var mildt sagt lidt af en skuffelse..

Men der var ikke andet for end at overveje, HVAD vi måske kunne have gjort anderledes for at få en bredere medie-dækning. Derfor har vi her til **CDBF 2026** hyret en professionel journalist til at stå for vores kommunikations-arbejde og skrive vores pressemeddelelser – med håb om at han bedre kan nå ud til den Danske presse.

Vi håber også på, at vi i år modtager en masse økonomisk støtte fra diverse Sponsorer – samt Kultur-puljer og Fonde. – Så vi virkelig kan gå **All-in** med Markedsføringen.

Hvis det økonomiske grundlag ellers er tilstede – så planlægger vi en massiv kampagne med både helsides-annoncer, strøg-bannere, bus-reklamer, metro-reklamer, plakater m.m.

Vores målsætning er at blive lige så synlige i gadebilledet som f.eks. **SAKURA Festivalen** og den **Thailandske Festival**.

Med både Gadeskilte ved diverse **METRO stationer** – samt Gadebannere ind langs **H.C. Andersens Boulevard** (men dette er Helt sikkert ikke billigt – og indtil videre har vi desværre bare ikke haft økonomien til det)

Udover at vi gerne vil være meget mere synlige i gadebilledet – både **før** og **under** selve festivalen – så vil **CDBF** også gerne være massivt til stede Online – Dette sker både via **Facebook** og **Instagram** og **TikTok**.

Vi bruger især vores SoMe-kanaler og digital markedsføring til at henvende os til det yngre publikum (20+)

Her gør vi bla. også brug af diverse **Facebook-grupper** dedikeret til, hvad der sker rundt om i København – men også grupper der generelt omhandler Kultur – samt diverse grupper for Kinesere bosat i Danmark.

Samtidigt samarbejder vi også med flere relevante uddannelses-institutioner om uddeling af flyers og plakater. – Desuden er der i år også planlagt "oplysningskampagner" på både **Københavns Universitet** + **CBS** + **DTU** + **ITU**

## FINANSIERINGSPLAN

En af vores største (private) bidragsydere i 2025 var **Den Kinesiske Ambassade** – som Vi igen har fået lovning fra omkring fremtidig støtte. Vi modtog desuden også en betydelig finansiel støtte fra diverse **Virksomheder** – samt diverse **Kinesiske Foreninger** her i Danmark – og forskellige internationale organisationer som **HKETO** og **HKTDC** som støtter op omkring Kinesisk Kultur rundt om i verden – og Dem har vi også fået lovning vedr. støtte her i 2026.

Vi vil desuden arbejde på en mere fokuseret Fondsøgning – og finde puljer der passer specifikt til vores profil.

Ligeledes vil vi med en større administrativ indsats prøve at skaffe flere **Erhvervs Sponsorer**, hvilket vil have en stor betydning for udvalget af arrangementer samt vores økonomi til markedsføring – og dermed også være med til at øge besøgstallet – og indirekte øge festivalens tredje finansielle post : **Salg af Mad & Drikke**

Derudover vil vores Finansieringsplan ellers være den samme som de andre år :

1) Søge offentlig støtte fra bla. **Københavns Kommune** via deres Festival-Pulje (NYT)
2) Søge støtte fra diverse **Kultur-fonde** – samt den **Kinesiske Ambassade** + diverse **Sponsorer**
3) og selvfølgelig **Salg af Erhvervs Pavilloner til Virksomheder**

Baseret på de sidste års erfaring ser vores finansieringsplan ud som vist i Budgettet i **Bilag 1**

## AFSLUTTENDE BEMÆRKNINGER

**Copenhagen Dragon Boat Festival** vil få meget svært ved at bibeholde vores nuværende ambitionsniveau og ønske om kvalitet – hvis vi ikke modtager støtte fra puljer som f.eks. **Festival-Puljen**. Derfor håber vi på, at **Kultur- og Fritidsudvalget** vil efterkomme vores ansøgning – og tilkende **CDBF** støtte til denne Kultur Festival.

Dette er især ønskværdigt, da Vi brændende ønsker at udbrede kendskabet til vores **Dragon Boat Festival** – ikke kun i København, men også Nationalt – samt sikre at kvaliteten af festivalen bliver forhøjet fra år til år.

Så vi håber virkelig, at I vil overveje at forme et partnerskab med **CDBF** – og hjælpe Os med vores Vision.

Således at København fortsat vil kunne bryste sig af at have den største **Dragon Boat Festival** her i Norden.

Vi håber virkelig, at I kan se, at **CDBF** ikke kun er et vigtigt rum for mangfoldighed, men også kan være med til at sætte København på landkortet over byer som støtter op omkring dens **Asiatiske** minoritetsgrupper.

Vi ved desuden fra andre **Dragon Boat Festivaler** – at disse med fordel kan bruges til at 'Brande' byerne internationalt – og derved tiltrække både flere (købestærke) **Kinesiske Turister** – men i lige så stor grad også det **Kinesiske Erhvervsliv**.

## Tidligere støtte fra Københavns Kommune

Vi har ikke tidligere ansøgt **Festivalpuljen** om støtte til vores Festival – men vi prøver nu til **CDBF 2027**

– Og en evt. Bevilling fra **Københavns Kommune** vil udelukkende blive "øremærket" til diverse **Kultur-aktiviteter** !!



**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

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

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 DRAGON BOAT FESTIVAL** |
| **CVR:** **4117 8779** |
| **Projektets Navn:** **COPENHAGEN DRAGON BOAT FESTIVAL 2027** |

| |
|---|
| **Projektperiode:** **01.01.2027 – 01.07.2027**<br>*Projektperioden er lig med udgiftsperioden,*<br>*dvs. den starter når de <u>første</u> udgifter afholdes og slutter, når den <u>sidste</u> udgift er afholdt.* |

| **Indtægter** | **Budget 2027** | **Budget 2026** (hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **200.000** | **0** | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | | | |
| a) Den Kinesiske Ambassade | **200.000** (Forventet) | **200.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| b) Kinesisk Kulturcenter i København | **100.000** (Forventet) | **50.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| c) Hong Kong Economics & Trade Office (HKETO - London) | **50.000** (Forventet) | **25.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| d) S.C. VAN FONDEN | **200.000** (Forventet) | **100.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| e) Diverse Kinesiske Foreninger | **100.000** (Forventet) | **80.500** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| f) Diverse SMÅ Sponsorer (Danske og udenlanske) | **300.000** (Forventet) | **217.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| g) Diverse STORE Sponsorer (Danske og udenlanske) | **300.000** (Forventet) | **222.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| | | | |
| Honorarer | 0 | 0 | |
| | | | |
| Billet indtægter | 0 | 0 | Der er GRATIS adgang til selve Festivals-området |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Dragon Boat Race (Deltagelses Gebyr) | **150.000** (Forventet) | **96.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| b) Salg af Erhvervs Pavilloner til Virksomheder | **250.000** (Forventet) | **248.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| c) Salg af Mad & Drikke | **150.000** (Forventet) | **105.000** | Tal er fra **2025** - da 2026 ikke er afholdt endnu |
| **INDTÆGTER I ALT** | **2.000.000** | **1.343.500** | Tal er fra **2025** |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget 2027** (Forventet) | **Budget 2026** (dette års festival er endnu ikke afholdt) |
|---|---|---|
| **Honorarer** : inviterede kunstnere / moderator m.m. | **150.000** | **137.000** (Tal er fra **2025**) |
| **Konsulent-udgifter** : Projektledelse og Event-koordinering | **150.000** | **132.000** (Tal er fra **2025**) |
| **Materiale-udgifter** | Se Øvrige | Se Øvrige |
| **Transport-udgifter** | **1500** | **900** (Tal er fra **2025**) |
| **Opholds-udgifter** (vi har ca. 20 udenlandske Gæster) | **150.000** / 3 dage | **66.000** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| **Fortæring** : herunder møder | **50.000** | **33.000** (Tal er fra **2025**) |
| **Diverse repræsentation** | **75.000** | **53.000** (Tal er fra **2025**) |
| **PR og Markedsføring** | **360.000** | **265.000** (Tal er fra **2025**) |
| **Kontor-udgifter** (telefon, porto mv.) | **20.000** | **13.600** (Tal er fra **2025**) |
| **Revisionshonorar** | **25.000** | **25.000** (Tal er fra **2025**) |
| Øvrige udgifter, specificeret | | |
| a) **Leje af Land Arealerne**<br>(Festivalen er i **2026** flyttet fra **Teglholmen** til **Islands Brygge**) | **90.000** / 3 dage | **58.000** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| b) **Leje af 4 stk. Dragebåde** - inkl. Transport og Opbevaring | **300.000** / 3 dage | **191.000** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| c) **Leje af Udstyr** - Scene / Storskærme / Lyd-anlæg m.m. | **200.000** / 3 dage | **99.500** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| d) **Leje af Strømforsyning** - 3 Store Generatorer | **30.000** / 3 dage | **16.500** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| e) **Leje af Toiletter** - Midlertidige toilet-vogne | **60.000** / 3 dage | **41.500** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| f) **Affaldshåndtering** - Oprydning og Rengøring | **60.000** / 3 dage | **40.000** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| g) **Leje af Telte / Borde / Stole** inkl. Opsætning | **150.000** / 3 dage | **86.000** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| h) Betaling til **Københavns Roklub** for hjælp til afvikling | **120.000** / 3 dage | **75.000** / 2 dage (Tal er fra **2025**) |
| **UDGIFTER I ALT** | **1.991.500** | **1.333.000** (Tal er fra **2025**) |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **+ 8.500** | **+ 10.500** (Tal er fra **2025**) |

**Kommentarer/forbehold:**

- Bevillingen fra **Københavns Kommune** vil udelukkende blive **"øremærket"** til at udvide vores **Kultur-aktiviteter !!**

- Den årlige **Dragon Boat Festival** afholdes enten i slutningen af **Maj** – eller i starten af **Juni**
(den følger det Kinesiske kalenderår)

# ANSØGNING OM TILSKUD FRA FESTIVALPULJEN


















KOOPERATIVT ®
KØBENHAVN

# FABRIKA – FESTIVAL FOR FREMTIDENS FÆLLESSKABENDE IVÆRKSÆTTERI

*Fabrika er en festival, der viser fællesskabernes svar på tidens kriser – en levende inspirationsfabrik for alle dem, der vil udfordre business as usual: iværksættere, kunstnere, civilsamfundsaktører, aktivister og mange flere.*

## DATO OG STED

28.-29. oktober 2027 hos AFUK, Enghavevej 82B 2450 København SV

## FORMÅL OG BAGGRUND

Formålet med Fabrika er - via en to-dages festival - at sætte spot på styrken i fællesskaber og showcase alt det, vi som borgere, arbejdere og erhvervsdrivende i København kan udrette i fællesskab i krydsfeltet mellem civilsamfund og erhverv.

Fabrika er to dage med workshops, talks, kultur- og madoplevelser, som gør op med konventionelle iværksætterlogikker og peger på fællesskabsbaserede alternativer. Fabrika sætter scene til iværksættere i ordets allerbredeste forstand:
kooperativer, foreninger, kulturaktører, kunstprojekter, sociale bevægelser og mange flere, som hver dag skaber forandring og skubber vores samfund og by i en mere bæredygtig, mangfoldig og retfærdig retning.

Vi inviterer ind til en levende inspirationsfabrik, hvor vi i fællesskab finder løsninger og viser, at det er muligt at udfordre business as usual og skabe et fællesskabsorienteret samfund.

For fællesskabsbaseret iværksætteri er fællesejede virksomheder, det er kunstnergruppen, der skaber et værk, det er de lokale unge, der stifter en forening, det er græsrodsbevægelserne og fællesskaberne, hvor nye ideer opstår. Fællesskabsbaseret iværksætteri er forandringskraft og skabertrang, der kommer vores by til gavn.

I 2025 var mere 650 mennesker samlet, da vi åbnede dørene til Fabrika Festival og inviterede til 55 programpunkter med fokus på fællesskabsbaseret og samfundsansvarligt iværksætteri – bl.a. som svar på tidens store kriser, fx klima, ulighed og diskrimination. Festivalen favnede bredt og satte scene til alt fra pop-up rådgivning og panelsamtaler til skillshare-workshops organisationer imellem. Af involverede indholdspartnere var alt fra foreninger og kulturaktører til uddannelsesinstitutioner og socialt ansvarlige virksomheder.

2025 var vores festivaldebut, og her sikrede vi en stærk diversitets- og tilgængelighedsprofil og fokus på internationalt udsyn. Denne linje vil vi fortsætte og videreudvikle på baggrund af vores erfaringer.

I 2026 og 2027 har vi bl.a. fokus på at styrke det kulturelle indhold på festivalen med et decideret kulturprogram, som både sætter kulturens rolle til debat og sætter scene til nyt og progressivt kunst- og kulturindhold.

**Kooperativt København ansøger Københavns Kommunes festivalpulje om tilskud på 300.000 kr. til Fabrika Festivals kulturprogram i 2027.**

## AKTIVITETER

Festivalen består af følgende:

1) 1 x festival á to dage
2) 30-50 programpunkter som spænder bredt i format og indhold, fx samskabende og kreative workshops/formater, panelsamtaler, rådgivning, værksteder, netværks- og fællesskabsfremmende initiativer, eksperimenterende og kunstneriske rum og installationer, fællesspisning og musik

Derudover afholdes der inden festivalen en række inddragende arrangementer med indholdsskabere, frivillige og rekrutteringspartnere.

## METODER OG INDHOLD

Det overordnede greb, som festivalens indhold tilrettelægges ud fra er, at der udvælges en række samfundsmæssige udfordringer eller kriser, som ikke bare udfoldes på festivalen, men som besvares med en række kooperative, kollektive og fællesskabsbaserede løsningsmuligheder. Både lavpraktiske hverdagseksempler og store visionære initiativer. Et konkret eksempel kunne være, at byggekooperativet Log Ladies fortæller om deres iværksætterrejse som modsvar til en ekskluderende og diskriminerende byggebranche, og hvordan det at stifte deres eget kooperativ har givet dem et nært og trygt fællesskab i hverdagen. Et eksempel på de store visioner kunne være, at en ungdomsbevægelse, et kunstprojekt eller en aktivistisk gruppe tager scenen og giver deres bud på, hvordan fremtidens by skal se ud.

## MÅLGRUPPE

Festivalen er åben for alle men særligt målrettet nytænkende og progressive stemmer, som ønsker at skabe forandring. Særligt har vi fokus på unge mellem 15-30 år.

## FORVENTEDE RESULTATER OG SUCCESKRITERIER

Mål:

- Fremvise København som mangfoldig og fællesskabende by med spirende, progressive og nytænkende miljøer og med bred deltagelse fra forskellige virksomheder, foreninger, brancher og bevægelser
- Fremvise diverse spejlbilleder og rollemodeller for nye generationer

- Sceneplads til mennesker og virksomhedsformer, som traditionelt er underrepræsenteret i iværksættermiljøer, fx kvinder, minoriserede, kooperativer og socialøkonomiske virksomheder, kunst og kultur, ikke-anerkendte erhverv og arbejde udført at socialt udsatte etc.
- Skabelse af netværk unge og byens aktører imellem
- Deltagelse og inspiration fra udlandet
- Specifikt for kulturprogrammet: Sceneplads til en ny generation af kulturskabere, som er nysgerrige på, hvordan man skaber bæredygtige by- og arbejdsliv.

Succeskriterier:

Antal:

500-700 deltagere
- 100-200 bidragsydere
- 100-150 frivillige i festivalens afvikling

Samarbejder:

- 2 unge kulturorganisationer som indholdspartnere, fx Another Life, SOFTER, Questioning Creatives, Ekkosystem, SOUND, Fair Practice Kultur, VOMP, Sort/Hvid
- 2 grønne organisationer som indholdspartnere, fx Den Grønne Ungdomsbevægelse, Lærlinge for Bæredygtighed, B-Lab Nordics, Den Økologiske Ungdomsbevægelse, FLOR, Andelsgaarde og ØsterGro
- 2 indholdspartnere som har fokus på social bæredygtighed, fx Log Ladies, Logik & Co., Trivselsalliancen, Avilius
- 10-20 medskabere i planlægning og afvikling à medlemmer fra vores medlemsvirksomheder, fx FRAK, Logik & Co., Kitchen Collective, Settlementet, Grantoftegaard, Analyse & Tal, Public Service, Log Ladies, Stenbroens Jurister, Stenbroens Træpleje & Anlæg, Koncertkirken, Christianshavns Beboerhus, Sjællandsgade Bad, Eksskolens Design & Tryk, AKK – alemene kunstklubber, Amaro Kostume- og Gallaudlejning, Tomorrow Collective, Nørrebro United og BK Skjold.

Øvrige bæredygtighedsmål:

- 10-15 talks, workshops og programpunkter, som behandler emnet social, grøn eller økonomisk bæredygtighed
- Vegansk og primært økologisk mad og drikke – fortrinsvis lokalt og regenerativt produceret
- Genbrugsmaterialer til udsmykning
- Affaldssortering og ingen engangsservice

## RELEVANS FOR KBH: KØBENHAVN SOM FÆLLESSKABERNES BY

København er landets største kommune og har et rigt forenings- og erhvervsliv med stor mangfoldighed og virkelyst. Det spirer samtidig med nye og progressive fællesskaber i København i både civilsamfund og erhvervsliv - og i mødet mellem de to.

Festivalen skal styrke de mange fællesskaber, der findes i København og være en platform for, at nytænkende stemmer kan krydsbestøve hinanden. Vi vil fremvise Københavns diverse befolkning, erhvervsdrivende, kulturaktører og civilsamfundsaktører og sætte scene til alt det spirerende og nyskabende, der sker, fx på madscenen, kulturscenen, i arkitektur og bymiljøer og fritids- og foreningslivet.

Festivalen skal bidrage til at udvikle forbindelser, idéer og løsninger til at skabe en by, hvor fællesskaber trives i både civilsamfund og erhverv og spiller sammen med kommunen som en progressiv aktør og ambassadør for at skabe en by til gavn for fællesskabet. Helt i tråd med vores og Københavns Kommunens fælles vision fra 2024.

## SAMARBEJDER

Som det fremgår af festivalens mål og succeskriterier er samarbejder en forudsætning for at Fabrika Festival kan lykkes. Vi arbejder med 4 typer samarbejder, som alle deltager forpligtende i gennemførelsen.

- Medlemmer: Kooperativt Københavns medlemskreds aktiveres og bidrager. Vi har en medlemskreds af 75 virksomheder og foreninger, hvor min. 1/3 er aktive medskabere, fx kulturhuse, boldklubber, kooperativer, socialøkonomiske virksomheder
- Indholdspartnere: Vi allierer os med små progressive organisationer, som er med til at sikre festivalens indhold. Disse aflønnes med honorarmidler.
- Partnerskaber: Større aktører bidrager økonomisk i en partnerskabsmodel, hvor de får synlighed og evt. sceneplads, fx Merkur Andelskasse, Fælleskassen, Kooperationen eller andre relevante brancheorganisationer og faglige organisationer.
- Frivillige: Frivillige deltager i forberedelser op til og i afvikling af festivalen, bl.a. praktisk hjælp, rengøring og som værter, der sikrer god modtagelse, wayfinding og tilgængelighed

## UDVIKLING OG FORNYELSE

**Faglig udvikling:** Vi ønsker at skabe et stærkere kulturprogram. Kulturindholdet var en mere underspillet del af første års festival, og det skabte en meget positiv effekt på publikum og stemningen på festivalen og stimulerede samtaler og forestillingsevne. Det gav pauserum og frirum, som vi vil integrere meget mere i 2026 og 2027 i festivalens rum og opbygning såvel som i programmet. I 2025 satte et stort tekstilkunstværk rammen om en masse gode interaktioner, og inviterede deltagerne ind som medskabere og ledte til refleksive samtaler. Derudover havde vi flere koncerter med kobling til det tematiske indhold – bl.a. om kunst- og kulturarbejderes arbejdsvilkår - og en tværæstestisk performance mellem opera, klassisk musik, dramatik og design. Visionen er, at kulturprogrammet skal understøtte og opbygge fællesskab på festivalen.

**Publikumsmæssig udvikling:** Vi sigter efter en bredere målgruppe af deltagere – men også en bredere gruppe af indholdspartnere, bl.a. med vægt på repræsentation. Vi ønsker at tiltrække flere til byen fra resten af landet, hvor vi første år havde 15% deltagelse fra ikke-københavnere.

**Økonomisk udvikling:** Fra 2025-2027 etablerer og styrker vi en partnerskabsmodel og bredere finansieringskilder samt en højere grad af egen-/medlemsfinansiering.

## TILGÆNGELIGHED OG REPRÆSENTATION

Vi har i skabelsen af Fabrika Festival fokus på at sikre mangfoldighed på flere parametre, både blandt festivalens gæster, leverandører og oplægs-/workshopholdere. Det er en vigtig mission for os at sætte scene til iværksættere og iværksætterformer, der ofte er underrepræsenteret, og derfor arbejder vi for at sikre deltagelse bredt på tværs af alder, etnicitet, hudfarve, uddannelse, funktionsvariationer og handicap, køn og socioøkonomisk klasse.

Det er en vigtig læring, at inklusionstiltag kræver ekstra ressourcer, ikke bare økonomisk. Der ligger omtanke og et betydeligt arbejde i kommunikation, rekruttering og indholdsskabelse, når man ønsker at sikre diversitet og repræsentation. Vi sætter aktivt ind følgende steder:

- Rådgivning og samarbejder om tilgængelighed, fx med Moussa Mchangama, Foreningen Iværksættere med Handicap og Bevica Fonden
- Fysisk tilgængelig for kørestolsbrugere og personer med bevægelseshandicap
- Tegnsprogstolk og teleslynge
- Inkluderende værtskab
- Diversitet i program - tematisk og blandt gæster og oplægs- og workshopholdere
- Rekruttering i alternative miljøer
- Sprog – både programpunkter på dansk og engelsk
- Vegansk mad og drikke

## OM KOOPERATIVT KØBENHAVN

Kooperativt København er et fællesskab for virksomheder og foreninger, der aktivt engagerer sig i at transformere samfundet. Sammen arbejder vi for at skabe et mere bæredygtigt, mangfoldigt og retfærdigt erhvervsliv i København. Det gør vi gennem politisk arbejde og formidling – og ved at indgå i et omsorgsfuldt og solidarisk netværk med hinanden.

Som demokratiske, kooperative og socialøkonomiske virksomheder er vi engagerede i at forandre måden, vi tænker virksomhed, arbejdsliv og værdiskabelse på. På den måde er vi erhvervslivets aktivistiske stemmer. Sammen og hver for sig har vi dedikeret vores arbejdsliv til at sætte en ny dagsorden. En dagsorden, der gør op med status quo, og som kalder virkeligheden ind og ud for, hvad den er.

Vores medlemmer bærer både jakkesæt og arbejdsbukser, men fælles for alle, uanset branche og størrelse, er målet om at skabe en socialt ansvarlig fremtid. Vi har både unge og gamle medlemmer og vores erfaring er, at generationsmødet er afgørende i at understøtte unges handlekraft.

Af medlemmer i kreative og kulturelle erhverv kan nævnes: Amaro Kostume- og Gallaudlejning, AKK – Almene Kunstklubber, Public Service, Eksskolens Design & Tryk, HakkertDukkert, Foolhardy Horizons, Indoor Sunglasses, Koncertkirken, Christianshavns Beboerhus, Sjællandsgade Bad, Supertime Books, Komposit, Bølgebrud, Nørrebro United og BK Skjold.

Se alle 72 medlemmer på **www.kooperativtkoebenhavn.dk**

## KOOPERATIVT KØBENHAVNS KOMPTENCEPROFIL

Kooperativt København er organiseret som en frivilligforening med mere end 70 medlemmer, to sekretariatsmedarbejdere og en frivillig bestyrelse på 10 personer, hvoraf nogle kan træde ind som en arbejdende del af sekretariatet ved behov for ekstra kompetencer. Vi har et stort og varierende antal frivillige blandt vores medlemmer, som hjælper til ved medlemsmøder og andre aktiviteter.

Kooperativt København har erfaring med projekt- og festivalafvikling bl.a. fra vores festival i 2025, som var medfinansieret af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Kooperativt København har desuden afviklet en lang række medlemsmøder og offentlige arrangementer, bl.a. et åbent arrangement om diversitet og repræsentation på arbejdspladser. Kooperativt København besidder stærke kompetencer i projektstyring, ledelse, kommunikation, uddannelse, iværksætteri, forretningsudvikling, demokratisk deltagelse mm.

Kooperativt København samarbejder i forvejen med Københavns Kommune om et erhvervsråd for kooperative, demokratiske og socialøkonomiske virksomheder og har udgivet en guide til forebyggelse af diskrimination på arbejdspladser.

## SOME

**Fabrika**

| | |
|---|---|
| Hjemmeside: | www.fabrikakbh.dk |
| Instagram @fabrikakbh | www.instagram.com/fabrikakbh/ |

**Kooperativt København**

| | |
|---|---|
| Hjemmeside: | www.kooperativtkoebenhavn.dk |
| Instagram @kooperativtkbh | www.instagram.com/kooperativtkbh/ |
| LinkedIn: | www.linkedin.com/company/kooperativt-københavn |

## BUDGET OG FINANSIERING

Med denne ansøgning søger vi **300.000 kr.** i 2027 fra Kultur- og Fritidsforvaltningens festivalpulje til at skabe et kulturprogram på Fabrika Festival, som er med til at fremvise København som mangfoldig og fællesskabende by. Kooperativt København stiller med egenfinansiering til bl.a. løn og in-kind ydelser i form af frivillige og mødelokaler.

Festivalen er desuden finansieret gennem partnerskaber og fonde.

## ANSØGER

**Foreningen Kooperativt København**
Ryesgade 23
2200 København N
CVR: 40877703
Email: hej@kooperativtkoebenhavn.dk
Foreningen Kooperativt København er ikke momsregistreret

**Kontaktperson:**
Anne Leavy
Mail: anne@kooperativtkoebenhavn.dk
Tlf.: 51553565

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

**Ansøgning om tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget**

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

Tilskudsmodtager skal agere økonomisk forsvarligt i alle dispositioner, som påvirker tilskuddet fra kommunen. Det indebærer at berettigede indtægter oppebæres og, at der ikke påføres udgifter, som kunne være undgået gennem en sparsommelig, produktiv og effektiv ressourceanvendelse.

Aflyses eller ændres væsentlige dele af projektet, fx overordnet program, lokation, afholdelsesperiode eller organisering, skal ændringerne og et revideret budget godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen. Ændringerne og det reviderede budget skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

| | |
|---|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** | Kooperativt København |
| **CVR:** | 40877703 |
| **Projektets navn:** | Fabrika - Festival for fremtidens fællesskabende iværksættere |

| | |
|---|---|
| **Projektperiode start (dd.mm.åååå):** | 01.06.2027 |
| **Projektperiode slut (dd.mm.åååå):** | 31.12.2027 |
| *Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.* | |

| | |
|---|---|
| **Budgettet vedrører budgetår (åååå):** | 2027 |
| **Dato for indsendelse af budget (dd.mm.åååå):** | 27.03.2026 |

| **Indtægter** | **Samlet budget** | **Budget året før (hvis der er givet tilskud)** | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **300.000,00 kr.** | | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.):* | | | |
| a) Tuborgfondet | 400.000,00 kr. | | Ansøgt |
| b) Partnerskaber/sponsorer | 100.000,00 kr. | | |
| c) Øvrige puljer og fonde, fx Roskilde Festival, LB fonden, Lån & Spar Fond, Arbejdernes Landsbanks Fond, Danmarks Erhvervsfremme Bestyrelse | 300.000,00 kr. | | Forventes ansøgt |
| Honorarer | | | |
| Billetindtægter | | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Understøttelse fra fast sekretariat, egenfinansiering | 150.000,00 kr. | | |
| b) Aktivitetsmidler/medlemsbidrag, egenfinansiering | 100.000,00 kr. | | |
| c) Diverse kontor og forsikringer, egenfinansiering | 50.000,00 kr. | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **1.400.000,00 kr.** | **0,00 kr.** | |

| Udgifter | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) |
|---|---|---|
| *Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud til.* | | |
| Løn | 500.000,00 kr. | |
| Honorarer til indholdsskabere | 300.000,00 kr. | |
| Materialeudgifter | 10.000,00 kr. | |
| Tilgængelighed og indretning | 100.000,00 kr. | |
| International deltagelse | 100.000,00 kr. | |
| Forplejning til frivillige og arrangører | 50.000,00 kr. | |
| Kommunikation og markedsføring | 100.000,00 kr. | |
| Venue og teknik | 150.000,00 kr. | |
| | | |
| Revisionshonorar | 30.000,00 kr. | |
| Øvrige udgifter, specificeret: | | |
| a) Evaluering | 50.000,00 kr. | |
| b) Uforudsete udgifter | 10.000,00 kr. | |
| c) | | |
| **UDGIFTER I ALT** | **1.400.000,00 kr.** | **0,00 kr.** |

| RESULTAT | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) |
|---|---|---|
| **I ALT** | **0,00 kr.** | **0,00 kr.** |

| Kommentarer/forbehold: |
|---|
| Vi ønsker at anvende det ansøgte tilskud til at skabe et kulturprogram på festivalen, som både sætter kulturens rolle til debat og sætter scene til nyt og progressivt kunst- og kulturindhold. Det medfinansierer posterne Honorarer til indholdsskabere, tilgængelighed og indretning samt kommunikation og markedsføring. |

FLUID FESTIVAL



**Fluid Festival of Copenhagen er den eneste festival i verden, der konsekvent og konsistent fastholder fokus på den skæve kønsbalance i kultur- og musiklivet.**

**Fluid Festival viser, at ord og musik skabt og fremført af kvinder og non-binære kan samle hele København.**

**I en stor tilbagevende fælles hyldest byder festivalen på tre dages talk- og musikprogram med 100% repræsentation af kvinder og non-binære i lead på og bag scenerne.**

- **+25.000 gæster af alle køn, aldre og baggrunde**
- **+150 frivillige af alle køn, aldre og baggrunde**
- **30 timers livemusik, aktiviteter, debatter og fællesskab.**
- **Frue Plads 19 - 21. august 2027 - gratis adgang**

# FÆLLESSKAB OG MANGFOLDIGHED

Fællesskab og mangfoldighed går hånd i hånd på Fluid Festival. Her er fællesskabet ikke kun for dem, der kender hinanden i forvejen eller som tilhører samme minoritet, gruppe eller identitet. Fællesskab opstår, når store oplevelser, følelser og samhørighed deles med andre, man er forskellig fra, og på Fluid Festival føler alle sig velkomne og inkluderede.

**Frue Plads** danner ramme for **byens smukkeste festival**, når vi byder +25.000 gæster indenfor i et stemningsfuldt byrum, hvor den fysiske indretning harmonerer med middelalderbyens særlige karakter. Her lader vi blomsterkasser, lyskæder, lave træmøbler i lounges og langborde i spiseområdet bevidst nudge gæsterne til at lære nye mennesker at kende.

Fluid Festivals ufravigelige dagsorden elskes af både musikere og gæster og tiltrækker hvert år et stadigt mere mangfoldigt publikumssegment, inklusive børnefamilier i alle konstellationer, de helt unge og de ældre.

Den bevidst æstetiske indretning, de imødekommende frivillige og publikums diversitet indbyder til venlighed og glæde, også når pladsen rammer sin maksimale kapacitet. For mange gæster er netop den **inkluderende og ikke-voldelige stemning** afgørende for, at de vender tilbage til Fluid Festival år efter år.

Også på scenerne er mangfoldighed i fokus. Temaerne på Talkscenen er aktuelle for mange aldersgrupper og livssituationer, og på musikscenen er alle aldre og genrer repræsenteret, dog med en overvægt af rock og pop, som er den musik, der favner flest og ofte indbyder til fællessang og dans.

Udover talks, debatter og livekoncerter udvikler Fluid Festival nye typer fællesskaber som 'Folkedans på Brosten' og 'Musikbingo' og som en innovativ udvidelse af festivalens program samarbejder vi med Vor Frue Kirke om **intimkoncerter**, der tilbyder en mere intens fælles oplevelse – også for dem, der har brug for en pause fra festivalpladsens mylder.

Der er let adgang til hele pladsen for kørestolsbrugere, og siden 2023 har vi samarbejdet med Solsikkesnoren, som kendes og forstås af alle frivillige og professionelle vagter.

# LIGESTILLING

*"Med det nuværende tempo vil der gå 181 år – frem til år 2206 – før der er lige mange kvindelige og mandlige medlemmer af KODA."*
– Dansk Musikliv i Tal, 2025. Udarbejdet af JazzDanmark, Tempi, Art Music Denmark og ROSA.

De danske musikfestivalers programmer viser fortsat en rystende skæv kønsfordeling. Seneste opgørelse fra musikrettighedsorganisationen KODA i 2025 viste, at blot 11 procent af årets udbetalinger gik til kvindelige musikskabere, og i lighed med foregående år var der ingen kvinder på top 10-listerne over KODAs største udbetalingsområder, der bl.a. tæller streaming, radio, tv og koncerter.

De få og små bevægelser, der ind imellem ses i den procentvise fordeling på landets musikscener, kan derfor desværre ikke tages som et udtryk for en varig tendens eller ændring i de grundlæggende strukturer. De viser kun, at talenterne er der, hvis man ønsker forandring, men hvis mønstret skal brydes, skal der en vedholdende indsats til.

Som den eneste større musikfestival i verden gøres Fluid Festivals repræsentation af kvinder og non-binære artister ikke op i procenter. Den er **altid 100**. Her er kvinder og non-binære altid i lead - uanset genre og spilletidspunkt.

Men ligestilling i musikbranchen handler ikke kun om det, der sker på scenen. På Fluid Festival styrker nye initiativer med helt konkrete tiltag kvinder og non-binære i musikbranchen året rundt:

- Vores backstageområde er et **safe space**, hvor musikerne skaber **netværk** med andre kvindelige og nonbinære musikere.
- Vi inviterer og informerer målrettet danske og udenlandske agenter, bookere og pladeselskaber om festivalen og dens kunstnere.
- Vi samler vækstlagskunstnere og branchefolk til netværksfrokost i Fluid Festivals lounge – et rum designet til samtaler, som ellers ikke finder sted.
- Fra 2026 matcher et nyt **mentorprogram** en ny, ung artist med en etableret kvindelig eller non-binær musiker eller producer, der kender branchen indefra.
- Som den eneste festival i Danmark (og i resten af verden) har Fluid Festival siden 2024 **100% kvinder og non-binære i lead på alle ledende poster bag scenerne:** Produktion, booking, barmanagement, frivilligledelse, backstageledelse, kommunikation, økonomistyring og indholdsudvikling.

# BÆREDYGTIGHED

'VI PASSER PÅ HINANDEN OG ALT DET, VI ER FÆLLES OM'. Det er udgangspunktet for de definerede målsætninger og konkrete indsatser, som Fluid Festival arbejder med inden for bæredygtighed. Ud fra et **helhedssyn**, hvor intet er for stort eller småt, underlægges festivalen kontinuerligt et detaljeret **bæredygtighedscheck**. Indsatsen udvikles løbende i takt med nye krav, behov og løsninger.

- Barerne serverer udelukkende økologisk øl/vin/vand.
- Der anvendes genanvendelige krus til drikkevarer
- Alle foodtrucks i spiseområdet er valgt ud fra deres bæredygtighed, og det er et krav, at de har vegetariske/veganske tilbud.
- Frivillige indsamler kontinuerligt skrald, der sorteres på stedet.
- Adgang til påfyldning af egne vandflasker ved pladsen
- Ingen trykte programmer og plakater. Al kommunikation er digital.
- Uddeling af flyers og give-aways er forbudt.
- Bannere og T-shirts trykkes uden årstal, så alt kan genbruges år efter år.
- Støttearmbånd og T-shirts produceres i Danmark af økologiske materialer.
- Ingen produktion eller salg af merchandise.
- Møbler og andet inventar opbevares og genbruges, lejes eller bygges af genbrugsmaterialer.
- Planter i blomsterkasser bringes tilbage til planteskolen, hvor de gror videre.

Primo 2026 har Fluid Festival indledt samtaler med Klima, Miljø og Teknikforvaltningen i København om udvikling af bæredygtige og klimaneutrale offentlige by-events. Her vil Fluid Festival fungere som live testplatform for nye miljørigtige løsninger inden for bl.a. affald, emballage, strøm, toiletforhold, produktion og kommunikation.
Primo 2026 indledtes også samarbejde med virksomheden New Loop, der leverer vaskbare pantkrus.

# FRIVILLIGE & AKTIVITETER

'Fluid Family of Volunteers' er vores frivilligfællesskab, der hvert år tæller ca. 150 medlemmer. Her mødes alle køn, kønsidentiteter, aldre, nationaliteter og fagligheder for i samarbejde at løse opgaver med bl.a. opbygning, information, barer, affaldssortering og kunstnerpleje.

Ca. **80% af festivalens frivillige er gengangere**, hvilket begrundes med det gode sammenhold og arbejdsmiljø i forhold til sikkerhed, fællesskab, anerkendelse og inklusion. Alle frivillige, medarbejdere og professionelle instrueres i festivalens kodeks for tiltale og omtale af gæster og hinanden.

**MUSIKSCENEN** er både et samlingspunkt for store fællesskabende folkefester og en platform for up-and-coming talenter.
Gennem årene har Fluid Festival haft en fyldt plads til koncerter med ikoniske rollemodeller som bl.a. Anne Linnet, Sanne Salomonsen, Annika Aakjær, Katinka og Sweethearts. Blandt de musikere, der med tiden er blevet til store navne, kan nævnes Freja Kirk, Mekdes, Brimheim og Michelle Gurevich. Det er også på Fluid Festival, at nye talenter som Øiyunn, Hunbjørn og DJ SKAI har fået chancen for at blive set og hørt.

**TALK OG DEBATSCENEN** har hvert år fokus på aktuelle danske og internationale kvindepolitiske temaer. I 2026 er grønlandske og iranske kvinders kamp i fokus, ligesom der sættes fokus på kvindekroppen som objekt for både undertrykkelse og frigørelse.
Temaet for 2027 forventes at handle om magt: politik, penge og teknologi, men vil justeres i forhold til aktuelle emner.

**NYE INITIATIVER OG UDVIDELSER**
I samarbejde med Københavns Domkirke arrangeres to intimkoncerter i kirkerummet. Kunstnerne er en del af Fluid Festivals dagsorden og vælges ud fra kriterier om, at musikken matcher stemningen i det rolige kirkerum.
**Skånsk Folkedans** og **Queer Musikbingo** er en del af pladsens fællesskabende tilbud.

# FLUID FESTIVAL
# 19-21. AUGUST 2027

## TORSDAG 14.00 – 22.00

Pladsens Food Corner og barer er åbne i hele perioden
Hovedtale
Talkprogram
Intimkoncert i Vor Frue Kirke
Folkedans på Frue Plads
Livekoncerter og DJs

## FREDAG 14.00 – 24.00

Pladsens Food Corner og barer er åbne i hele perioden
Hovedtale
Talkprogram
Intimkoncert i Vor Frue Kirke
Musikbingo på Frue Plads
Livekoncerter og DJs

## LØRDAG 12.00 – 24.00

Pladsens Food Corner og barer er åbne i hele periode
Stand-up's
Livekoncerter og DJs

# SAMARBEJDE OM BYENS SMUKKE PLADS

Siden Fluid Festival flyttede til Frue Plads, har hverken KMF eller politi modtaget en eneste klage fra naboer eller lokale erhvervsdrivende.

Fluid Festivals hjem er Frue Plads, og det er en prioritet, at festivalen skal være en velkommen del af området. Derfor initierer vi løbende **samarbejde** med de omkringliggende institutioner og erhvervsdrivende.
Blandt de etablerede partnere er:

- Vor Frue Kirke
- Bispegården
- Københavns Universitet
- Restaurant Riz Raz
- Restaurante Italiano
- 'Sandwichpigen'
- Seks Bakery and Eatery
- 7-Eleven Vestergade
- Københavns Kunsthåndværkermarked
- Copenhagen Volunteers

**Det er unikt i verden, at en domkirke aktivt ønsker at være en del af byens mangfoldighedsmarkering.** Vi værdsætter meget, at Vor Frue Kirkes menighedsråd, præster og biskop tager positivt imod vores ideer og ønsker og generøst stiller både kirkerum og facader til rådighed.

Københavns Universitet åbner velvilligt sine gårde, og hovedindgangens ikoniske trappe indgår som publikumsområde under Talk- og Debatprogrammet. Ved universitetsimmatrikulationsfest kort efter er Fluid Festivals håndbyggede træbænke en del af indretningen.
Lokale sandwichbarer og pizzeriaer er valgt som leverandører til festivalens håndværkere og frivillige i opbygningsdagene, og områdets restauranter bespiser de optrædende artister under festivalen.
Københavns Kunsthåndværkermarked, der finder sted i dagene op til Fluid Festival, er fast praktisk partner på en række områder, bl.a. gensidige lån af blomsterkasser, interiør, parasoller og værktøj.
3-4 uger inden afvikling orienterer Fluid Festival personligt områdets forretninger, caféer og kontorer, så de kan nå at tage højde for varelevering og renovation.
Varslingsopslag ved opgange i området omkring Frue Plads informerer om tidsrammer for lydprøver, koncerter og eventuelle trafikale forstyrrelser.

# ORGANISATION OG ØKONOMI

Fluid Festival er en socioøkonomisk forening, hvis eventuelle overskud går til lignende arrangementer med fokus på kvinder og non-binære i kulturlivet i europæiske lande, hvor både økonomiske muligheder og politisk vilje til forandring er begrænset.

Fluid Festival er en uafhængig non-profit-festival, der alene understøttes af bidrag fra offentlige og private fonde, erhvervssamarbejder og barsalg.



**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

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

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: Foreningen Fluid Festival of Copenhagen** |
| **CVR: 42677787** |
| **Projektets navn: Fluid Festival 2027** |

| |
|---|
| **Projektperiode: 1.1.2027 – 1.10.2027**<br>*Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.* |

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** (hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **700.000** | **985.000** | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | 350.000 | 600.000 | |
| a) Arrangementspuljen | 50.000 | 80.000 | |
| b) | | | |
| c) | | | |
| Honorarer | | | |
| Billetindtægter | 0 | 0 | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Erhvervssponsorater | 100.000 | 50.000 | |
| b) Salg i bar | 300.000 | 300.000 | |
| c) Støttearmbånd | 50.000 | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **1.550.000** | **2.015.000** | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn + honorar | 180.000 | 310.000 |

| | | |
|---|---|---|
| Projektledelse | 0 | 100.000 |
| Honorar musikere, talere og paneldeltagere | 350.000 | 350.000 |
| Rejseudgifter og hotel for udenlandske kunstnere | 20.000 | 20.000 |
| Produktion og teknikere | 365.000 | 365.000 |
| Transport | 5.000 | 5.000 |
| Forplejning hands og crew | 28.000 | 28.000 |
| Diverse repræsentation | 5.000 | 5.000 |
| PR og markedsføring | 40.000 | 52.000 |
| Kontorhold (telefon, porto mv.) | 30.000 | 58.000 |
| Revisionshonorar | 40.000 | 40.000 |
| Frivilligindsats | 142.000 | 142.000 |
| Forsikringer + sikkerhedsplaner | 70.000 | 115.000 |
| Toiletvogne, hegn, trailere mv. | 90.000 | 125.000 |
| Vejsikring & renovation | 65.000 | 65.000 |
| Security | 130.000 | 165.000 |
| | | |
| c) | | |
| **UDGIFTER I ALT** | **1.550.000** | **2.015.000** |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | **0** |

**Kommentarer/forbehold:**

HISTORISKE DAGE 2027

Københavns Kommune
Kultur- og Fritidsudvalget
Rådhuset

København, den 20. marts 2026

## Ansøgning om støtte til at gennemføre Historiske Dage 2027

**Ansøger**: Historiske Dage, Tuborgvej 164, 2400 København NV, tlf. 30919262, CVR-nr. 69 38 65 12

**Kontaktperson**: Festivalleder Henrik Thorvald Rasmussen, henrik@historiskedage.dk, tlf. 30919262

**Der søges støtte til**: Gennemførelse af Historiske Dage 2027, Øksnehallen 13.-14. marts 2027.

**Projektet er vigtigt fordi**:
Historiske Dage gør historien tilgængelig for flere, får flere til at interessere sig for historie og inviterer flere til at blive aktive medskabere af historien ved i en både faglig, underholdende og inspirerende ramme at opleve de mange måder, historien kan formidles og fortolkes på – samlet i én weekends historisk overflødighedshorn. Derved skabes i den brede befolkning øget interesse for historien og bevidsthed om, hvem vi er, hvad der har formet os, og hvilke kræfter der påvirker os og skaber forandringer og udvikling. Historiske Dage 2027 gennemføres 13.-14. marts 2027.

**Andre ansøgninger:**
Det samlede eksterne finansieringsbehov er på 1.700.000 kr. Vi søger også Augustinus Fonden, A.P. Møller Fonden og Spar Nord Fonden, som tidligere har støttet festivalen.

Folkeuniversitetets egenfinansiering til projektledelse og programadministration er på 400.000 kr.

**Ansøgt beløb**: 300.000 kr.

**Bilag**: Projektbeskrivelse og budget

# HISTORISKE DAGE 2027

Historien formidlet på en ny og dynamisk måde,
så endnu flere gør nye erkendelser og får gode oplevelser
gennem mødet med en levende fortid.



# RESUME AF PROJEKTBESKRIVELSE

Historiske Dage samler hvert forår 10.000 historieinteresserede af alle slags og de bedste hjemlige og internationale historieformidlere, som præsenterer historien på nye fascinerende måder. Fra syv scener og 75 stande bliver historieinteresserede i alle aldre inspireret, underholdt og får ny viden, når historiefortællere, reenactere, forskere og forfattere, medier, museer, besøgscentre og arkiver, forlag og foreninger møder og inspirerer publikum på spændende udstillingsstande og deltager i over 150 indsigtsfulde, tankevækkende og farvestrålende events på syv scener, fire i Øksnehallen og tre i telte på Kvægtorvet og Onkel Dannys Plads.

Historiske Dage 2027 afholdes i weekenden 13.- 14. marts 2027.

Historiske Dage vil også i 2027 appellere til, tiltrække og levere gode oplevelser til et bredt københavner-publikum, fx børnefamilier og kulturforbrugere med en mere æstetisk og underholdningsorienteret historiebrug, for eksempel gennem reenactments, skønlitteratur, periodefilm og livemusik.

# MÅLET MED PROJEKTET – OG MIDLERNE TIL AT NÅ DET

Målet med Historiske Dage er at øge interessen i den brede befolkning for historien og dermed skabe øget bevidsthed om, hvem vi er, hvad der har formet os, og hvilke kræfter der påvirker os og skaber forandringer og udvikling. Jo mere den enkelte ved om sin egen og samfundets fortid, og hvad grundene er til, at tingene i dag ser ud, som de gør, jo bedre grundlag har den enkelte for at kunne agere som aktiv samfundsborger.

Historiske Dage er et overflødighedshorn af måder at formidle historien og dyrke sin historiske interesse på og en fælles ramme for alle, der interesser sig for historien, som på Historiske Dage har mulighed for at møde ligesindede, blive inspireret til at dykke ned i nye historiske epoker og i det hele taget fejre de seneste års voksende interesse for historie.

Historiske Dage er unik i forhold til andre historiefestivaler (som fx middelaldermarkeder, ridderfestivaler og syttenhundredetalsfestivaler) ved, at Historiske Dage ikke handler om én historisk periode, begivenhed eller tematik. Historiske Dage tilbyder det bedste inden for formidlingen af alle tiders historie og i al sin mangfoldighed. Derved appellerer Historiske Dage bredere (også aldersmæssigt) og har mulighed for at nå ud til flere brugere end traditionelle historiefestivaler.

Historiske Dage er også unik i forhold til andre historiefestivaler (som fx *Golden Days* og *Århundredets Festival*) ved, at de deltagende museer, besøgscentre og arkiver på Historiske Dage samles ét sted uden for deres vante institutionelle rammer. Det skaber en spændende dynamik, hvor de tvinges til at fokusere på den rene, gode formidling skabt i involveringen og interaktionen med brugerne/gæsterne, og kan fremme en formidling, som i højere grad tager udgangspunkt i brugerens/gæstens interesser og behov – og potentielt kan ruste institutionerne til at gå nye veje i deres øvrige formidling.

# EKSEMPLER PÅ AKTIVITETER

Historiske Dage er rammen for en lang række meget forskellige aktiviteter, bl.a.:

- Udstillinger fra museer og andre institutioner
- Reenactmentgrupper, som levendegør forskellige historiske perioder og tematikker
- Interview, debatter og foredrag med forskere og forfattere
- Historisk drama, musik, våbendemonstrationer og modeshow
- Præsentation af historiske dokumentarudsendelser
- Salg af historiebøger, smykker, dragter og historiske varer
- Servering og prøvesmagning af historisk mad og drikke
- Historiemagasin med journalistiske interviews og artikler om historie, historiebrug og historikere

# NYTÆNKNING

Historiske Dage adskiller sig fra andre historiefestivaler ved dels at samle institutioner og historieinteresserede på tværs af emner og tidsperioder og dels ved, at museer og andre aktører præsenterer deres viden og kunnen uden for vante rammer. Derved afspejler Historiske Dage den store bredde i, hvordan der forskes i historie, og hvordan den formidles. Dette gør det muligt at få indblik i andre emner og tidsperioder, end man ellers har haft som primær interesse at blive inspireret af nye formidlingsformer og at opleve nye og spændende historiske problemstillinger.

# FORMIDLING OG MARKEDSFØRING

Medierne spiller en vigtig rolle i formidlingen af kulturtilbud inden for historieområdet, og derfor er medierne en vigtig del af markedsføringen af Historiske Dage. Projektets ene mediepartner, DR, samarbejder om at lave indhold til DR-scenen og til at producere indhold fra Historiske Dage, bla. 'Kampen om historien' live fra DR-scenen. Dagbladet Politiken er vores anden mediepartner.

Historiske Dage bliver formidlet og markedsført via et stort historiemagasin med journalistiske interviews og artikler om historie, historiebrug og historikere og med festivalens fulde program. Magasinet bliver trykt i et oplag på 150.000 stk. og distribueret som dagbladsindstik og via biblioteker, kulturhuse, museer og boghandlere i Storkøbenhavn. Storstilet outdoor-markedsføring i samarbejde med Københavns Kommune sikrer stor synlighed på byens pladser og strøggader.

Online markedsføres Historiske Dage gennem hjemmeside, bannerannoncer og sociale medier. Historiske Dage har 16.000 nyhedsbrevsabonnenter og 13.000 Facebook-følgere.

Endelig vil udstillerne og eksterne samarbejdspartnere blive inddraget i markedsføringen, bl.a. ved at distribuere festivalmagasin, ophænge plakater og tilbyde billetter via egne salgskanaler.

# IKKE-KOMMERCIEL KULTURBEGIVENHED

Historiske Dage 2027 arrangeres af Folkeuniversitetet i Emdrup. Folkeuniversitetet i Emdrup er hjemmehørende i Københavns Kommune, hvor man på 20. år formidler viden i form af åbne forelæsninger til alle nysgerrige borgere uanset uddannelsesmæssig baggrund. Folkeuniversitetets formål er ifølge Folkeuniversitetsloven at formidle forskningens resultater og metoder til den danske befolkning og samtidig styrke demokrati og aktivt medborgerskab. Folkeuniversitetet er en nonprofitorganisation, hvis mål er at understøtte civilsamfundet. Det selvstændige regnskab for festivalen Historiske Dage revideres af en statsautoriseret revisor, og vi er underlagt Rigsrevisionen. Et eventuelt overskud investeres i at udvikle Historiske Dage og bidrage til at sikre Historiske Dages bæredygtighed.

# BESKRIVELSE AF ORGANISATIONEN

Historiske Dages sekretariat består af festivalleder, cand.mag. Henrik Thorvald Rasmussen, en projektmedarbejder, en række freelancere og 175 frivillige fra bla. Kulturens Frivillige, Saxo-Instituttet og Karise Efterskole.

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

- Bestyrelsesmedlem, cand.mag. Julie K. L. Bouchet
- Historiker Sine Maria Vinther, Roskilde Universitet
- Leder for historisk udvikling og Skoletjenesten Mie Ellekilde, Oplevelsescenter Nyvang
- Centerchef Andreas Bonde Hansen, Middelaldercentret i Nykøbing Falster
- Historiker og journalist Dorthe Chakravarty
- Historiker, forfatter og radiovært Asser Amdisen

# SUCCESKRITERIER

1. 10.000 besøgende gæster
2. 8 pct. besøgende børn og unge under 18 år
3. 60 pct. besøgende deltager i over 3 timer
4. 80 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos besøgende
5. 70 udstillere med egen stadeplads
6. 70 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos udstillere
7. 150 debatter, foredrag og events på syv scener

# MÅLGRUPPE

Historiske Dage henvender sig til den almindelige historieinteresserede dansker i bred forstand. Historiske Dage er for hele familien. På scenerne og blandt udstillerne vil der være noget for alle aldre og særlige tilbud for børn, blandt andet 'Det Historiske Laboratorium', som er et område i Øksnehallen dedikeret til skiftende oplevelser for børn og unge. Der er gratis adgang for børn og unge under 18 år.

# TIDSPLAN

- Forår 2026: Fundraising
- Forår 2026: Aftale med mediepartnere
- Forår 2026: Aftaler med udstillere
- Efterår 2026: Fortsat aftaler med udstillere
- Efterår 2026: Aftaler med oplægsholdere
- Efterår 2026: Programlægning og sidste aftaler på plads
- Efterår 2026: Start markedsføring og pr
- December 2026: Offentliggørelse af sceneprogram
- Januar-marts 2027: Markedsføring og pr intensiveres
- Marts 2027 Historiske Dage 2027 afholdes (13.-14. marts i Øksnehallen)
- April 2027: Evaluering af forløb og succeskriterier

# ØKONOMI

Historiske Dages samlede budget balancerer ved indtægter på 4.800.000 kr. inkl. moms.

Det samlede eksterne finansieringsbehov er 1.700.000 kr., hvoraf Københavns Kommunes Festivalpulje ansøges om 300.000 kr., som bl.a. skal gå til leje af udstillingssted og teknisk afvikling af festivalen, markedsføringsaktiviteter og dækning af udgifter til oplægsholdere.

Folkeuniversitetets egenfinansiering til projektledelse og programadministration er på 400.000 kr.

# BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

*Tekst i kursiv er vejledningstekst.*

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn: Folkeuniversitet i Aarhus, Emdrup og Herning** |
| **CVR: 69386512** |
| **Festivalens/eventets navn: Historiske Dage 2027** |

| |
|---|
| **Projektperiode:**<br>*01.05.2026-30.04.2027* |

| **Indtægter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Tilskud fra Københavns Kommune | 300.000 | 300.000 | |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)* | | | |
| a) private fonde | 1.400.000 | 1.400.000 | |
| b) | | | |
| c) | | | |
| Honorarer | 0 | 0 | |
| Billetindtægter | 1.500.000 | 1.300.000 | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) annonceindtægter, festivalmagasin | 200.000 | 200.000 | |
| b) salg af stande, udstillere | 1.000.000 | 900.000 | |
| c) egenfinansiering | 400.000 | 250.000 | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **4.800.000** | **4.350.000** | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov* | **Budget**<br>(inkl. moms) | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn og honorarer | 1.000.000 | 1.000.000 |
| Konsulentudgifter | 300.000 | 275.000 |
| Materialeudgifter | 30.000 | 25.000 |
| Transportudgifter | 75.000 | 75.000 |
| Opholdsudgifter | 50.000 | 50.000 |
| Fortæring, herunder møder | 40.000 | 40.000 |
| Diverse repræsentation | 25.000 | 25.000 |
| PR og markedsføring | 1.050.000 | 950.000 |
| Kontorhold, bogholderi mv. | 50.000 | 50.000 |
| Øvrige udgifter, specificeret | | |
| a) Leje og teknik, Øksnehallen, Onkel Dannys Plads og Råhuset | 1.800.000 | 1.500.000 |
| b) Mad mv. frivillige hjælpere | 80.000 | 75.000 |
| c) Honorar, optrædende mv. | 250.000 | 250.000 |
| d) Diverse | 50.000 | 35.000 |
| **UDGIFTER I ALT** | **4.800.000** | **4.350.000** |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | **0** |

| **Kommentarer/forbehold:** |
|---|
| |

**Titel**
Jordlæsninger – tværdisciplinær festival for *byens mulige natursyn*

---

**Projektbeskrivelse**

*Jordlæsninger* er en tværdisciplinær festival med afsæt i Nordhavnens landindvindingsprojekt og de migrerende økologier, der både former området til rekreative landskaber og vidner om tung industri. I dette krydsfelt vil Festivalen fungere som en slags "sommerskole", der samler kunstnere, forskere, lokale aktører og borgere i et fælles, sanseligt og undersøgende rum.

Jordlæsninger har et særligt fokus på at anskue byens mulige natursyn. Gennem workshops, performances, filmvisninger, foredrag, kunstinstallationer, vandringer, samtaler og lydkunst skabes et fælles erkendelsesrum, hvor deltagere kan undersøge de flydende relationer der findes mellem mennesker, materialer og landskaber i konstant forandring.

Programmet er under udvikling, og indtil videre er vi indgået i dialog med en række forskellige aktører, bl.a. :

Rikke Luther (billedkunstner/forsker),

Frauke Materlik (kunstner/performer)

Magma Rea (performer/musiker)

Studio Kimmo (film duo)

Linda Lapina (forsker/danser)

Anna Aslaug Lund (landskabsarkitekt og lektor ved Københavns Universitet)

Nordhavns Naturvenner (miljø organisation)

Derudover mangler vi tilbagemelding fra en håndfuld kunstnere og forskere.

Vi har også indgået et samarbejde med musikanmelder og booker, Ivna Franic, der vil kuratere et live lydkunst & musikprogram.

Drømmen er at skabe et aktiverende kulturrum der lægger op til medskabelse/samskabelse frem for forbrugerkultur, og på den måde understøtter projektet Københavns Kommunes ambition om en levende, inkluderende og bæredygtig kulturby, ved at skabe et midlertidigt samlingspunkt for refleksion, læring og fællesskab der udfordrer et aktuelt byudviklingsområdes herskende narrativer ved at anskue med forskellige alternative sideløbende perspektiver.

---

**Hvor**

Festivalen afholdes i Nordhavnens Fiskerihavn. Nordhavnen er et slags udkants København, og som en del af det store landindvindingsprojekt er stedet også med til at gøde jorden for fremtidens by, der skal sikre boliger, arbejdspladser og offentlig transport gennem privatisering og salg af byggegrunde med havudsigt. I den proces har det vist sig at byen stadig er op til forhandling og at det er muligt for aktive borgere at få indflydelse og sikre fx grønne fælleder, et perspektiv festivalen ligeledes er interesseret i at lære af.

Det er dette sted, i og omkring jorddeponiet og de kystnære arealer, hvor natur, industri og rekreative byrum mødes, at festivalen finder sted.

Aktiviteterne vil både ske udenfor på Nordhavnstippen, samt inde i TinyChurch, Østerbro Havnekomité og i kunstnerkollektivet CasArte´s lokaler. Årsagen til dette er at bringe forskellige lokale aktører i spil, for at sikre tilgængelighed og en situation for forskellige perspektiver og samtaler.

---

**Hvornår**

Henover en weekend i august 2027. Festivalen afvikles over flere dage med både åbne publikumsarrangementer og fordybende deltagelsesforløb. De endelige datoer er stadig til forhandling og vil blive endelig besluttet senere på året når prikkerne er faldet mere på plads.

---

**Formål, omfang og forventede resultater/succeskriterier**

Formålet med festivalen er at skabe nye indgange til samskabelse – både mellem mennesker og i relation til de materialer, fortællinger, arter og landskaber, der omgiver os. Festivalen ønsker at styrke deltagernes oplevelse af agens og medskabelse i forhold til byens udvikling.

Projektet forholder sig kritisk til dominerende narrativer omkring byudvikling i København, hvor store landindvindingsprojekter og byggeindustri former byen, og med festivalen ønsker vi at åbne op for alternative fortællinger og perspektiver, der kan bidrage til en mere nuanceret forståelse af byens fortælling og mulige bæredygtige fremtider.

Festivalen ønsker at hæfte de lokale narrativer med deres globale berøringsflader og at engagere sig aktivt i spørgsmål om klima, biodiversitet og byrum, og undersøge kunstens roller i de sammenhænge.

Festivalen arbejder i tråd med kommunens fokus på:

- Bæredygtighed: Ved at koble kunstneriske praksisser med økologiske og regenerative perspektiver
- Fællesskab og deltagelse: Gennem samskabende og inkluderende formater
- Byliv og midlertidig aktivering: Ved at transformere Nordhavn til et levende kultur- og læringsrum
- Mangfoldighed: Ved at samle aktører på tværs af fagligheder, baggrunde og målgrupper

Succeskriterier:

- At skabe et åbent og inkluderende kulturformat hvor der tænkes kunstnerisk omkring biodiversitet
- At aktivere nye publikumsgrupper i området omkring byudviklingsperspektivet
- At etablere varige samarbejder mellem kunstnere, lokale aktører og vidensinstitutioner
- At bidrage til den offentlige samtale om bæredygtig kulturudvikling
- At positionere Nordhavn som et kulturelt eksperimentarium i København

---

**Forventet antal deltagere samt publikum**

- Aktive deltagere: 40-60 personer
- Samlet publikum: 80-100 personer

Festivalen tilrettelægges med fokus på både lokalforankring og bred offentlig tilgængelighed.

---

**Projektets relevans for København**

*Jordlæsninger* bidrager direkte til Københavns udvikling som kulturby ved at skabe nye forbindelser mellem kunst, klima, biodiversitet, by/kulturudvikling og borgere.

Projektet skaber værdi ved at:

- Aktivere et nyt byområde kulturelt og socialt
- Engagere borgere i aktuelle samfundsdagsordener som klima og biodiversitet
- Skabe nye tværgående samarbejder mellem kunst, civilsamfund og lokale initiativer
- Tiltrække et publikum, der ikke nødvendigvis deltager i traditionelle kulturtilbud
- Understøtte midlertidige fællesskaber og eksperimenterende kulturformater

Festivalen giver en kulturel, kunstnerisk, kritisk og aktiverende indgang til forståelsen af byens transformation.

---

**Samarbejdspartnere og typer af samarbejde**

Projektet udvikles i samarbejde mellem Østerbro Havnekomité, TinyChurch ”Tolvkanten”, miljøorganisationen Nordhavns Naturvenner, kunstnerkollektivet CasArte, musikkritiker og promoter Ivna Franic, samt initivtagere Bodil Krogh Andersen & Martin Christoffer Lund

Samarbejdet er forpligtende og dækker både udvikling, produktion og afvikling. Partnerne bidrager med lokal forankring, netværk, faglig viden og organisatorisk kapacitet. Derudover inddrages kunstnere, forskere og frivillige aktivt i gennemførelsen.

---

**Udvikling og fornyelse**

Jordlæsninger er et nyt format, der tænker festivalen som et deltagelsesbaseret og vidensproducerende rum frem for en traditionel publikumsoplevelse hvor kultur nydes og forbruges.

Projektet bidrager til fornyelse ved at:

- Integrere kunst, forskning og borgerinddragelse i ét samlet stedsspecifikt format
- Arbejde med midlertidige fællesskaber i byens udkantszoner
- Eksperimentere med samskabelse som metode til kulturel produktion
- Skabe nye formater for læring og oplevelse i det offentlige rum
- Skabe kunstneriske tilgange baseret på læring af lokale økosystemer

---

**Arrangørens erfaring**

Bag projektet står erfarne aktører inden for kunst, kuratering, formidling og tværdisciplinære samarbejder. De involverede organisationer har erfaring med at udvikle og afvikle kulturelle projekter, workshops og publikumsinddragende formater.

Projektgruppen har særligt kompetencer inden for:

- Tværfaglig projektledelse
- Samskabende processer og borgerinddragelse
- Kunstnerisk kuratering og programudvikling
- Afvikling af events i offentlige og midlertidige byrum

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

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

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: STRUKTUREN (kunstner kollektivet CasArte)** |
| **CVR: 42750360** |
| **Projektets navn: JORDlæsninger - tværdisciplinær festival for *byens mulige natursyn*** |

| |
|---|
| **Projektperiode:01.06.2027 - 01.10.2027**<br>*Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.* |

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** (hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **100000** | **0** | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | | | |
| a) Statens Kunst Fond | 70000 | | ansøgt |
| b) Augustinus Fonden | 80000 | | ansøgt |
| c) Nordea Fonden | 90000 | | ansøgt |
| Honorarer | | | |
| Billetindtægter | | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) salg af drikke vare | 1000 | | estimering |
| b) | | | |
| c) | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **341000** | | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn og honorarer | 240000 | vi har ikke fået tilskud før |
| Konsulentudgifter | | |
| Materialeudgifter | 18500 | vi har ikke fået tilskud før |
| Transportudgifter / bl a. til udenlandske artister | 13500 | vi har ikke fået tilskud før |
| Opholdsudgifter | | |
| Fortæring, herunder møder | 12000 | vi har ikke fået tilskud før |
| Diverse repræsentation | | |
| PR og markedsføring | 5000 | vi har ikke fået tilskud før |
| Kontorhold (telefon, porto mv.) | | |
| Revisionshonorar | 5000 | vi har ikke fået tilskud før |
| Øvrige udgifter, specificeret | | |
| a) leje af PA anlæg og højtalere | 6000 | vi har ikke fået tilskud før |
| b) fotograf | 10000 | vi har ikke fået tilskud før |
| c) uforudsete (10 % af alle udgifter) | 31000 | vi har ikke fået tilskud før |
| **UDGIFTER I ALT** | **341000** | vi har ikke fået tilskud før |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | |

**Kommentarer/forbehold:**

**vi vil gerne sælge lidt drikkevare, men vil gerne holde priserne nede, vi afholder ikke festivalen for at tjene penge.**

# KNIFE

**Kalaallit Nunaata Isaa Festival 2027**

## *Prolog*

Med første udgave af *KNIFE - Kalaallit Nunaata Isaa Festival* om hjørnet søger vi hermed støtte til festivalens anden udgave.

Vi ser om 5 uger frem til at afvikle en stærkt repræsenteret og komprimeret debut for festivalen for ung, grønlandsk kunst og kultur i København med både etablerede og nye navne indenfor musik, kunst, mad og film.

Ved ansøgningstidspunktet i 2025 var det tydeligt at ung, grønlandsk kultur manglende en stærk platform i Rigsfællesskabets hovedstad. I mellemtiden har Kalaallit Nunaat/Grønland været igennem en traumatiserende geopolitisk krise, som sætter en ekstra tyk streg under projektets nødvendighed.

Vi søger derfor støtte fra Festivalpuljen til festivalens anden udgave i maj 2027, da vi ønsker at være og blive *den* stærke platform for ung, nyskabende grønlandsk kunst og kultur i hjertet af København.

## *KNIFE 1: 8-9 maj 2026*

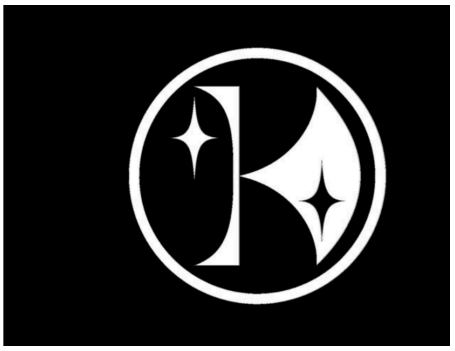
Med første udgave af KNIFE har vi valgt at fokusere på en stærk debut på festivalscenen, og levere en stærk, komprimeret og overbevisende festivaloplevelse, som showcase for den mangfoldige, dynamiske og tværkulturelle grønlandske ungdomskultur gennem akustiske sets, talks, konceptuel cuisine, rap-koncerter og afterparties leveret af Nuuks natteliv.

Over 2 dage med festivalcentrum på Onkel Dannys Plads i København præsenterer første udgave af *KNIFE - Kalaallit Nunaata Isaa Festival* musik, kunst, film og mad. På line-uppet er store, prisvindende yngre musiknavne sammen med lovende nye navne, deriblandt Andachan, Ivaana, Tarrak og Tútu. Festivalens kunstudstilling præsenterer den etablerede, prisvindende Inuuteq Storch sammen nyere navne som Seqininnguaq Qitura Poulsen og Alberte Parnuuna. Konceptkokken Inunnguaq Hegelund laver take-over af pladsens restaurant og grønlandsk street food, sideløbende med talks og kunstnerisk samskabelse i traditionelle grønlandske håndværk og materialer - afsluttet med “efterfest” hostet af de unge MCs og DJs fra Nuuk-natklubben *Garagen*.

Festivalen varer 2 dage, mens kunstudstillingen fortsætter en uge ekstra. En kort, komprimeret og intens festivaldebut gennemført med rådgivning og assistance af Københavns Kommune / Onkel Dannys Plads.

Festivalens logo og grafiske identitet er skabt af den grønlandsk/danske grafiske designer Marie Amalie Høegh, som også står bag festivalens merchandise.





Vi sigter efter en naturlig diversitet i line-up såvel som crew.
Festivalen 2026 modtog støtte fra Festivalpuljen på DKK 75.000,-

## *KNIFE 2: Maj 2027*

Med anden udgave af *KNIFE* ønsker vi at udvikle og forstørre formatet. Vi vil præsentere flere artister for flere publikummer. Vi vil styrke relationen mellem ung grønlandsk og dansk kunst og kultur som central platform for samskabelse og tværgående projekter mellem grønlandske og danske artister. Vi ønsker også at videreudvikle inddragelse af publikum i kunstnerisk samskabelse som integreret del af festivalen sammen med grønlandske kunstnere.

På baggrund af dette års festivaldebut er vores målsætning at fremstå som en troværdig samarbejdspartner med henblik på at etablere flere partnerskaber med kulturaktører i København. Vi ønsker dermed at formidle KNIFE brede videre ud i kulturlivet udover den centrale festivalbase, særligt med nedslag ved lokationer med særligt stærk forbindelse til Grønlands historie og diaspora. Dette for at øge gennemslagskraft for festivalens budskab og tydeliggøre den dansk-grønlandske forbindelse fysisk i københavnernes omgivelser.

Det grønlandske vækstlag bobler, både i hjemlandet og i diasporaen. Der er mange historier at fortælle, og vi er kun lige ved at komme i gang.

## *Tid & Sted*

Anden udgave af KNIFE - Kalaallit Nunaata Isaa Festival vil finde sted i København i maj 2027, sandsynligvis fortsat med festivalcentrum på Onkel Dannys Plads, hvor vi med baggrund i dette års erfaringer vil kunne optimere vores festivalaktiviteterne, mens vi vil forstærke være indsats ang. samarbejde med kulturelle aktører og institutioner bredt i København.

## *Team*

Festivalens initiativtagere er kunstner og iværksætter David Hertling Péronard og DJ, musiker og aktivist Aviaja Larsen - begge grønlandsk-danske københavnere med fundament i byens kulturliv, og med væsentlig erfaring indenfor festival-, event-, kunst- og kulturbrancherne. David og Aviaja har hver især mange års erfaring hhv. som kunstner, kurator og projektleder, og som moderator, DJ, eventarrangør mm. og tidligere har bidraget til festivaler som Art Week Copenhagen, CPH:DOX, Copenhagen Architecture Festival CAFx, Festival of Endless Gratitude, Roskilde Festival, Kulturmødet, Folkemødet, Ungdommens Folkemøde og mange flere.
Initiativtagerne dygtiggør sig i forbindelse med etablering af festivalen bl.a. gennem mentorforløb om festivaldrift og -ledelse med leder af Copenhagen Architecture Forum CAFx, Josephine Michau.
Tilknyttet festivalen er desuden grafisk designer Marie Amalie Høegh og produktionsledere Lea Hedeskov og Hans Lars Jensen.

## *Inklusion*

Grønland og Danmark er fundamentalt sammenflettede til en grad, som den danske befolkning efter vores opfattelse ikke helt forstår, og det vil vi tydeliggøre med denne festival. Derfor sætter festivalen sit grønlandske fokus i bred forstand forstået på den måde, at den vil inkludere kunstnere fra og i Grønland på lige fod med herboende dansk-grønlandske og danske med stærk relation til Grønland. Frem for at trække grænser og så spild, vil festivalen være inkluderende.

Festivalen vil sigte mod at være en kulturel øjenåbner for publikum, og samtidig en tiltrængt, tiltrækkende platform for kunstnere med tilknytning til Grønland. Med KNIFE vil vi arbejde for at lade rigsfællesskabet vokse mentalt i takt med publikums øgede bevidsthed om hinandens eksistens. Vi mener, dette er en vigtig opgave, som hovedstaden selvfølgeligt bør bidrage positivt til.

## *Partnerskaber*

Vi vil i udviklingen af festivalens anden udgave have stort fokus på partnerskaber med kulturelle aktører og institutioner på tværs af København for at sikre spredning af festivalen og øge gennemslagskraften i byens kulturliv.

Vi er i lovende dialog med udstillingssteder og biografer, som viser interesse for partnerskab, som fortæller os at dette er en farbar vej.

Partnerinstitutioner i København kan indebære eksempelvis Nikolaj Kunsthal og Grand Teatret, samt Nordatlantens Brygge og Det Grønlandske Hus i København, begge institutioner med relation til Kalaallit Nunaat

Derudover er partnerskab med udvalgte grønlandske kulturinstitutioner på tegnebordet, som vært for KNIFE-relatede events.

## *Frivillighed*

Festivalen har frivillige vil inddrage frivillige frem mod og under selve festivalens afvikling, og vi vil lære af vores festivalmentorer om best practice for denne del af festivaldriften. Det forventes at frivillige i høj grad vil være unge/studerende, og dette er derfor også en mulighed for at ramme det yngre segment af festivalens publikum, og skabe forankring i denne målgruppe tidligt i processen.

## *Finansiering*

Vi arbejder fortsat på finansiering for første udgave af festivalen, hvor vi har støtte fra NAPA - Nordens Institut i Grønland og Eqqumiitsuliornermut Aningaasaateqarfik / Grønlands Kunstfond, foruden Festivalpuljen.
Med erfaring fra dette års fundraising står vi bedre ift. at sikre midler til gennemførsel i god tid.
Vi har desuden meget erfaring med fundraising til kulturprojekter, og vi mener fortsat at det er realistisk både at nå i mål med dette års finansiering og at sikre midler til det kommende års udgave også.

## *Udvikling*

Med tiden vil festivalen vokse og vi vil have fokus på at sprede festivalevents geografisk for at ramme hovedstadens borgere bredere, og skabe afstikkere af festivalen til større byer i resten af landet.
Derudover vil udviklingen af festivalen fokusere på unikt indhold skabt til festivalen, som rammesættes som open calls eller kommissionsarbejde i tværfaglige og -æstetiske kunstneriske teams, for at bidrage til vækstlaget, nye samarbejder og konstellationer, eksperimenterende formater og samskabelse på

tværs, hvor også publikum i højere grad inviteres til at deltage i kunstnerisk samskabelse.

## *Bæredygtighed*

Vi arbejder holistisk og med omtanke ud fra hensyn til udledning af $CO_2$, samt forbrug af materialer og energi. Det er selvsagt meget svært at afskrive flytransport, når fokus er på kulturudveksling mellem lande adskilt af tusind kilometer af hav, men vi har fokus på at holde det til et minimum, og samtidig fokusere på genbrug af materialer, leje af udstyr og energioptimering af installationer mm.

## *Publikum*

Vi forventer at ramme et publikum på anslået 10.000 mennesker henover festivalens afvikling, og vil gøre tiltag som sikrer realistisk statistik for tælling af publikum. Festivalen vil blive markedsført bredt gennem eksempelvis avisannoncer, afhængig af realiseret finansiering.

Festivalens publikumsmæssige fokus vil være på det yngre segment, ca. 15-35 årige, som festivalen vil ramme specifikt gennem partnerskaber med organisationer, som arbejder med unge i byen, ungdomsklubber og uddannelsesinstitutioner, samt eksperimentere med pop-up performances i det københavnske byliv 1-2 uger inden festivalperioden.

Vi er desuden fokuserede på at dygtiggøre os i best practice markedsføring gennem vores festivalmentor og netværk i branchen.

## *Stamoplysninger*

Foreningen KNIFE - Kalaallit Nunaata Isaa Festival
CVR nr: 46338057

David Hertling Péronard
Adresse: Igimaq 10 - 202, 3905 Nuussuaq, Grønland
Mail: david.peronard@gmail.com
Telefon: +299 55 57 03

Aviaja Larsen
Adresse: Hessensgade 27, 2. tv., 2300 København S
Mail: aviajaaviaja@gmail.com
Telefon: +45 22 13 53 31

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

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

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: Foreningen KNIFE – Kalaallit Nunaata Isaa Festival** |
| **CVR:** 46338057 |
| **Projektets navn: KNIFE – Kalaallit Nunaata Isaa Festival 2027** |

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

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** (hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **75.000** | **75.000** | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | | | |
| a) NAPA - Nordens Institut i Grønland | 100.000 | 100.000 | Ansøges |
| b) Eqqumiitsuliornermut Aningaasaateqarfik | 100.000 | 100.000 | Ansøges |
| c) Rådet for Visuel Kunst | 25.000 | 25.000 | Ansøges |
| d) Roskilde Fonden | 100.000 | 50.000 | Ansøges |
| e) Tuborg Fondet | 100.000 | 100.000 | Ansøges |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **500.000** | **450.000** | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn og honorarer | 155.000 | 150.000 |
| Konsulentudgifter | 10.000 | 10.000 |
| Materialeudgifter | 20.000 | 20.000 |
| Transportudgifter | 80.000 | 75.000 |
| Opholdsudgifter | 30.000 | 25.000 |
| Fortæring, herunder møder | - | - |
| Diverse repræsentation | - | - |
| PR og markedsføring | 55.000 | 45.000 |
| Kontorhold (telefon, porto mv.) - Venue | 30.000 | 30.000 |
| Revisionshonorar | 10.000 | 10.000 |
| Øvrige udgifter, specificeret | | |
| a) Leje af udstyr | 50.000 | 50.000 |
| b) Teknisk assistance | 10.000 | 10.000 |
| c) Uforudsete | 50.000 | 25.000 |
| **UDGIFTER I ALT** | **500.000** | **450.000** |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | |

**Kommentarer/forbehold:**

## Ansøgning til Festivalpuljen 2027 (1-årig bevilling), Københavns Kommune

**Ansøger:** Børnekulturstedet Karens Minde
**Kontaktperson:** Line Røijen, tlf.: 30748427, e-mail: line@bkultur.dk
**Titel på projekt:** 'Kultur for en Tudse'-festival 2027
**Afholdelse:** Slutningen af august 2027 (4 dage i uge 35)
**Sted:** Wagnersvej 19, 2450 København SV (ude- og inde-arealer i området omkring Karens Minde inkl. dansesalen DanseTippen, der ligger lige over for Karens Minde)
**Ansøgt beløb:** 60.000 kr. fra Københavns Kommunes Festivalpulje
**Vedr. moms:** Børnekulturstedet er ikke momsregistreret.






**Projektbeskrivelse – kultur for en tudse**
'Kultur for en Tudse' er en årligt tilbagevendende, lokalt forankret børnekulturfestival i Sydhavnen målrettet skoler, KKFO´er og daginstitutioner, som mødes om kunst, kultur, leg og fællesskab. Over fire dage i slutningen af august forvandles området omkring Karens Minde til et levende kultur- og aktivitetsrum for børn og deres voksne, hvor bydelens borgere kan mødes om kunst, leg og fælles oplevelser i det lokale byrum.

Festivalen har eksisteret i mere end 25 år og skabes i et samarbejde mellem Børnekulturstedet Karens Minde, Sydhavnens Bibliotek og Karens Minde Kulturhus, frivillige ildsjæle samt skoler, daginstitutioner og fritidsordninger i bydelen. I 2027 vil Sydhavn Teater også indgå i samarbejdet.

Alle festivalens aktiviteter er gratis og åbne for offentligheden.

**Festivalens program**
Festivalen byder på et bredt program af kunstneriske og kulturelle aktiviteter for børn og unge i alderen 0-16 år. Programmet omfatter blandt andet:

- Kreative workshops med professionelle kunstnere (bl.a. byggeworkshops, musik, dans, drama, illustration, grafiske tryk og design).
- Teaterforestillinger og koncerter (herunder internationalt gadeteater, intime forestillinger for de yngste og involverende koncerter).

- Udendørs lege- og bevægelsesaktiviteter (bl.a. rytmik, dans, panna-fodbold, forhindringsbaner og andre idrætslege).
- Fællesaktiviteter udviklet i samarbejde med skoler, daginstitutioner og fritidsordninger i bydelen.

En række aktiviteter er bevidst nonverbale og sanselige, så børn kan deltage på lige fod uanset sproglige forudsætninger eller kulturel baggrund. Dette gør festivalen særligt tilgængelig for børn med forskellige behov og styrker oplevelsen af fællesskab på tværs af baggrunde.

**Målgruppe**
Festivalens primære målgruppe er børn og unge i alderen 0–16 år samt deres voksne, dvs. både børn, unge og voksne fra skoler, KKFO'er og daginstitutioner samt familier.

Festivalen henvender sig både til børn, der allerede deltager i kultur- og fritidsliv, og til børn og familier, som normalt ikke opsøger kulturtilbud. Der er børn med forskellige sproglige, kulturelle og sociale baggrunde, herunder også børn med særlige behov.

Festivalen forventes at samle omkring 2.000 børn og voksne i løbet af de fire festivaldage.

**Formål og forventede resultater**
I Sydhavnen mangler der årlige begivenheder, som opleves som inkluderende og tilgængelige for alle børn og familier, både dem, der allerede deltager i forenings- og kulturliv, og dem, der i mindre grad har adgang til disse fællesskaber. Festivalen er derfor udviklet som en åben og gratis begivenhed, der kan samle lokalområdet på tværs af alder, baggrund og sociale skel. Formålet er at bryde sociale barrierer, inspirere til fælles aktiviteter og give børn og familier positive kultur- og fællesskabsoplevelser, som mange ellers ikke har adgang til.

Gennem deltagelse i kreative og kunstneriske aktiviteter får børn mulighed for at udfolde sig, lære gennem leg og få positive erfaringer med kultur, uanset sproglige, kulturelle eller sociale forudsætninger. Festivalen tilrettelægges med fokus på tilgængelighed, så også børn med særlige behov kan deltage. Samtidig styrker festivalen fællesskab og lokal identitet ved at samle børn og familier omkring fælles aktiviteter i nærmiljøet.

Projektet bidrager også til at styrke frivillighed og samarbejde i lokalområdet. Festivalen planlægges og gennemføres i samarbejde mellem lokale frivillige, institutioner, foreninger og kulturaktører. Projektgruppen består af både frivillige og institutionsrepræsentanter, og under festivalen bidrager frivillige koordinatorer – både unge og ældre – til at afvikle aktiviteter og skabe en tryg og imødekommende ramme for deltagerne.

Festivalens succes vurderes blandt andet på, om den samler omkring 2.000 børn og voksne fra Sydhavnen og nærliggende områder i løbet af de fire dage, og om lokale skoler, daginstitutioner og fritidsordninger deltager aktivt i aktiviteterne. Der lægges desuden vægt

på, at festivalen skaber positive fælles oplevelser for børn og familier på tværs af baggrunde og introducerer nye deltagere til kulturaktiviteter og lokale fællesskaber i Sydhavnen.

Festivalen dokumenteres gennem deltageroptælling foretaget i samarbejde med Sydhavnens Bibliotek, foto- og videodokumentation udført af en professionel fotograf samt feedback fra deltagere og samarbejdspartnere. Feedback indsamles blandt andet via spørgeskemaer og indgår i en samlet evaluering, som gennemføres i projektgruppen efter festivalens afslutning.

**Udvikling og fornyelse**
Kultur for en tudse er gennem mange år blevet en fast tradition i Sydhavnen og udgør i dag en vigtig del af bydelens børnekulturliv. Festivalens stærke lokale forankring forpligter os til både at fastholde et højt kunstnerisk niveau og samtidig arbejde løbende med udvikling og fornyelse af programmet. Programmet planlægges af erfarne kulturformidlere (hvoraf nogle er frivillige) i tæt samarbejde med professionelle kunstnere og områdets pædagoger, så indholdet både er kunstnerisk kvalificeret og pædagogisk relevant for børn i forskellige aldre.

Vi arbejder aktivt på at introducere nye kunstnere, genrer og formater i programmet, blandt andet med fokus på at nå børn og familier, som ikke i forvejen opsøger kunst- og kulturtilbud. På den måde bidrager festivalen til at udvide kendskabet til kulturtilbud i lokalområdet og skabe nye indgange til kunst og kreativ udfoldelse.

Festivalen kan gennemføres også ved delvis finansiering, hvor programmet tilpasses de tilgængelige midler. Det vil dog skabe en mere bæredygtig og stabil ramme for festivalens udvikling, hvis der på sigt opnås en økonomisk bevilling tidligt i planlægningsprocessen eller for flere år ad gangen. Det vil gøre planlægningsarbejdet mere effektivt og langsigtet, blandt andet i forhold til at indgå aftaler med kunstnere, fastholde programmets kvalitet og sikre, at festivalens aktiviteter fortsat kan tilbydes gratis for alle deltagere.

Derfor søger vi i første omgang en étårig bevilling for 2027 og vil i 2027 ansøge om en treårig bevilling, der kan understøtte festivalens fortsatte udvikling og stabile forankring i bydelen.

**Festivalens betydning for København**
Kultur for en Tudse bidrager til et levende og inkluderende kulturliv i København ved at skabe adgang til kunst og kultur for børn og familier i et lokalt bymiljø. Festivalen styrker fællesskaber i Sydhavnen og giver børn mulighed for at møde professionelle kunstnere og kulturelle aktiviteter i deres eget nærmiljø.

Samtidig skaber festivalen møder mellem borgere, kulturinstitutioner og lokale aktører og understøtter dermed Københavns Kommunes ambition om et tilgængeligt og mangfoldigt kulturliv.

Ved at tilbyde gratis aktiviteter og et bredt program for forskellige aldersgrupper bidrager festivalen til at gøre kulturlivet i København mere tilgængeligt for alle børn, også for familier,

der ellers ikke deltager i kulturaktiviteter, herunder børn med særlige behov. Festivalen fungerer samtidig som en introduktion til de kulturtilbud og fællesskaber, der findes i bydelen.

**Lokale samarbejdspartnere og deltagende institutioner**
Festivalen er stærkt forankret i Sydhavnens lokale netværk og udvikles i samarbejde med en række institutioner og frivillige aktører i bydelen. Festivalen organiseres af Børnekulturstedet Karens Minde (projektledelse og aktiviteter) i samarbejde med Sydhavnens Bibliotek (aktiviteter), Sydhavn Teater (aktiviteter) og Karens Minde Kulturhus og Café Karen (lokaler, uderum og faciliteter, mad og drikke).

De deltagende samarbejdspartnere er:

- Professionelle kunstnere, hvoraf nogle af tilknyttet Børnekulturstedet Karens Minde, og i samarbejde med projektgruppen udvikler aktiviteterne, mens andre kunstnere er hyret ind til formålet.
- Skoler i Sydhavnen (bl.a. Skolen i Sydhavnen, Bavnehøj Skole, Ellebjerg Skole, Sluseholmen Skole).
- KKFO'er tilknyttet områdets skoler.
- Daginstitutioner i området (bl.a. Børnegården Frederiksholm, Idrætsinstitutionen Bavnehøj, Stubmøllen, Børnehuset Scandiagade, Børnehuset Sluseholmen og Enghave Remise).
- Københavns Gadeteaterfestival, DIG (har deltaget de seneste år, men kræver årlig funding på tværs af samarbejdspartnere).
- Sydhavns Genbrugscenter (i et forpligtende partnerskab, der bidrager til at understøtte bæredygtig festivalafvikling).
- Børnenes Dyremark.
- Frivillige fra lokalområdet (i alt 8 frivillige, herunder 5 tilknyttet projektgruppen og som værter i forbindelse med afvikling af festivalen. Yderligere 3 lokale unge hjælper med praktisk afvikling og værtskab).
- Mit Kvarter – den boligsociale helhedsplan Valby Sydhavnen (bidrager med koordinering og formidling, der sikrer deltagelse af børn og unge fra almene boligområder samt hjælp med frivillige).
- Kgs. Enghave Lokaludvalg (gn. tilskud til festivalen, som søges årligt).

Institutionerne deltager bl.a. gennem workshops, fælles aktiviteter og besøg med børnegrupper i løbet af festivaldagene. Der er desuden repræsentanter med fra institutionerne i projektgruppen.

Frivillige spiller en central rolle i festivalens gennemførelse og bidrager til både planlægning og afvikling af aktiviteter.

**Bæredygtighed**
Festivalen arbejder med bæredygtighed både socialt og miljømæssigt.

Social bæredygtighed er et centralt element i festivalen, som skaber inkluderende fællesskaber for børn og familier på tværs af sociale og kulturelle baggrunde.

Der arbejdes desuden med en række miljømæssigt bæredygtige tiltag:

- Genbrug af materialer i kreative workshops (fx hentes mange materialer, herunder træ og tekstiler fra genbrugscenteret).
- Partnerskabsaftale med Sydhavnen Genbrugscenter for at minimere ressourceforbrug.
- Brug af eksisterende lokale faciliteter og udstyr.
- Fokus på affaldssortering under festivalen.
- Reduktion af engangsservice og plastikmaterialer, herunder særligt mikroplast.

Festivalens lokale forankring bidrager samtidig til at skabe langsigtede relationer og styrke bæredygtige fællesskaber i bydelen.

**Formidling og kommunikation**
Formidling og markedsføring af festivalen målrettes både børnefamilier, daginstitutioner, KKFO'er og lokale samarbejdspartnere i Sydhavnen. Vi kommunikerer via egne kanaler (hjemmeside og sociale medier), Sydhavnens lokale Facebookgrupper samt bibliotekets, teaterets og kulturhusets platforme. Desuden udsendes målrettet informationsmateriale direkte til daginstitutioner, skoler og fritidsordninger i bydelen.

Vi producerer et visuelt og lettilgængeligt program i både digital og trykt form, som distribueres på biblioteker, kulturhuse, caféer og andre lokale mødesteder. Kommunikationens tone er inkluderende og imødekommende med fokus på, at festivalen er gratis og åben for alle.

Der samarbejdes desuden med lokale aktører og boligforeninger for at nå familier, der ikke normalt opsøger kulturtilbud. Målet er bred lokal forankring og høj deltagelse.



**Ansøgning til Festivalpuljen, Københavns Kommune**
**Projekt: KUNE Festival 2027**
**Dato: 28. juli–1. august 2027**
**Ansøgt beløb: 150.000 kr.**

**Foto: Simon Nielsen-Englyst**

## KUNE FESTIVAL 2027 – en stedsspecifik platform for eksperimenterende kunst og kulturbåret natteliv

KUNE Festival er en tværkunstnerisk kulturfestival, der afholdes hvert andet år på Ungdomsøen i farvandet ud for København. Festivalen blev første gang afholdt i 2019, og næste udgave er den femte i rækken.

I 2027 ligger KUNE Festival fra den 28. juli til 1. august og præsenterer elektronisk

musik, performancekunst, visuel kunst, workshops, talks og rekreative udendørs-aktiviteter i et stedsspecifikt format. Festivalen afvikles som en femdages begivenhed, hvor publikum, kunstnere, frivillige og arrangører deler opholdet på øen og indgår i et unikt midlertidigt fællesskab omkring deltagelse, oplevelse og samskabelse.

Festivalens ambition er at etablere et midlertidigt, selvstændigt mikrokosmos på øen, hvor alle deltagere på tværs af roller lever og oplever festivalen sammen over kortere og længere ophold. Festivalen er udviklet med udgangspunkt i Ungdomsøens særlige karakter som et afgrænset rum tæt på, men adskilt fra, København. Denne dobbelte position skaber en ramme for fordybelse og intensitet, hvor publikum ikke kun deltager i enkeltstående begivenheder, men indgår i en samlet, kontinuerlig oplevelse, som afskæringen fra fastlandet ofte hjælper på vej.

**Stedsspecificitet og Ungdomsøen som kunstnerisk ramme**
KUNE Festival er stedsspecifik i både indhold og afvikling. Ungdomsøen, det tidligere militære fort Middelgrundsfortet, der i 2019 indviedes som platform for fællesskab og deltagelse, danner en sjælden og fascinerende ramme, hvor arkitektur, historie og sociale strukturer aktivt indgår i det kunstneriske program.

Festivalen udspiller sig i en markant kontrast mellem øens historiske funktion som militær infrastruktur og dens nuværende rolle som fundament for frie udtryksformer og kunstnerisk udfoldelse. Festivalens indhold udvikles i direkte relation til øens rumlige kvaliteter, herunder åbne landskaber, historisk byggeri og underjordiske strukturer. Koncerter, performances og installationer organiseres som en samlet dramaturgi, hvor publikum bevæger sig gennem festivalen som et sammenhængende forløb frem for individuelle programdele. Opholdet på øen er en særligt integreret del af festivalens oplevelsesformat og skaber en grad af fordybelse og fællesskab i tid og sted, der virker svært at opnå i traditionelle byrum.

Eksempler på stedsspecifikke formater inkluderer audiovisuelle performances i øens underjordiske strukturer, koncerter i åbne landskaber og installationer, hvor publikum bevæger sig gennem værkerne som en del af oplevelsen. Der arbejdes desuden med tværkunstneriske samarbejder, hvor musikere, visuelle kunstnere og performere kommissioneres til at udvikle værker specifikt til øens rum og kontekst.

**Kunstnerisk profil og formål**
KUNE Festival arbejder i krydsfeltet mellem musik, kunst og deltagelse med fokus på

eksperimenterende praksisser og tværæstetiske formater. Festivalens formål er at udvikle og præsentere nye kunstneriske udtryk, styrke mødet mellem kunstnere og publikum – og skabe en platform for kunstnere i vækstlaget, der endnu ikke er fuldt etablerede, men befinder sig i en afgørende udviklingsfase.

Festivalen tager form som et midlertidigt, intenst kulturfællesskab, hvor kunstnerisk produktion, oplevelse og social interaktion smelter sammen. Den ønsker at bidrage til udviklingen af et kulturbåret natteliv ved at sætte kunstnerisk indhold, formatmæssige eksperimenter og fællesskab i centrum for natlige fejringer. Gennem integration af musik, performances, visuel kunst, formidling og samtaleformater skabes helheds-oplevelser, hvor grænserne mellem kunstformer opløses, og hvor publikum indgår aktivt i oplevelsen.

Erfaringen fra de tidligere udgaver af KUNE Festival er, at festivalen ikke alene fungerer som præsentationsplatform for nye kunstnere, men i høj grad også som et kunstnerisk og socialt udviklingsrum, hvor deltagelse resulterer i konkrete muligheder efterfølgende for kunstnere i form af netværk, samarbejder og nye projektmuligheder.

**Program og omfang**
Ambitionen for KUNE Festival 2027 er at matche det ambitiøse kunstneriske output i 2025 og på den måde understrege festivalens status som et uafhængigt, originalt festivalformat i København i et marked, hvor mange større festivalformater bevæger sig i retning af standardisering, og hvor der er behov for mindre, uafhængige og ikke mindst kunstnerisk drevne alternativer.

I 2025 præsenterede KUNE Festival 115 artister, 23 kunstinstallationer og performative værker, 15 talks, 15 workshops og rekreative aktiviteter fordelt på fem scener med forskellige kunstneriske profiler. Festivalen samlede ca. 1.100 deltagere og blev realiseret med deltagelse af over 200 frivillige. Festivalens kvantitative succeskriterier i 2027 er:

- at gennemføre festivalen inden for en bæredygtig økonomisk ramme
- at præsentere minimum 115 kunstnere
- at tiltrække minimum 1.200 deltagere
- at engagere minimum 200 frivillige
- at udvikle minimum to nye stedsspecifikke formater på Ungdomsøen
- at gennemføre minimum 10 publikumsinddragende aktiviteter, der aktiverer deltagelse og samskabelse mellem kunstnere og publikum

**Track record og dokumenteret udvikling**
KUNE Festival har siden sin etablering i 2019 gennemgået en markant udvikling i både omfang og gennemslagskraft. Antallet af deltagere er vokset fra 200 til over 1.100, antallet af kunstnere fra 27 til 115, antallet af scener fra 2 til 5, og antallet af frivillige fra 20 til over 200.

Festivalen har samtidig udviklet sig organisatorisk og kunstnerisk gennem kontinuerlig iteration af format, program og produktion. Den dokumenterede vækst og stabilitet vidner om en stærk efterspørgsel, en velfungerende organisation og en klar relevans i det københavnske kulturliv.

**Publikum og målgrupper**
Festivalen henvender sig primært til et ungt og kulturinteresseret publikum i alderen 18–30 år og er åben for alle aldersgrupper. Publikum består af studerende, kunstnere, iværksættere og kulturinteresserede fra både København og udlandet.

Festivalen tiltrækker både tilbagevendende deltagere og nye gæster og fungerer som et alternativt rum for fordybelse, fællesskab og kunstnerisk oplevelse. Den internationale deltagelse bidrager til Københavns kulturelle profil og tiltrækningskraft.

Erfaringerne fra 2025 viser en balanceret kønsfordeling blandt publikum (ca. 51% mænd og 47% kvinder) samt en gennemsnitsalder i slut-20'erne, med hovedparten af gæster i aldersgruppen 27–33 år.

Festivalen har en stærk lokal forankring med ca. 63 % af gæsterne bosat i Danmark, samtidig med at den tiltrækker et markant internationalt publikum. I 2025 deltog gæster fra mere end 20 lande, herunder særligt Tyskland, Storbritannien og de øvrige nordiske lande, men også fra bl.a. Frankrig, Holland, USA, Australien og Japan.

Denne kombination af lokal forankring og international tiltrækningskraft bidrager til Københavns position som en attraktiv kulturby og understøtter festivalens rolle som platform for både lokale og internationale møder mellem kunstnere og publikum.

**Relevans for København og festivalens rolle i byens økosystem**
KUNE Festival indgår i Københavns festivaløkosystem som en platform for eksperimenterende, tværkunstnerisk praksis i vækstlaget og udfylder et rum mellem etablerede musikfestivaler og institutionelle kunstplatforme. Festivalen er organiseret

som en non-profit forening og udgør et fællesskabsbaseret, ikke-kommercielt alternativ i det københavnske kulturliv, hvor alle midler geninvesteres i kunstnerisk udvikling, vækstlaget og publikumsoplevelsen.

Med deltagelse af over 100 kunstnere og et publikum på mere end 1.000 gæster fungerer festivalen som en central platform for udvikling, præsentation og synliggørelse af nye kunstneriske stemmer.

Festivalen understøtter udviklingen af et kulturbåret natteliv ved at tilbyde et kunstnerisk funderet alternativ til kommercielle nattelivstilbud og ved at skabe rammer for oplevelser, hvor kunst og musik er det primære omdrejningspunkt.

Placeringen på Ungdomsøen aktiverer et unikt københavnsk byrum og understøtter ønsket om geografisk spredning samt udvikling af nye kulturformater.

Festivalen har samtidig en stærk lokal forankring med hovedparten af publikum bosat i Danmark, samtidig med at den tiltrækker et markant internationalt publikum. I 2025 deltog gæster fra mere end 20 lande, herunder særligt Tyskland, Storbritannien og de øvrige nordiske lande, men også fra bl.a. Frankrig, Holland, USA, Australien og Japan. Denne kombination af lokal forankring og international tiltrækningskraft bidrager til Københavns position som en attraktiv kulturby og styrker festivalens rolle som platform for møder mellem lokale og internationale kunst- og publikumsfællesskaber.

Samtidig er festivalen forankret i byens kunst- og musikmiljøer og fungerer som en platform for både lokale aktører og publikum.

**Samarbejder og forankring**
KUNE Festival udvikles og gennemføres i samarbejde med kunstnere, kuratorer og kulturaktører fra det københavnske og internationale kunst- og musikmiljø, herunder kunstneriske fællesskaber, produktionsmiljøer og uafhængige kuratoriske aktører med tilknytning til København.

I 2025 samarbejdede festivalen med en række aktørgrupper fra lokale og nationale musik- og kulturmiljøer. Her kan bl.a. nævnes Echocord, FEUM, Group Therapy, Radio Panini og Strøm fra Danmark og udenlandske grupper som Créme Lavante, Omen Wapta og Yakamoz. I 2027 videreføres flere af disse samarbejder og udvides med nye.

Festivalen er i høj grad baseret på frivilligt engagement med over 200 frivillige involveret i planlægning og afvikling. Frivillige deltager ikke alene i afvikling, men opnår erfaring og kompetencer inden for kulturproduktion, hvilket bidrager til opbygningen af fremtidige aktører i kulturlivet. Dette skaber en stærk forankring i det lokale kulturliv og understøtter deltagelse, kompetenceudvikling og fællesskab i tråd med kommunens kulturpolitiske målsætninger.

**Udvikling i økonomi og publikum**

KUNE Festival har siden 2019 arbejdet målrettet med at udvikle en bæredygtig finansieringsmodel gennem en kombination af billetsalg, partnerskaber og fondsstøtte. Festivalen har over de seneste år øget sine egenindtægter og dokumenteret en stigende betalingsvillighed blandt publikum.

Denne udvikling afspejler både efterspørgsel og relevans og danner grundlag for festivalens videre udvikling. Samtidig er festivalens gennemførelse fortsat afhængig af ekstern støtte for at kunne realisere det kunstneriske ambitionsniveau og det stedsspecifikke format.

**Økonomi og finansiering**

KUNE Festival opererer med et samlet budget på ca. 5,8 mio. kr., baseret på erfaringer fra tidligere afholdelser og en kombination af billetsalg, fondsstøtte og frivilligt engagement.

Projektets gennemførelse er afhængig af, at flere finansieringskilder realiseres. Festivalen er samtidig i væsentlig grad baseret på frivilligt engagement, som udgør en central del af både produktion og afvikling.

Der ansøges om 150.000 kr. fra Københavns Kommunes Festivalpulje. Støtten vil blive anvendt til at styrke festivalens kunstneriske kvalitet, udvikle stedsspecifikke formater på Ungdomsøen og sikre tilgængelighed for publikum.

Uden ekstern støtte vil festivalen være nødsaget til at reducere omfanget af program og aktiviteter, hvilket vil påvirke både kunstnerisk kvalitet, antal deltagende kunstnere og publikumsoplevelsen.

Den kommunale støtte er en forudsætning for at kunne gennemføre festivalen på det ønskede niveau og vil samtidig fungere som et vigtigt signal i forhold til øvrige finansieringskilder.

**Bæredygtighed, ligestilling og ansvar**
Festivalen arbejder med bæredygtighed i produktion og afvikling gennem fokus på genbrug af materialer, herunder genanvendelse af scenografi fra tidligere produktioner, affaldssortering og optimering af transport til og fra Ungdomsøen.

Samtidig arbejdes der aktivt med at skabe inkluderende rammer og sikre mangfoldighed i både program og organisation. Festivalen opererer med tydelige retningslinjer for tryghed og sikkerhed, herunder en aktiv "safer space"-indsats, der understøtter et inkluderende og ansvarligt festivalmiljø.

Festivalen arbejder desuden aktivt med ligestilling i både programlægning og organisering, herunder en bevidst fordeling af repræsentation blandt medvirkende kunstnere og frivillige.

**Organisatorisk kapacitet**
KUNE Festival har siden debuten i 2019 opbygget solid erfaring med planlægning og afvikling af komplekse festivalproduktioner. Arrangørgruppen udgøres af ca. 40 frivillige, hvoraf en betydelig del har været involveret gennem flere år, hvilket sikrer kontinuitet og erfaringsopbygning.

KUNE Festival er organiseret med en bestyrelse og en festivalledelse, der arbejder i en integreret struktur, hvor enkelte medlemmer indgår i begge fora. Bestyrelsen varetager de overordnede strategiske og beslutningsmæssige rammer, mens festivalledelsen har ansvar for den kunstneriske, produktionsmæssige og operationelle gennemførelse. Denne organisering sikrer en tæt kobling mellem strategisk retning og praktisk eksekvering og understøtter en effektiv beslutningsproces samt kontinuitet i udviklingen af festivalen.

Ud over festivalen har KUNE som forening arrangeret kulturaktiviteter i København siden stiftelsen i 2015. Arrangørgruppen består af et alsidigt miks af uafhængige kulturaktører fra flere steder i Europa og besidder en bred kompetencesammensætning inden for produktion, planlægning og projektledelse. Gennem festivalen har gruppen dokumenteret evne til at gennemføre arrangementer i stor skala og i rammer uden permanent infrastruktur til formålet.

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

**Ansøgning om tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget**

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**

**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

| | |
|---|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** | KUNE Festival |
| **CVR:** | 40991336 |
| **Projektets navn:** | KUNE Festival 2027 |

| | |
|---|---|
| **Projektperiode start (dd.mm.åååå):** | 28.05.27 |
| **Projektperiode slut (dd.mm.åååå):** | 01.10.2027 |

| | |
|---|---|
| **Budgettet vedrører budgetår (åååå):** | 2027 |
| **Dato for indsendelse af budget (dd.mm.åååå):** | 01.04.2026 |

| **Indtægter** | **Samlet budget** | **Budget året før (hvis der er givet tilskud)** | **Note** |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **150.000,00 kr.** | **0,00 kr.** | |
| William Demant Fonden | 100.000,00 kr. | | Ansøges |
| Nordjyllandsfonden | 100.000,00 kr. | | Ansøges |
| Statens Kunstfond | 100.000,00 kr. | | Ansøges |
| Tuborg Fondet | 100.000,00 kr. | | Ansøges |
| Nordea-fonden | 100.000,00 kr. | | Ansøges |
| Beckett Fonden | 100.000,00 kr. | | Ansøges |
| | | | |
| Honorarer | 0,00 kr. | | |
| | | | |
| **BILLETINDTÆGTER** | | | |
| Billetter, Early Bird | 312.500,00 kr. | | 250 stk. * 1.250 kr. |
| Billetter, Første bølge | 290.000,00 kr. | | 200 stk. * 1.450 kr. |
| Billetter, Anden bølge | 412.500,00 kr. | | 250 stk. * 1.650 kr. |
| Billetter, Weekendbillet | 200.000,00 kr. | | 200 stk. * 1.000 kr. |
| Billetter, Dagsbillet | 104.500,00 kr. | | 190 stk * 550 kr. |
| Billetter, Supportbillet | 54.000,00 kr. | | 30 stk. * 1.800 kr. |
| | | | |
| **ØVRIGE INDTÆGTER, SPECIFICERET** | | | |
| Barsalg | 600.000,00 kr. | | Baseret på tidligere års overskud |
| Pladssalg, sovesal | 48.000,00 kr. | | 40 senge * 1.200 kr. |
| Madsalg | 25.000,00 kr. | | Baseret på tidligere års overskud |
| Merchandisesalg | 12.000,00 kr. | | Baseret på tidligere års overskud |
| | | | |
| **MEDFINANSIERING, FRIVILLIGHED** | | | |
| Budget til In-Kind Work (alt projektarbejde) | 2.125.000,00 kr. | | Beregnet på baggrund af en timeløn på 125 kr. |
| Budget til In-Kind Work (frivillige under festivalen) | 460.000,00 kr. | | Beregnet på baggrund af en timeløn på 125 kr. |
| Budget til In-Kind Work (partnere) | 400.000,00 kr. | | Beregnet på baggrund af en timeløn på 125 kr. |
| | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **5.793.500,00 kr.** | **0,00 kr.** | |

| Udgifter | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) | Note |
|---|---|---|---|
| **PRODUKTION** | | | |
| Leje af Ungdomsøen | 450.000,00 kr. | | Rabatpris via partnerskabsaftale med Ungdomsøen |
| Lyd og lys | 325.000,00 kr. | | Lyd og lys til fem scener og generel lys på øen |
| Sikkerhed | 135.000,00 kr. | | Hold af sikkerhedsvagter under festivalen |
| Lydteknikere | 35.000,00 kr. | | |
| Lønningssystem | 25.000,00 kr. | | |
| Førstehjælp og ambulanceservice | 27.000,00 kr. | | |
| Lommeaskebægre | 6.000,00 kr. | | |
| Produktion af merchandise | 12.500,00 kr. | | |
| | | | |
| **SCENER, WORKSHOPS, INSTALLATIONER** | | | |
| Astral Stage | 41.000,00 kr. | | Projektorer, møbler, dekoration og scenedesign |
| Beach Stage | 31.000,00 kr. | | Flamol, skruer, træ, presenninger, andre materialer |
| Space Stage | 62.500,00 kr. | | Flamol, skruer, træ, presenninger, andre materialer |
| Vessel Stage | 60.000,00 kr. | | Flamol, skruer, træ, presenninger, andre materialer |
| Amphi Stage | 35.000,00 kr. | | |
| Facilitering af workshops | 24.000,00 kr. | | |
| Installationsværker og performances | 132.000,00 kr. | | |
| Leje af infrastruktur til scenerne | 25.000,00 kr. | | Podier, trapper, skilte, sikkerhedsforanstaltninger |
| | | | |
| **LOGISTIK** | | | |
| Ina Bunker, transport af alt materiale til øen | 135.000,00 kr. | | Ekstra vægt for transport at materialer |
| Billeje og brændstof, 10 dage | 15.000,00 kr. | | |
| Transport for artister bosat i Norden | 96.000,00 kr. | | 60 artister fra nordiske lande: 1.600 kr. pr. artist |
| | | | |
| **BAR** | | | |
| Bygning af bar | 40.000,00 kr. | | |
| Bar (lager) | 250.000,00 kr. | | Lager svarende til 1.500 solgte billetter |
| Uforudsete udgifter | 25.000,00 kr. | | |
| | | | |
| **KUNSTNERE OG WORKSHOPFACILITATORER** | | | |
| Overnatning (hotel, hostel) | 10.000,00 kr. | | 10 kunstnere * 1.000 kr. pr. værelse |
| Kunstnere (løn) | 258.000,00 kr. | | 115 kunstnere * 2.250 kr. pr. kunstner |
| Koda | 25.000,00 kr. | | |
| Forplejning | 70.000,00 kr. | | |
| | | | |
| **ADMINISTRAION OG KOMMUNIKATION** | | | |
| IT (Dinero, Slack, mailsystem, Soundcloud) | 10.000,00 kr. | | |
| Facilitering af møder | 20.000,00 kr. | | |
| Workshops for frivillige | 32.000,00 kr. | | Læring primært om scenedesign |
| Festivalforsikring (Tryg) | 16.000,00 kr. | | |
| Ekstern kommunikation og PR | 30.000,00 kr. | | Annoncer og sponsoreret indhold |
| Website | 10.000,00 kr. | | |
| Løn til centrale aktører i organisationen under festivalen | 100.000,00 kr. | | 10 * 10.000 kr. fordelt på 3 x festivalledere, 1 x sikkerhedsansvarlig, 1 x produktionsleder, 2 x frivilligansvarlige, 2x ansvarlige for førstehjælp, 1 x barleder |
| In-Kind Work (projektarbejde) | 2.025.000,00 kr. | | |
| In-Kind Work (frivillige under festivalen) | 460.000,00 kr. | | |
| In-Kind Work (partnere) | 400.000,00 kr. | | |
| Administrationsbuffer | 10.000,00 kr. | | |
| | | | |
| **FRIVILLIGE** | | | |
| Camping, frivillige | 0,00 kr. | | Gratis via partnerskabsaftale med Ungdomsøen |
| Forplejning under festivalen | 50.500,00 kr. | | 2 daglige måltider á 120 kr. til i alt 210 frivillige |
| Forplejning under opsætning og klargøring | 83.000,00 kr. | | 3 daglige måltider á 70 kr. til i alt 50 frivillige i 6 dage + løn til køkkenchef |
| T-shirts | 22.000,00 kr. | | |
| Spring Volunteer Event | 50.000,00 kr. | | |
| | | | |
| **MEDIEDOKUMENTATION** | | | |
| Mediedokumentation | 30.000,00 kr. | | |
| | | | |
| Uforudsete udgifter | 95.000,00 kr. | | |
| | | | |
| **UDGIFTER I ALT** | **5.793.500,00 kr.** | **0,00 kr.** | |

| RESULTAT | Samlet budget | Budget året før (hvis der er givet tilskud) |
|---|---|---|
| **I ALT** | **0,00 kr.** | **0,00 kr.** |

**Kommentarer/forbehold:**

In-kind-bidraget dækker værdien af det samlede projektarbejde udført af frivillige, kerneorganisation og samarbejdspartnere i forbindelse med udvikling, planlægning og afvikling af KUNE Festival. Den samlede værdi er beregnet på baggrund af en standardiseret timeløn på 125 kr.

Arbejdet omfatter ca. 20.600 timer fordelt på hele projektperioden og på tværs af funktioner som projektledelse, produktion, kuratering, booking, kommunikation, frivilligkoordinering, logistik, økonomi og dokumentation .

Timerne fordeler sig over følgende faser:

- **Forberedelse og fundraising (efterår–vinter):** strategisk udvikling, konceptarbejde og fondsansøgninger
- **Planlægningsfase (vinter–forår):** projektledelse, mødeaktivitet og løbende udvikling af program og organisation
- **Præproduktion (forår–sommer):** myndighedsansøgninger, sikkerhedsplanlægning og intensiveret produktionsarbejd
- **Produktion (op til og under festival):** opbygning, afvikling og teknisk produktion, herunder frivilligindsats under festivalen
- **Efterbearbejdning og evaluering:** afrapportering, regnskab og evaluering med samarbejdspartnere

In-kind består af tre hovedkomponenter:

- **Kerneorganisation (ca. 2,1 mio. kr.):** udvikling og gennemførelse af festivalen på tværs af alle funktioner
- **Frivillige under festivalen (ca. 460.000 kr.):** afvikling, drift og publikumsoplevelse
- **Samarbejdspartnere (ca. 400.000 kr.):** faglige bidrag og ressourcer til produktion og indhold

Den omfattende frivillige indsats udgør en central del af festivalens finansieringsgrundlag og muliggør realisering af projektets kunstneriske ambitionsniveau inden for den samlede økonomiske ramme.

**Projektbeskrivelse: Københavns Historiske Marked 2027**

**Titel:** Københavns Historiske Marked – En levende tidsrejse i hjertet af København
**Arrangør:** Københavns Historiske Markeder (KHM) – frivillig forening
**Projektperiode:** 14.-17. maj 2027
**Sted:** Valbyparken

**Kontaktinformationer**:
Kim Czichelski
Adresse: Maglemosevej 31, 2640 Hedehusene
E-mail: info@khm.dk
Telefon: (+45) 6015 2488

---

**Om projektet**

Københavns Historiske Marked (KHM) er en årligt tilbagevendende kulturfestival, der giver deltagere mulighed for at træde direkte ind i historien. Gennem engagerende og sanselige oplevelser bringer KHM liv til historiske epoker – herunder vikingetid, middelalder og renæssance – og skaber en levende og lærerig platform, hvor borgerne i København og besøgende – både fra andre kommuner, men også fra udlandet - kan møde fortiden ansigt til ansigt og i visse tilfælde også mærke den på egen krop.

Festivalen byder på historiske markedspladser, rollespil, autentiske optrin med alt fra flagkast til ridderturneringer, håndværksdemonstrationer, musik med instrumenter, man aldrig vil finde i moderne musikklasselokaler, foredrag, mad og aktiviteter for hele familien – alt sammen formidlet af passionerede frivillige og reenactors, der arbejder for at give deltagerne et meningsfuldt og mindeværdigt møde med historien.

Festivalen har kørt siden 2007, hvor den først lå i Valbyparken, hvorefter den flyttede til Ballerup grundet dobbeltbooking af parken. I 2025 flyttede vi tilbage til København, hvor det hele startede for 20 år siden, og havde +29.000 gæster. Med en stærk forankring i forhold til frivillige kræfter og et stabilt deltagerantal, anser vi festivalen for værende forankret og søger nu at udvikle på konceptet, hvilket er det, som vi søger støtte til.

---

**Formål og forventede resultater**

Formålet med Københavns Historiske Marked er at styrke den historiske bevidsthed i befolkningen, skabe kulturel sammenhængskraft og engagere deltagere i meningsfulde fællesskaber omkring kulturarv, håndværk og fortælling. Det er en festival, der både underholder og oplyser, og som samtidig samler og aktiverer et bredt udsnit af byens befolkning og gæster. Derudover er der altid godt vejr og pølser på grillen.

**Succeskriterier for 2027:**

- Min. 40.000 deltagere
- Involvering af 1.000 frivillige og aktører på tværs af foreninger, laug og historiske grupper
- En udvidelse med nye aktiviteter og workshops – her vil vi særligt gerne udbyde flere aktiviteter, der er målrettet børn og unge
- Tydeligere formidling af KHM's værdier gennem opdaterede kommunikationskanaler og samarbejder

---

**Relevans for København**

Københavns Historiske Marked skaber en unik oplevelse for byens borgere og besøgende ved at danne ramme om kultur- og historieformidling i det offentlige rum. Ved at aktivere det grønne byrum, der er Valbyparken, og skabe et midlertidigt historisk univers, giver festivalen nyt liv til byens kulturarv og samler store dele af befolkningen om en fælles passion. KHM engagerer nemlig både familier, historieinteresserede, børn og unge, turister og lokalmiljøer, og med sin brede appel og folkekærlige form bidrager festivalen til at gøre København til en spændende og relevant kulturby.

Festivalen fremmer deltagelse og lokal forankring og styrker fællesskaber på tværs af generationer og baggrunde. Det er et åbent og tilgængeligt arrangement, som spejler København som en moderne storby med stærk historisk bevidsthed.

---

**Samarbejde og frivillighed**

KHM organiseres af en frivillig forening og baserer sig på et bredt netværk af samarbejdspartnere: historiske grupper, rollespilsforeninger, laug, frivillige håndværkere, gøglere, musikere, professionelle kæmpere, formidlere og andre ildsjæle. Sammen skaber vi en festival med stærk forankring i det frivillige foreningsliv.

Hvert år stiller i omegnen af 200 ildsjæle en festival på benene, og når man regner aktører med, så er vi tættere på 1.200 frivillige, som sammen løfter arrangementet.

Vi arbejder aktivt med partnerskaber, blandt andet med:

- Lokale kulturinstitutioner
- Historiske laug og foreninger
- Rollespils- og reenactment-foreninger
- Børne- og ungdomsaktører
- Kommunale initiativer, fx biblioteker og skoler

---

**Udvikling og fornyelse**

KHM er i konstant udvikling. I 2027 vil festivalen fortsat arbejde mod en større professionalisering gennem professionel frivilligkoordinering og grundigere struktur for årshjulet udenom KHMs afholdelse, hvor der skal suppleres med flere aktiviteter, som flere markeder i København og forberedes, så markedet kan udvikle sig.

Vi arbejder desuden med nye metoder til aktiv inddragelse af deltagerne og en øget fokus på frivilligpleje og kompetenceudvikling blandt vores mange ildsjæle. Vores fornemmeste præstation er når vi tager en almen deltager til KHM, som får blod på tanden og ild i øjnene og indlemmer dem i vores fællesskab, hvor de kan løfte med os andre som frivillig, til i sidste ende at blive født på ny som ildsjæl i form af en af de utallige bærende søjler, som gør vores fællesskab.

Der er samtidig fokus på økonomisk bæredygtighed via diversificering af indtægtskilder, langsigtet fondssamarbejde og erhvervelse fremfor leje af udstyr til afholdelse. Derudover har vi som altid fokus på faglig fornyelse ved løbende at invitere nye aktører og tematikker ind i festivalen.

Københavns Historiske Marked
Maglemosevej 31, 2640 Hedehusene
Tlf. 61 79 45 51
info@khm.dk
www.khm.dk

**Socialt partnerskab og fællesskabsdeltagelse**

Københavns Historiske Marked samarbejder med en række organisationer og institutioner, der arbejder med børn, unge og voksne fra socialt udsatte positioner. Gennem disse samarbejder sikrer vi, at omkring 16.000 deltagere hvert år får gratis adgang til festivalen – og dermed muligheden for at se udover socioøkonomiske barrierer og blive en del af det levende fællesskab, som KHM udgør.

Vi samarbejder blandt andet med:

- Mødrehjælpen
- Røde Kors
- Røde Kors Familienetværk, Lyngby-Taarbæk
- Røde Kors Parat Hjælpenetværk
- Blå Kors Pensionat Taastrup
- Blå Kors Behandlingscenter Taastrup
- Blå Kors Danmark
- Chrispys Hjælpende Hænder
- Stop Madspild Næstved
- Ungdommens Røde Kors
- Voksenven.dk
- Hellerup Krisecenter
- Smil
- Familienetværk Humlebæk
- Unge Taastrup
- Ukrainske flygtninge (via helpukra.dk og øvrige lokale netværk)
- Veteraner og PTSD-ramte
- Socialt Netværk Høje Taastrup

Ved at åbne dørene for disse grupper skaber vi en festival, hvor historien bliver allemandseje – og hvor kulturen bliver et samlingspunkt, ikke et privilegie. Deltagerne bliver mødt i øjenhøjde, og de inviteres til at gå på opdagelse, stille spørgsmål, deltage aktivt, blive hængende efter lukketid og mærke, at de hører til.

Det er en kerneværdi for KHM, at alle – uanset baggrund – skal kunne tage del i fællesskabet, blive inspireret og føle sig som en del af noget større.

Københavns Historiske Marked
Maglemosevej 31, 2640 Hedehusene
Tlf. 61 79 45 51
info@khm.dk
www.khm.dk

**Bæredygtighed**

KHM arbejder målrettet med bæredygtighed i festivalproduktion – fx ved at anvende genbrugsmaterialer og arbejde med grøn logistik. Vi har konkrete mål om at reducere affald og energi, og vi ønsker i 2027 at etablere et samarbejde med en bæredygtighedspartner, der kan hjælpe os med at opgradere vores praksis.

**Ligestilling og Forebyggelse af Sexisme**

**- Handleplan mod sexisme og grænseoverskridende adfærd**

Vi er en rummelig og mangfoldig forening, og festivalens aktiviteter er gratis eller meget lavt prissatte. Vi arbejder løbende med kønsbalance blandt aktører og i programmet, og vi lægger vægt på, at alle uanset baggrund eller erfaring kan være med – som deltager, frivillig eller aktør.

Vi ønsker en kultur, hvor ingen føler sig utrygge eller udsat for uønsket opmærksomhed. For at sikre dette, arbejder vi efter følgende handleplan:

- **Respektfuld omgangstone:** Vi taler ordentligt til og om hinanden. Drillerier og historisk rollespil er en del af markedet, men det må aldrig kamme over i personlige krænkelser eller seksuel chikane.
- **Samtykke og grænser:** Et "nej" er et nej. Vi respekterer hinandens fysiske og psykiske grænser – både i lejrene, i boderne og under de sociale arrangementer om aftenen.
- **Tryghedspersoner:** Vi har udpeget specifikke kontaktpersoner (f.eks. i info-teltet eller frivillig-ansvarlige), som du altid kan gå til i fuld fortrolighed, hvis du oplever eller overværer adfærd, der ikke er i orden.
- **Håndtering af hændelser:** Alle henvendelser om grænseoverskridende adfærd tages alvorligt og håndteres hurtigt af ledelsen for at sikre, at markedet forbliver et trygt sted for alle.

---

København Historiske Marked
Maglemosevej 31, 2640 Hedehusene
Tlf. 61 79 45 51
info@khm.dk
www.khm.dk

**Hvad ansøges?**

Som nævnt tidligere, så er KHM i gang med en større udviklingsfase. Grundstenen er lagt og de ligger solidt – nu er det tid til at ekspandere. For at kunne udvikle på KHM, både så der kan tages flere initiativer i forbindelse med selve festivalen og så der kan udvikles flere historiske markeder, er vi nødt til at forvalte vores økonomi bedre. En stor årlig udgift består i at leje udstyr, som festivalhegn, toiletter osv. Disse vil vi nu erhverve os, således at det kan frigive midler, som så kan bruges på at udvikle festivalen og gøre den mere attraktiv for både deltagere og frivillige.

Der søges konkret til:

- 8*105 meter RoundTop byggehegn i komplet sæt med fødder og koblinger – 160.960
- 50* Hoffmann betonklodser, der skal bruges til terrorsikring – 87.500
- 1*Handicap Toiletvogn – 171.000

**I alt: 419.460**

Dette er også udstyr, som vil kunne benyttes af andre foreninger, der driver festivaler. Vi er medlem af landsforeningen Bifrost, som også huser andre festivalforeninger, og disse vil kunne låne vores erhvervede udstyr gratis, så længe aktiviteten står inde for vores egne værdier og formål.

Vi håber, at I vil støtte os i at løfte KHM til nye højder og være med til at sikre, at historien fortsat kan være levende, vedkommende og tilgængelig for alle københavnere – på tværs af alder, baggrund og livssituation.

København Historiske Marked
Maglemosevej 31, 2640 Hedehusene
Tlf. 61 79 45 51
info@khm.dk
www.khm.dk

# BUDGET - FESTIVALPULJEN

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** Københavns Historiske Markeder |
| **CVR:** 37149977 |
| **Festivalens/eventets navn:** Københavns Historiske Marked |
| **Momsforhold:** Ikke momsregistreret |
| **Projektperiode:**<br>1/1-2027-1/8-2027 |

| **Indtægter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Tilskud fra Københavns Kommune | 419.460 | 100.000 | Ansøges nu |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer* | | | |
| a) | | | |
| b) | | | |
| c) | | | |
| Honorarer | | | |
| Billetindtægter | 2.075.000 | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Mad og drikke | 150.000 | | |
| b) Bodindtægter | 150.000 | | |
| c) | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **2.794.460** | | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn og honorarer | 500.000 | |
| Konsulentudgifter | 200.000 | |
| Materialeudgifter | 270.000 | |
| Transportudgifter | 110.000 | |
| Opholdsudgifter | 15.000 | |
| Fortæring, herunder møder | 35.000 | |

Københavns Historiske Marked
Maglemosevej 31, 2640 Hedehusene
Tlf. 61 79 45 51
info@khm.dk
www.khm.dk

| | | |
|---|---|---|
| Diverse repræsentation | 2.000 | |
| PR og markedsføring | 550.000 | |
| Kontorhold (telefon, porto mv.) | 5.000 | |
| Revisionshonorar | 50.000 | |
| Øvrige udgifter, specificeret | | |
| a) Aktører | 400.000 | |
| b) Toilet, bad og div | 250.000 | |
| c) Festivalhegn, Terrorsikring og handicaptoiletvogn | 419.460 | |
| **UDGIFTER I ALT** | **2.806.460** | |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **-12.000** | |

København Historiske Marked
Maglemosevej 31, 2640 Hedehusene
Tlf. 61 79 45 51
info@khm.dk
www.khm.dk





# Madland Festival 2027: Lokale resiliente madsystemer og global retfærdighed

**Foreningen Madland ansøger Københavns Kommunes festivalpulje om tilskud på 350.000 kr. til Madland Festival 22.–25. april 2027. Madland Festival kobler byens borgere til vækstlaget af fremtidens bæredygtige madsystemer og placerer København som international spydspids for grøn, lokal og levende madsysteminnovation. Festivalen engagerer bredt og mobiliserer borgere, jordbrugere, madprofessionelle og turister ved at fremvise og skabe rum for krydsfeltet mellem byudvikling, robust forsyning og madfællesskaber med afsæt i lokal sammenhængskraft på tværs af nabolag. Dette styrker og stimulerer alle deltagendes handlekraft for en grøn og bæredygtig omstilling til lokale, resiliente madsystemer.**

**Resumé**
Madland Festival er landets samlingspunkt for madsystemisk gentænkning og forandring for og fra mikrolivet. Festivalen viser, at forandring er mulig ved at sætte scene til og samle madsystemets frontløbere for lokale resiliente madsystemer og global retfærdighed. I 2027 er det ottende gang, vi inviterer til Madland Festival i København.

Madland inviterer borgere, madprofessionelle, turister og nysgerrige med på studieture, samtaler, værksteder, markvandringer og fælles måltider. Vi samler og sætter scene til dem, der allerede gør arbejdet: grønne frontløbere i madsystemisk gentænkning og forandring, som i praksis forbinder jord, hav, mad og mennesker samfundsansvarligt.

Vi sætter sollys, strøm og scene til de magiske mellemrum, hvor nye møder bliver til forpligtende fællesskaber og konkret handling får retning. En festival for alle, der spiser, handler og arbejder for lokale, resiliente madsystemer og global retfærdighed. En festival for de nysgerrige; dem, der har lyst til at blive klogere på det uigennemsigtige, komplekse og komplicerede madsystem og være en del af løsningen.

**Kort om Madland Festival**
Madland Festival sker i og omkring København. Det er en selvstændig pointe, at festivalen ikke har et primært centrum, da byens frontløbere holder til i hele byen. Madland Festival sikrer derfor aktiviteter på tværs af byens nabolag og muliggør deltagelse af bred repræsentation af byens borgere. Madland Festival benytter eksisterende infrastruktur og skaber synergi på tværs af nabolag for derigennem at mindske festivalens klimamæssige aftryk.

Madland Festival startede i 2020. Mens byens øvrige festivaler lukkede ned, åbnede vi for at sikre en scene for byens frontløbere. De første tre år afholdt vi Madland Festival som et åbent program fra august-september med 50–65 events per festival. I 2023 flyttede vi festivalen til foråret, som et startskud på madfestivalåret og uden for højsæson i kultur, mark og produktion og tilpassede format og indhold for at sikre højere kvalitet, tilslutning på tværs af byens borgere og professionelle og vidensopsamling.

- 10–15.000 borgere og madprofessionelle engagerer sig i festivalen temaer hvert år
- 10–20 events på tværs af hele byen i festivalperioden
- Engagerende og sanselige festivalformater for borgere, madprofessionelle og andre nysgerrige
- Inkluderer lokale madsystemiværksættere – byens vækstlag af mindre aktører – således, at de både er medskabere og møder borgere, hinanden og andre professionelle i et stort og mangfoldigt fællesskab og netværk

**Gentænk madsystemet**
Madsystemet i dets nuværende form udgør en trussel mod både mennesker og det øvrige liv, vi deler klode med. Rapporter som de seneste fra EAT-Lancet Kommissionen og Food System Economics Commission understreger behovet for radikale handlinger. Ved at gentænke vores madsystemer kan vi potentielt årligt spare op til 69 billioner danske kroner globalt. Dette har bl.a. fået internationale forskere til at pege på, at vi bør skifte tilgang fra "issue-based" til "action-based" fortællinger relateret til de nævnte livskriser, for at engagere flere folk i fællesskaber og organisationer – både som borgere og professionelle (De Meyer et al., 2021). Samtidig peger The EAT-Lancet Commission på, at netop bæredygtig forandring af madsystemer udgør en hidtil overset mulighed for at opbygge robusthed i naturlige, økonomiske, sundheds- og sociale systemer, og at de er enestående placeret i forhold til at styrke menneskers trivsel i takt med bidrag til at sikre et mere stabilt klima (Rockstöm et al., 2025).

Vi kan med andre ord hverken ignorere de negative konsekvenser af vores nuværende madsystemer eller se bort fra de positive eksempler på madsystemiske forandringer, der allerede sker i det små i hele byen og over hele landet. Det er netop disse problematikker, kompleksiteter og konkrete løsninger, Madland arbejder for at formidle om, engagere i og samle fælles kræfter til at gøre noget ved, mens vi ydmygt, nysgerrigt og åbent tør stille radikale spørgsmål.

Hvordan kan vi hver især og i fællesskab opnå vores mål for bæredygtig omstilling, samtidig med at vi sikrer, at København fortsat er en attraktiv by at leve i?

Madlands kortlægning og analyse af madscenen i og omkring København, samt arbejdet med dagsordenen Gentænk København som madby, er vigtige skridt mod et svar på ovenstående spørgsmål. Som en del af dette arbejde udkom rapporten, Grøn madhandel i København – alternative, sunde og grønne madkanaler, udarbejdet for Københavns Kommune i efteråret 2025. Den viser et bredt og diverst

mikroliv rundt om maden, og peger på det, der tegner vores fælles madby – i nutid såvel som i fremtid. Fælles for byens nye og spirende stemmer af forandringsagenter og frontløbere lige fra bylandbrug, skolehaver og madmarkeder, til offentlige køkkener og restauranter og samfundsiværksættere er, at de er sat i verden for at gøre en forskel. De arbejder som udgangspunkt med bæredygtighed i feltet mellem miljø, klima og biodiversitet, social retfærdighed og økonomi og bæredygtige forretningsmodeller. Og så er mange af byens frontløbere kendetegnet ved at være mindre virksomheder. Dette stemmer overens med data fra Københavns Kommune, der viser, at 86% af byens 25.000 virksomheder har mellem 1 og 9 ansatte.

Med Klimastrategi 2035, arbejdet med Københavns Doughnut, kultur- og fritidspolitikken 2023–2026, arbejdet med en ny mad- og måltidsstrategi og engagement i C40 er der behov for at sikre en bred og divers repræsentation af byens – primært mindre – frontløbere i Københavns Kommunens kulturelle tilbud. Madlands arbejde er med til at skabe større mangfoldighed på madscenen, der ofte domineres af kommercielle partnerskaber og sponsorater fra branchens industrielle og multinationale operatører og deres interesseorganisationer. Madland vil sætte scene til dem, der identificerer sig som medskabere af et nyt, mere bæredygtigt madsystem og en grønnere madultur i og rundt om København og vil inddrage borgere og professionelle på tværs af byens nabolag. Madland Festival understøtter derfor særligt tema 2, 4 og 5 i kultur- og fritidspolitikken.

**Formål og succeskriterier for Madland Festival 2027**
Målet for 2027 er dels at grundfæste forankringen af festivalen som det ultimative mødested for madsystemforandring og fællesskab i Danmark og Norden. Den vigtigste begivenhed, hvor 10–15.000 madborgere såvel som madprofessionelle engagerer sig i festivalens temaer for at blive inspireret til engagement, handling og nye samarbejder på tværs af madsystemet, og for at dygtiggøre sig via den læring og dannelse, som festivalen kuraterer og tilbyder.

Madland styrker forbindelsen i hele værdikæden og opererer ikke med de vante, adskilte siloer, hvor landbruget samles for sig, supermarkeder for sig, restaurationsbranchen for sig og så fremdeles. Et selvstændigt mål i Madland er at sikre deltagelse af og læring blandt aktører fra hele madsystemet, fordi det er bærende nødvendigt at tackle de planetære kriser systemisk og sammenhængende og i fællesskab – ikke i adskilte siloer.

Madland har som ambition at sikre at festivalgæster og -aktører bliver klædt på til at arbejde med bedre mangfoldighed, lighed, ligestilling og inklusion under festivalen og resten af året i deres respektive virker. Dette er på madscenen underbelyst, men uløseligt forbundet med arbejdet for mere retfærdige madsystemer.

Det er samtidig Madlands ambition at handle på den internationale interesse, vi oplever. Vi vil styrke festivalens internationale spor, hvor vi i 2026 dedikerer en hel festivaldag til et engelsksproget og internationalt program, til glæde for byens mange internationale borgere og for at tiltrække vores internationale netværk, andre gæster og turister fra Norden og resten af verden, for at krydsbefrugte og kunne inspirere udadtil med hvordan madborgere og madprofessionelle i København spiser og arbejder for forandring – herunder arbejdet i Københavns Kommune. Med vedtagelsen af handleplanen for internationale borgeres brug af kultur- og fritidstilbud ser vi en oplagt mulighed for at koble madens samlende kraft med kommunens målsætninger.

Madland Festival understøttes af en strategisk pr- og kommunikationsindsats som sikrer en bred interesse, engagement i og omtale af aktiviteterne, herunder Københavns Kommune.

Med maden i centrum styrker Madland Festival den lokale sammenhængskraft, og lokal sammenhængskraft styrker det gode liv for borgerne i byen og gør byen langt mere attraktiv for internationale borgere, turister og andre besøgende.

Vi håber Kultur- og Fritidsudvalget i Københavns Kommune vil være med til at sikre det fortsat udvikling og drift af Madland Festival i 2027. Tilskuddet skal blandt andet sikre, at vi kan udbyde arrangementer uden betaling eller til en meget lav billetpris, for derigennem at sikre så bred og divers deltagelse som muligt. Den samlede omkostning for Madland Festival 2027 er budgetteret til 750.000 kr. per år. Heraf søger vi et tilskud på 350.000 kr.. Den resterende del sikres gennem øvrig funding og egenfinansiering.

## Aktiviteter

Projektperioden strækker sig fra 1. januar 2027 til 30. juni 2027.

**Aktivitet 1: Madland Festival 2027**

Videreudvikling, tilrettelæggelse og afholdelse af Madland Festival 2027, hvor 10–15.000 borgere, madprofessionelle og engagerer sig i festivalen temaer for at blive inspireret til engagement, handling og nye samarbejder på tværs af madsystemet.

Styrkelse af Madland Festivals internationale spor for at tiltrække flere internationale borgere, netværk, gæster fra Norden og resten af verden for at krydsbefrugte og kunne inspirere med hvordan madborgere og madprofessionelle i København spiser og arbejder for forandring.

Leverancer per år:

- 10–15.000 madborgere og madprofessionelle engagerer sig i festivalen temaer per år
- Engagerende program på tværs af madborgere og madprofessionelle med 10–20 events på tværs af nabolag

**Aktivitet 2: Pr og kommunikation**

Pr- og kommunikationsindsatsen planlægges flerstrenget, så der bliver en bred interesse og omtale af Madland Festival, aktiviteter og indhold, samarbejdspartnere og Københavns Kommune. Byens frontløbere aktiveres i at kommunikere i egne medier og kanaler.

Leverancer per år:

- Digitalt festivalprogram på madland.dk + deling på sociale medier
- 50–75 posts på Madlands sociale medier
- Omtaler i Madland Nyhedsbrev
- Eventkommunikation før, under og efter
- Invitationer til festivalens program
- Foto og video fra Madland Festival til brug i pr og kommunikation + markedsføring
- Presseindsats

**Aktivitet 3: Projektledelse**
Løbende projektledelse og fremdrift i projektet, afholdelse af internt og eksterne møder med projektgruppen og samarbejdspartnere, budget- og økonomistyring samt evaluering, opsamling og afrapportering.

Leverancer:

- Detaljeret tidsplan
- Løbende evaluering og tilpasning
- Afsluttende evaluering til Københavns Kommune

**Om Madland**
Madland blev stiftet i 2020 med en vision om at gentænke madsystemet ved at samle og sætte scene til aktører på tværs. Siden har Madland afholdt seks Madland Festival i København (og en syvende på vej 6.–10. maj 2026), engageret madsystembrydere i samtaler, debatter og laboratorier på tværs af Danmark, udgivet podcast og magasin, løbende kommunikeret på sociale medier og nyhedsbrev og meget mere. Alt arbejde baserer sig på sekretariatets solide erfaring inden for pr, kommunikation, event og faglig baggrund i madens verden.

Madland har erfaring fra tidligere og nuværende samarbejder med Københavns Kommune samt øvrige kommuner.

Madland arbejder målrettet og progressivt med både ligestilling og mangfoldighed. Vi forsøger til alle vores events og formater at invitere, repræsentere og inkludere åbent, bredt og ligeværdigt, således at alle – minoriteter såvel som majoriteter – føler, at de har adgang til rummet, føler sig velkomne deri, og at de bliver hørt og lyttet til. Læs mere om dette i Madland Manifest.

Madland udvikles og ledes af direktør og stifter, Marie Sainabou Jeng, og drives sammen med et erfarent hold bestående af Anton Scharling Krebs og Clara Sophie Storm. Disse tre har tilsammen mere end 30 års erfaring med pr, kommunikation, engagement, events og festival med speciale i jordbrug, mad og gastronomi. Marie har ekspertise i madpolitik og madsystemer, Anton i jordbrug og restauration og Clara i engagering af fællesskaber og mobilisering af borgere.

Marie underviser desuden på Suhrs Højskole i madpolitik og er tidligere medlem af Københavns Kommunes København Erhvervsråd og Klima Borgertingets følgegruppe.

Læs mere om Madland på www.madland.dk og følg @madlanddk.

**Kontaktoplysninger**
Foreningen Madland
Halmtorvet 27
1700 København V
CVR: 44863294

**Kontaktperson**
Marie Sainabou Jeng
Mail: marie@madland.dk
Telefon: 26 14 72 60

Foreningen Madland er momsregistreret  Foto: Liv Kastrup for Madland

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

**Ansøgning om tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget**

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

Tilskudsmodtager skal agere økonomisk forsvarligt i alle dispositioner, som påvirker tilskuddet fra kommunen. Det indebærer at berettigede indtægter oppebæres og, at der ikke påføres udgifter, som kunne være undgået gennem en sparsommelig, produktiv og effektiv ressourceanvendelse.

Aflyses eller ændres væsentlige dele af projektet, fx overordnet program, lokation, afholdelsesperiode eller organisering, skal ændringerne og et revideret budget godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen. Ændringerne og det reviderede budget skal godkendes af Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen.

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

| | |
|---|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** | Foreningen Madland |
| **CVR:** | 44863294 |
| **Projektets navn:** | Madland Festival 2027 |

| | |
|---|---|
| **Projektperiode start (dd.mm.åååå):** | 01.01.2027 |
| **Projektperiode slut (dd.mm.åååå):** | 30.06.2027 |
| *Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.* | |

| | |
|---|---|
| **Budgettet vedrører budgetår (åååå):** | 2027 |
| **Dato for indsendelse af budget (dd.mm.åååå):** | 01.04.2027 |

| **Indtægter** | **Samlet budget** | **Budget året før (hvis der er givet tilskud)** | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **350.000,00 kr.** | **100.000,00 kr.** | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.):* | | | |
| a) Fondacíon por el Mar | | 75.000,00 kr. | Bevilget 2025 |
| b) CULTIGEN (EU) | | 95.000,00 kr. | Bevilget 2025 |
| c) Wonderful Copenhagen | 100.000,00 kr. | | Ansøges Q4 2026 |
| d) Øvrige fonde | 250.000,00 kr. | | Ansøges Q2-4 2026 |
| Honorarer | 0,00 kr. | 0,00 kr. | |
| Billetindtægter | 50.000,00 kr. | 40.000,00 kr. | |
| Øvrige indtægter, specificeret | 0,00 kr. | 0,00 kr. | |
| a) | | | |
| b) | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **750.000,00 kr.** | **310.000,00 kr.** | |

| **Udgifter** | **Samlet budget** | **Budget året før (hvis der er givet tilskud)** |
|---|---|---|
| *Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud til.* | | |
| Løn og honorarer | 450.000,00 kr. | 175.000,00 kr. |
| Konsulentudgifter | 65.000,00 kr. | 30.000,00 kr. |
| Materialeudgifter | 15.000,00 kr. | 5.000,00 kr. |
| Transportudgifter | 30.000,00 kr. | 15.000,00 kr. |
| Opholdsudgifter | 35.000,00 kr. | 15.000,00 kr. |
| Fortæring, herunder møder | 35.000,00 kr. | 15.000,00 kr. |
| Diverse repræsentation | 0,00 kr. | 0,00 kr. |
| PR og markedsføring | 70.000,00 kr. | 30.000,00 kr. |
| Kontorhold (telefon, porto mv.) | 0,00 kr. | 0,00 kr. |
| Revisionshonorar | 0,00 kr. | 0,00 kr. |
| Øvrige udgifter, specificeret: | | |
| a) Foto og video | 50.000,00 kr. | 25.000,00 kr. |
| b) | | |
| **UDGIFTER I ALT** | **750.000,00 kr.** | **310.000,00 kr.** |

| **RESULTAT** | **Samlet budget** | **Budget året før (hvis der er givet tilskud)** |
|---|---|---|
| **I ALT** | **0,00 kr.** | **0,00 kr.** |

| **Kommentarer/forbehold:** |
|---|
| |


maker
festival



# En by i bevægelse – og en festival, der giver københavnerne kraft til at forme den

**I 2027 bliver Maker Festival stedet, hvor københavnerne ikke blot tænker nye idéer – men skaber dem. København er fuld af visionære borgere, der hver dag forestiller sig bedre løsninger for hverdagen, fællesskabet og fremtiden. Med Maker Festival får disse idéer rum, værktøjer og fællesskaber til at tage fysisk form.**

Festivalen bliver en byomspændende fejring af nysgerrighed, teknologimod og kreativ styrke. Her kan borgere i alle aldre udforske, eksperimentere og opleve, hvordan grøn omstilling, teknologiforståelse og cirkulær tænkning bliver levende i hænderne på dem selv. De møder fagfolk, kunstnere og iværksættere, der viser, at fremtiden ikke kun er noget, man taler om – men noget, man bygger.

Med Makers etablering i LITRA får Jernbanebyen en særlig rolle i 2027. Her åbner vi et udviklingslaboratorium i byens nye kvarter, hvor københavnerne kan komme tæt på materialer, teknologi og fællesskaber, mens de selv bliver medskabere af en bydel i transformation.Foreningen

Maker anmoder Kultur- og Fritidsudvalget om 350.000 kr. ud af et samlet budget på 718.000 kr. til at realisere Maker Festival 2027 – aktiviteter for børn, unge, familier og kreative over hele København fra februar til oktober.Gennem stærke partnerskaber vil festivalen præsentere teknologisk innovation, kreativ dannelse og borgerdrevet byudvikling – og nå op mod 25.000 deltagere.

Med støtte fra Kultur- og Fritidsudvalget kan vi fortsætte med at styrke København som centrum for kreativitet, bæredygtighed og borgerinddragelse.

**Malte Hertz Jansen**
*Administrerende direktør, Foreningen Maker*
*Otto Busses Vej 21, 2450 København SV*
*Tlf. 2891 3537 // malte@maker.dk*
*CVR: 3657 6871 (momsregistreret)*

# Maker Festival 2027 – En by i bevægelse

Maker Festival 2027 samler generationer og fællesskaber om kreativitet, håndværk og teknologi. Festivalen er et udstillingsvindue for lokal produktion, maker-kultur og eksperimenterende design – og en platform for at vise fremtidens Jernbaneby frem indefra.

I 2027 vil festivalen:

- skabe åbne, midlertidige rum for kreativ udfoldelse i Jernbanebyen og resten af København,
- understøtte grønne løsninger og cirkulære materialestrømme,
- gøre bæredygtighed konkret gennem eksperimenter, workshops og levende bymiljøer,
- skabe møder mellem borgere, kreative, foreninger, iværksættere og uddannelser,
- styrke den kulturelle og kreative identitet i Københavns nye bydel.

Maker Festival er byens festival – en platform for kreativ dannelse, eksperimenter og entreprenørskab. Vi skaber magiske øjeblikke og fejrer nysgerrighed og innovation sammen med københavnerne.






# Byens idéer, materialer og mennesker i bevægelse

**Maker Festival 2027 tager udgangspunkt i fem overordnede temaer, der tilsammen afspejler Københavns kreative kraft, byens udvikling og de kompetencer, der bliver afgørende for fremtidens borgere:**

- *Den cirkulære by:* Hvordan materialer, ressourcer og viden kan bevæge sig i kredsløb – fra affald til værdifulde prototyper, produkter og løsninger.
- *Reparation, genbrug og genanvendelse:* En kultur, hvor ting får længere liv, og hvor borgere lærer teknikker, der gør dem i stand til selv at reparere, gentænke og forvandle deres ting.
- *STEM og teknologiforståelse:* Digitale værktøjer, kodning, elektronik og nye teknologier, der giver københavnere – især børn og unge – evnen til at skabe med både hoved og hænder.
- *Maker mindset – fra idé til prototype:* Håndværk, eksperimenter, prototyping og entreprenørskab, som styrker handlekraft og evnen til at omsætte tanker til noget fysisk.
- *Den producerende by:* En by, hvor produktion, værksteder, kreative fællesskaber og iværksætteri er tæt forbundet med hverdagslivet – og hvor Jernbanebyen bliver en ny platform for dette samspil.

**Jernbanebyen – et levende laboratorium for hovedtemaerne**

I 2027 kommer flere af temaerne til udtryk i Jernbanebyen, hvor Makers nye base i LITRA giver unikke muligheder for at vise, hvordan en ny bydel kan udvikle sig som et åbent, bæredygtigt og skabende miljø. Her kobles fremtidens byudvikling med borgernes egne idéer, teknologier, materialer og eksperimenter.

# 5 festivaler + 5 temaer
# = Maker Festival 2027




Antal besøgende: 500
Februar 2027
Geografi: Jernbanebyen

**Måltal 2027**

Besøgende: 27.500
Indholdsskabere: +40
Workshops: +20
Showcases: +20




Antal besøgende: 500
Oktober 2027
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV

DEN CIRKULÆRE BY

REPARATION, GENBRUG, GENANVENDELSE

STEM OG TEKNOLOGIFORSTÅELSE

MAKER MINDSET – FRA IDÉ TIL PROTOTYPE

DEN PRODUCERENDE BY




Antal besøgende: 1.000
Maj 2027
Geografi: Jernbanebyen




Antal besøgende: 500
September-Oktober 2027
Geografi: Jernbanebyen




Antal besøgende: 25.000
September 2027
Geografi: Valby Parken

# Copenhagen Light Festival

Jernbanebyen, KBH. SV

I 2027 skaber vi endnu en lysoplevelse, der bringer københavnerne ind i Jernbanebyens rum i vintermørket. Med teknologi, kunst og maker-metoder udvikler vi en installation, der viser bydelens transformation og potentiale.

**Lys i mørket – en ny oplevelse i Jernbanebyen**

I samarbejde med områdets aktører skaber Maker Festival en lysinstallation, der binder teknologi, kunst og fællesskab sammen. Oplevelsen bliver et midlertidigt offentligt rum, hvor publikum udforsker materialer, stemninger og fortællinger om fremtidens Jernbaneby.

500 deltagere. Beliggenhed: Jernbanebyen.



*Copenhagen Maker Festival 2024*

# Jernbanebyens Festival

Jernbanebyen, KBH. SV

I 2027 samler vi for første gang aktørerne i den nye bydel til en fælles bydelsfestival, der fejrer fællesskab, skaberkraft og fremtidens byliv i Jernbanebyen.

**En bydelsfestival for fællesskab og kreativ udvikling**

I samarbejde med områdets aktører som f.eks. friskolen, Banegaarden, CPH Village, Lendager Arkitekter, DSB m.fl. skaber vi en festival, hvor borgere kan deltage i åbne værksteder, byrumslaboratorier, genbrugsaktiviteter, miniworkshops og fælles eksperimenter. Med LITRA som base introducerer vi publikum til maker-metoder, cirkulære materialestrømme og nye idéer til fremtidens Jernbaneby.

4.000 deltagere. Geografi: Kbh SV



*SPOR10 Festival 2023*

# Ungdommens Folkemøde

Valby Parken

I 2027 skaber Maker Festival endnu en stærk MakerZone, hvor unge møder teknologi, bæredygtighed og FNs verdensmål gennem praktiske og kreative aktiviteter.

***Maker Zone – teknologi og fremtidens grønne løsninger***
Her kan unge arbejde med genanvendelse af plast, lokal produktion, digitale teknologier og cirkulære designprincipper. I samarbejde med ungdomsorganisationer, uddannelsesmiljøer, Verdensmål i Hænderne og lokale makere skaber vi et rum, hvor unge udvikler handlekraft og møder mennesker, der arbejder professionelt med fremtidens grønne løsninger.

25.000 deltagere. Geografi: Valby Parken



*Science show med Fablab RUC på UFM 2024*

# CAFx

Kødbyen, Kbh. V

Copenhagen Architecture Biennale har som mål at inspirere til grønne, levende og inkluderende byer, og i 2027 vil Maker Festival bidrage med en kurateret festivaloplevelse i vores nye faciliteter i Jernbanebyen. Deltagere fra hele København kan opleve, hvordan der i udviklingslaboratoriet arbejdes med at skabe bæredygtige løsninger til fremtidens boliger, byggeri og byrum. Vi ønsker at engagere mennesker i alle aldre gennem workshops og interaktive værkstedsformater, der bringer arkitektur og innovation tættere på borgerne.

**Arkitektur møder teknologi i Jernbanebyen**

Vi åbner LITRA som et udviklingslaboratorium, hvor besøgende kan deltage i workshops, talks, materialelaboratorier og fælles byggeprojekter. Her får publikum indblik i arbejdet med nye materialer, prototyper og cirkulære løsninger, der bidrager til udviklingen af fremtidens byer og fremtidens Jernbaneby.

500 deltagere. Geografi: Kødbyen, Vesterbro



*Hackathon om bæredygtigt byggeri med NEXT elever*

# Kulturnatten

Jernbanebyen, Kbh. SV

**Kulturnatten i København er fyldt med oplevelser, og Maker Festival i de nye faciliteter i Jernbanebyen bliver ingen undtagelse. Her træder besøgende ind i et univers af savsmuld, maskiner og materialer, hvor de kan prøve kræfter med teknologier og skabe deres egen unikke genstand at tage med hjem.**

Vi glæder os til at endnu en gang at skabe uforglemmelige oplevelser til børn, unge og voksne til kulturens aften. Til Kulturnatten transformerer vi LITRA til et interaktivt værkstedsunivers i samarbejde med en københavnsk uddannelsesinstitution.

**Kreativitet og interaktive oplevelser for alle aldre**
Vesøgende – børn, unge og voksne – kan arbejde med maskiner, materialer, lys, konstruktion og design og skabe egne små værker at tage med hjem. Husets medlemmer viser deres projekter frem og inviterer gæsterne med ind i den levende maker-kultur, der nu er en central del af Jernbanebyens nye byliv.

500 deltagere. Geografi: Kbh SV



*Udstilling, Kulturnatten 2025*

**Maker Festival er skabt af københavnere, for københavnere.**

Vi lægger vægt på åbenhed, inklusion og præsentation af innovativ teknologipraksis i krydsfeltet mellem teknologi, kunst, design og skaberkultur. Vi vil involvere og inspirere børn, unge og voksne til at tænke kreativt og løse problemer gennem eksperimentering. Vi ønsker at fejre nysgerrighed, kreativitet, entreprenørskab og dannelsen af praktisk og kreativ iværksætteri.

Sammen vil vi begejstre og blive begejstrede sammen med andre københavnere.



**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** Foreningen Maker |
| **CVR:** 36576871 |
| **Projektets navn:** Copenhagen Maker Festival 2027 |

| |
|---|
| **Projektperiode:** 1.1.2027 – 31.10.2027 |

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** (hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | 350.000 | 350.000 | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret | | | |
| a) Fog Fonden | 100.000 | 50.000 | Ansøges i Q3 2026 |
| b) Otto Bruuns Fond | 100.000 | 50.000 | Ansøges i Q3 2026 |
| c) Spar Nord Fonden | 50.000 | 50.000 | Ansøges i Q4 2026 |
| | | | |
| | | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Salg af drikkevarer, mv. | 5.000 | 5.000 | |
| b) Medfinansiering - Ungdommens Folkemøde | 113.000 | 113.000 | Er bevilget |
| c) Ungesporet - finansieret af Tuborgfondet | 160.000 | 0 | Er bevilget |
| **INDTÆGTER I ALT** | 878.000 | 768.000 | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Festivalledelse/projektledelse | 280,000.00 | 210.000 |
| Produktions- og afviklingsassistance (timer) | 70,000.00 | 90.000 |
| Revision og årsregnskab | 10,000.00 | 15.000 |
| Forsikringer | 15,000.00 | 15.000 |
| Forplejning, frivillige og makere | 30,000.00 | 25.000 |
| Person, inkl. overnatning | 10,000.00 | 15.000 |
| Materiel, udstyr og materialer | 50,000.00 | 75.000 |
| Grafisk arbejde, billed- og filmproduktion | 20,000.00 | 20.000 |
| Sociale Medier / website | 15,000.00 | 5.000 |
| Tryksager mm. | 12,000.00 | 5.000 |
| Webhosting | 2,000.00 | 2.000 |
| Sikkerhed og renhold | 7,000.00 | 5.000 |
| Materiel (kabler, tavler, borde. bænke, mv) | 15,000.00 | 5.000 |
| Småanskaffelser (eks. udendørs rammesætning) | 45,000.00 | 17.600 |
| Scenografi og publikumshåndtering | 5,000.00 | 10.000 |
| Åbne Værksteder | 115,000.00 | 80.000 |
| Workshops | 90,000.00 | 75.000 |
| Showcases | 35,000.00 | 35.000 |
| Talks | 14,000.00 | 25.000 |
| Uforudsete omkostninger (5%) | 38,000.00 | 38.400 |
| **UDGIFTER I ALT** | **878.000** | **768.000** |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | **0** |

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn:** Foreningen Maker |
| **CVR:** 36576871 |
| **Projektets navn:** Copenhagen Maker Festival 2027 |

| |
|---|
| **Projektperiode:** 1.1.2027 – 31.10.2027 |

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** (hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | 350.000 | 350.000 | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret | | | |
| a) Fog Fonden | 100.000 | 50.000 | Ansøges i Q3 2026 |
| b) Otto Bruuns Fond | 100.000 | 50.000 | Ansøges i Q3 2026 |
| c) Spar Nord Fonden | 50.000 | 50.000 | Ansøges i Q4 2026 |
| | | | |
| | | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| a) Salg af drikkevarer, mv. | 5.000 | 5.000 | |
| b) Medfinansiering - Ungdommens Folkemøde | 113.000 | 113.000 | Er bevilget |
| c) Ungesporet - finansieret af Tuborgfondet | 160.000 | 0 | Er bevilget |
| **INDTÆGTER I ALT** | 878.000 | 768.000 | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Festivalledelse/projektledelse | 280,000.00 | 210.000 |
| Produktions- og afviklingsassistance (timer) | 70,000.00 | 90.000 |
| Revision og årsregnskab | 10,000.00 | 15.000 |
| Forsikringer | 15,000.00 | 15.000 |
| Forplejning, frivillige og makere | 30,000.00 | 25.000 |
| Person, inkl. overnatning | 10,000.00 | 15.000 |
| Materiel, udstyr og materialer | 50,000.00 | 75.000 |
| Grafisk arbejde, billed- og filmproduktion | 20,000.00 | 20.000 |
| Sociale Medier / website | 15,000.00 | 5.000 |
| Tryksager mm. | 12,000.00 | 5.000 |
| Webhosting | 2,000.00 | 2.000 |
| Sikkerhed og renhold | 7,000.00 | 5.000 |
| Materiel (kabler, tavler, borde. bænke, mv) | 15,000.00 | 5.000 |
| Småanskaffelser (eks. udendørs rammesætning) | 45,000.00 | 17.600 |
| Scenografi og publikumshåndtering | 5,000.00 | 10.000 |
| Åbne Værksteder | 115,000.00 | 80.000 |
| Workshops | 90,000.00 | 75.000 |
| Showcases | 35,000.00 | 35.000 |
| Talks | 14,000.00 | 25.000 |
| Uforudsete omkostninger (5%) | 38,000.00 | 38.400 |
| **UDGIFTER I ALT** | **878.000** | **768.000** |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | **0** |

**Kommentarer/forbehold:**

- Aftalen med Ungdommens Folkemøde er indgået
- Fondene søges i løbet af Q1 + Q2 2027. De pågældende fonde har tidligere udvist interesse for at støtte op om Copenhagen Maker Festival.
- Ungesporet er aktivitetspartner ift. Jernbanebyens Festival. Allerede finansieret.

**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn: Pleasure Control** |
| **CVR: 39873419** |
| **Projektets navn: Refractions Festival på Prøvestenen** |

| |
|---|
| **Projektperiode:** *Fra 2027.01.01 til 2027.12.31* |

| **Indtægter** | **Budget 2027** | **Budget året før** | |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **700.000 kr** | | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | 19.000kr | 9000kr | Beviliget(2026)<br>Ansøgt(2027) |
| a)Tuborg fondet | 100.000kr | 298.000kr | Beviliget(2026)<br>Ansøgt(2027) |
| b) Wiliam demant fonden | 100.000kr | 191.600kr | Ansøgt(2026)<br>Ansøgt(2027) |
| Nordea Fonden | 200.000kr | 200.000kr | Ansøgt(2026)<br>Ansøgt(2027) |
| Statens Kunst Fond | 100.000kr | 100.000kr | Ansøgt |
| Koda Projekt puljen | 100.000kr | 100.000kr | Ansøgt |
| Billet, bar, bad, camping, mad-indtægt(Refractions Festival) | 4.321.000kr | | |
| Øvrige indtægter, specificeret(pop-ups events, Distortion, Copenhell osv) | 184.000kr | 154.670kr | estimat |
| b) | | | |
| c) | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **5.824.000kr** | **452.670kr** | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| Løn og honorarer(artister og produkion crew) | 3.000.000kr | 117.470kr |
| Konsulentudgifter til brand, badzone, sikkerhed, marketing osv | 121.000kr | |
| Materialeudgifter | 900.000kr | 298.000kr |
| Transportudgifter | 34.000kr | |
| Opholdsudgifter til hovednavne | 44.000kr | |
| Fortæring, herunder møder | 15.000kr | |
| Diverse repræsentation | 50.000kr | |
| PR og markedsføring | 184.000kr | |
| Kontorhold & lager | 276.968kr | 37.200 |
| Revisionshonorar | 89.000kr | |
| Øvrige udgifter, specificeret(Koda,forsikring, uforsete omk) | 100.000kr | |
| a)Klargørelse af Prøvestenen og etablering af infrasktruktur | 500.000kr | |
| b)Etablering af badezone | 500.000kr | |
| c) Lønninger af projektledelse | 760.000kr | |
| **UDGIFTER I ALT** | **5.824.000kr** | **452.670kr** |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **0** | **0** |

**Kommentarer/forbehold: Budgettet for 2026 er et estimat med de events der er bekræftet.**

REFRACTIONS FESTIVAL –Festival i nyt kulturrum i København
– KUNST, SIDEQUESTS, CAMPING, POP-UP EVENTS, FÆLLESSKAB OG FØLELSEN

Kontaktoplysninger:
Ansøger: Pleasure Control
CVR nr: 39873419 (ikke moms-registreret)
Kontaktperson: Kevin Jessen (tlf: 34448050, 91403480)
Adresse: Haraldsgade 12a, 3. th, 2200 Kbh N

## BAGGRUND

*Hvem vi er - vores historie*

I 2018 gik fire venner sammen om at skabe et fællesskab i nogle forladte fabrikslokaler i København. Det skulle være en modkultur på det, der foregik i det københavnske natteliv, der bar præg af en usund kultur, hvor voldelig,krænkende eller grænseoverskridende adfærd var normaliseret. Det bar præg af en manglende repræsentation af kvinder, queers, non-binære og minoriteter. Det bar præg af manglende vidensdeling og samarbejde på tværs af communities . Samtidig buldrede Københavns egen lyd frem på den elektroniske scene: "Copenhagen Fast Techno", blev det døbt og opnåede lokal og international anerkendelse. Vi oplevede en københavnsk elektronisk scene under opblomstring, men domineret af en hård techno scene. Arrangementerne bar præg af en individualistisk adfærd; ingen kom hinanden ved - "kun mig og musikken" - og der manglede samhørighedsskabende elektroniske arrangementer.

Derfor ville vi skabe et rum hvor man ikke bare var gæst, men medskaber i øjenhøjde. Et rum hvor man fejrede sonisk og menneskelig diversitet, inklusion og samarbejde på tværs af organisationer. Et rum hvor grænsesøgende kreativitet, vidensdeling og saferspace policies er et bærende element i vores fællesskab.

Det fællesskab blev til en forening og kollektivet Pleasure Control. På 2 år afholdt vi 10 events på 8 forskellige lokationer i København. Fra dengang til nu, har vores events været gennemsyret "gør-det-selv-kultur", diversitet, fællesskab og skabertrang samt høje ambitioner for videreudvikling af vores virke, skridt for skridt. Inden for de første 2 år gik vi pludselig fra 4 til 18 ildsjæle, med ekspertise inden for produktion, projektledelse, lysdesign, scenografi, kunst, grafisk design, lydproduktion, AV-opsætning og frivilligkoordination. Kompetencer som vi har leveret til bl.a. større arrangementer som Strøm Festival, Distortion, Copenhell, Roskilde Festival, Frigjort Festival, Grasp Festival, Kune Festival, Click Festival og Hvidovre Kommune.

## RESULTATER

*Hvad vi har opnået gennem årene i kultur- og event i København*

Herfra har vi mellem 2020-2026 formået at sætte et kæmpe præg på København gennem en lang række initiativer inden for fællesskabsdannelse, kultur, kunst, musik og natteliv.

1)2020: WE WILL DANCE AGAIN: Kampagnen startede under Covid-19 til dels fordi vi var nødt til at være nytænkende i hvordan vi fik stillet vores skabertrang, og til dels fordi man så en alarmerende stigning i mistrivsel blandt befolkningen grundet manglende fællesskaber. I foreningen følte vi et socialt ansvar i at italesætte og påminde folk om alt det de savnede. At det var en midlertidig tilstand vi var i og at vi på et tidspunkt kommer tilbage til normale omstændigheder. Det udmøntede sig i en række interviews med en række prominente stemmer inden for den københavnske elektroniske scene om bl.a. natteliv, safer-space, sex-positive events, rave-kultur og andre emner, alt sammen produceret af foreningens medlemmer.

2) 2020: Pleasure Control x Åben Festival: En 2- dages festival i Tunnelfabrikkens 5478 kvm store hal. Udover produktionen og drift i det 27

m høje lokale, præsenterede vi tre unikke og store lyskunst-installationer, to performances og en interaktiv A/V installation som var 20×6m. Vi havde naturligvis også et musikprogram til at matche eventet.

3) 2021: ETERNITY WELLS: En kunstinstallation på Copenhagen Light Festival, som bestod af 6 beton cylindere som repræsenterede de 6 stadier i livet. Dette blev formidlet ved hjælp af højtalere, mikrocomputere, sensorer, lyd, lys, interaktive spejle og et unikt soundscape lavet af Mikael Tobias. Hver betoncylinder aktiverede en del af soundscapet, ved at publikum kiggede ned i dem. Det var derfor først når der nok mennesker, at man kunne høre hele soundscapet i det fulde lydbillede og harmoni.

4) 2022: Elektronisk musikarrangement kun med artister af anden etnisk herkomst end dansk. Et vigtigt arrangement, fordi vi generelt mener, at der ikke er nok fokus på artister med anden etinisk baggrund på den elektroniske scene i København. I denne periode startede vi en platform kaldet Mix Control, for vækstlagsartister, hvor vi optager og publicerer DJ-sets for at give nye stemmer eksponering.

5) 2023: Pleasure Control: VENERA. En 1-dags festival på Tycho Brahe Planetarium. Udover produktion og drift stod vi for at præsentere vores 180° site-speficick A/V installation, en interaktiv installation af Svend Sømod, talks om natteliv og AI, et fuldt femme lineup med SØS Gunver Ryberg, Ida Aya, PARAMIDA og Courtesy i anledningen af kvindernes internationale kampdag. Alt dette blev afviklet og nulstillet med militærlignende præcision i planetariets lukketid mellem 20:00 - 09:00 og med den tillid at vi ville passe på det ikoniske sted og selvfølgelig den uerstattelige månesten fra Apollo-17 missionen til en estimeret værdi af 85 millioner kroner.

6) 2023: Pleasure Control fik i samme periode også mulighed for at etablere et midlertidigt kulturhus på Laplandsgade på Amager, i et gammelt savværk. Det var en fantastisk mulighed i en tid med stigende boligpriser og mangel på lokationer og venues til at skabe kulturevents og fællesskaber i øjenhøjde med ligesindede unge kulturaktører og kreative mennesker i København. Kulturhuset fik navnet Motopol og her faciliterede vi bl.a. at andre aktører kunne samarbejde og bruge venuet til at præsentere deres kultur og fællesskab. Vi afholdt over 40 events; film-festival om klima, kunst- og håndværksmarked, Techno Yoga, Pride event, workshops, koncerter, ball-room events, community dinners, mode show, fundraisers, trans-separatistisk event, dancehall/reggae event, DnB events, lydbad events, raves, indie pop events, fejring af chiles nationaldag, og kunstinstallationer.

Kulturhuset var frivilligdrevet og tiltrak mange unge som enten på grund af ensomhed eller mistrivsel, manglede fællesskab og tilhørsforhold. Den stigende mistrivsel blandt unge og manglende fællesskaber, gjorde at vi blev nødt til at tage skridtet videre og implementere et socialt aspekt i Pleasure Control, da vi føler at vi har et socialt ansvar: Vi skal rumme alle slags medlemmer og facilitere en platform for dem, hvor de kan udvikle og dygtiggøre sig. Det kan bl.a. være inden for uddannelse, sprog, økonomi, håndværk, lys, lyd, musik, og A/V, kunst, projektledelse, kreativ proces, kommunikation og sociale kompetencer. Med de simple regler at man deltager og tilføjer positivt til fællesskabet og bidrager med det man kan. Hvis man har en idé, så hjælper man hinanden med at realisere det, som et fællesskab. Det har resulteret i at flere af vores medlemmer har skabt karrierer som lysteknikere, projektledere, programmører, grafiske designere, dj's, artister m.m.
Motopol lukkede i januar 2024 grundet støjklager fra naboer, men dens eksistensgrundlag og betydning for den københavnske kultursektor og kulturaktører var umiskendelig, hvilket understreger at der fortsat er behov for nye byrum til at skabe kultur og afholde events.

Siden Motopol har vi ikke haft et fast sted til fortsat at skabe en platform for de events vi ønskede. Derfor søgte vi tilbage til festival-formatet. DSB-ejendomme lånte os et lokale på Flintholm St. Her afholdt vi et event, kaldet

Trainspotting, som var med til at finansiere startkapitalen til vores næste festival. Den kom til at hedde Refractions Festival.

7) 2024: Første udgave af Refractions Festival blev afholdt i det gamle 2000 kvm automobilhus på Østerbro nu kaldet Artmaze. Festivalen forvandlede bogstaveligt talt lokalerne til en labyrint, der blev levende med mennesker, fotoudstillinger, interaktive instrumenter, madbod, sanselige kunstinstallationer og musik fra både lokale og internationale artister. Det bragte et diverst og inkluderende publikum sammen til to varme dage i november måned. Tre scener, omkring 2.500 deltagende over 2 dage og 29 optrædende artister fra ind- og udland.

Festivalen overgik alle vores tidligere koncepter med tilføjelsen af "Sidequests" — små, kuraterede afstikkere inspireret af gaming. Her kunne publikum tage del i aktiviteter og træde ind i forskellige rum, miste tid- og stedfornemmelse, og genopstå med nye erfaringer, tatoveringer, malerier, outfits eller nye bekendtskaber. Publikum blev aktivt inviteret til deltagelse og udforskning, hvilket gjorde festivalen sanselig, uforudsigelig og engagerende.

Udover succesen med den første udgave af Refractions, blev det også på mange måder en ilddåb, og en forløber til den næste forbedrede og udvidede udgave af Refractions Festival, vi vil skabe - med hjælp fra Københavns Kommune.

## PROJEKTBESKRIVELSE

Refractions Festival 2027 skal være en skalering af vores første udgave Refractions Festival. Vi bevæger os indendørs til udendørs og skaber en flerdages open-air-festival på Prøvestenen på Amager d. 4.–7. August 2027. Der vil være camping, sidequests, fællesskaber, kunst, madboder, følelsen, pop-up events og ikke mindst et diverst musikprogram afviklet på flere scener. Scenerne skal hver især præsentere indholdet på forskellige måder og udfordre publikummet:

## FØLELSEN

Festivalens identitet

Vi er baseret på Nørrebro. Gennem årene har vi altid haft kulturelle aktiviteter og arrangementer i København. Vi elsker byen og det er naturligt for os at forankre festivalen i følelsen. Du kender København om sommeren. Du kender Følelsen. Du føler det, når du sidder ved Dr. Louises Bro i høj solskin, hopper i vandet på Islands Brygge, bader i Nyhavn efter en bytur, cykler langs søerne, nyder en øl på Christianshavn, tager en bådtur i havnen eller sidder på en af de mange dejlige cafeer med udendørsservering.

Det er med følelsen, at man nyder Refraction Festivals musik
Det er med følelsen når du ser ud over det glitrende vand i Københavns Havn
Det er med følelsen, at du nyder festivalens kunst
Det er med følelsen at du lægger dig i græsset og lukker øjnene, mens du tager en slapper fra musikken

Følelsen er festivalens sjæl og stemning. Den krammer og omkranser festivalens identitet. Med følelsen er Refractions Festival en hyldest til den ærke københavnske følelse i os alle sammen, når solen skinner og solsortene synger.

MUSIKPROGRAMMERING

Scene 1: En mindre scene som har fokus på kulturen omkring lydsystemer. Her vil vi invitere et højtaler fællesskab ved navn af Raze fra England, til at bygge en væg af højttalere og præsentere en mere sanselig og fysisk koncertoplevelse. Scenen kommer til at have en minimalistisk lys-produktion.

Scene 2: Vi har en ambition om at bygge en lidt større 360º scene med referencer fra tidligere scenografiér. En stillads struktur i to etager, hvor publikum kan danse bag ved artisten og med en masse gamle bærbare computere der former en rund videovæg som der aktivt kan afvikles visuals på. Dette skaber en mere intim oplevelse for publikummet.

Scene 3: Denne scene skal være mere konventionel, dog med havet som bagtæppe. Her er der tale om en turnévenlig scene med faciliteter der skal kunne huse vores største og mest krævende artister. Vi vil forsøge at planlægge hovedbookingerne på denne scene så tæt på solnedgangen som muligt, for at facilitere den helt rigtige magiske stemning, der kommer når man hører musik ude i de fantastiske sommeraftener i København.

Scene 4: En mindre scene hvor radio-fællesskaber kan kuratere og transmittere live. Hvor der kan afholdes talks og workshops. Scenen skal fremme interaktion og bevægelse via publikum, da der er en bevidsthed og opmærksomhed på, at de bliver optaget. Både video og audio bliver lagt op på nettet og vil blive brugt til næste års festivals promotion.

De personer, der skal stå og optræde på scenerne, skal være med til at repræsentere København og tiltrække en bredere demografi. Derfor vil vi udvide musikprofilen med et nyt fokus på danske live acts.

Vi har nogle bestemte hovednavne vi vil gå efter i år:

Kind mod Kind, Eros for you, Coco O, Jada, Ice age, Julie Pavon, Brimheim, Smag på dig selv!, Spleen united, Turboweekend, Tonser, Aphaca, SMERZ, Trentemøller.

Hovednavne vi også er interesseret i, som er tættere på den eksisterende elektroniske musikprofil:

Honey Dijon, Moby, Paramida, Sam Alfred, Nooryiah, Courtesy, Authentically Plastic, DJ Slugo, Horsegiirl, DJ Stingray, KI/KI, VTSS, Jeff Mills, Underworld, Chemical brothers.

Derudover skal der være nogle mindre supportere, acts og plads til andre fællesskaber kan kuratere musik, for igen at fremme fællesskab.

AKTIVITETER & OPLEVELSER
Kunst, Sidequests, Mad, Popup events

For nogle mennesker, er fire festivaldage udelukkende med druk og musik lang tid. For andre er det ikke. For os er det vigtigt at facilitere en sund festivalkultur og aktiviteter man kan nyde uden alkohol og som foregår i ens eget tempo. Aktiviteter hvor man kan interagere med venner eller fremmede mennesker, i et legende og let univers:

1) Kunst kan mange ting, og derfor er det vigtigt for os, at have det med på festivalen. De fleste af vores installationer er designet til at være interaktive med flere deltagere, for at nudge publikummet til at interagere med hinanden og lege. Vi har tidligere samarbejdet med studerende fra AAU og andre fællesskaber, og tænker det vil give mening at gøre det igen til festivalen i 2027.

2) Arrangementet udfordrer den gængse måde at gå til en festival på, hvor gæsten ikke “bare” kommer for at høre en DJ eller et live act, men bliver en

del af et oplevelsesunivers, som vi bygger op fysisk, med både musik og kunst. Oplevelserne faciliteres af lokale aktører, kunstnere m.m. De får en platform til at fremvise samt inddrage gæsterne i deres egne kunstneriske universer. Dermed løfter vi niveauet for en musik- og festivaloplevelse

3) Pop-up events afholdes også under selve festivalen hos lokale samarbejdspartnere som hoster en workshop. Vi har tidligere talt med AIAIAI om dette. Samtidig vil vi bruge pop-up events som et marketing greb og skabe opmærksomhed ved at lave en" take-over" og  live transmittere med kurateret lineup af vores samarbejdspartner.

4) Mad er en vigtig del af festivaloplevelsen og en god måde at formidle kultur på. Derfor er det vigtigt for os at have et spændende udvalg af lokale- og multikulturelle madtilbud på selve festivalen. Vi har tidligere samarbejdet med lokale restauratører såsom Fabro, det vil vi gøre det igen. Ved at facilitere rabatkoder til flere forskellige steder, for at give vores gæster mulighed for at opleve alle de fantastiske madoplevelser København har at tilbyde.

5) Badezone - Det er den unikke følelse København har, som vi skal videreformidle til et internationalt publikum. For yderligere at bidrage til følelsen, vil vi rent praktisk facilitere en badezone efter de anvisninger By & Havn har, i samarbejde med Københavns kommune og Hovedstadens Beredskab.

FRIVILLIGHED
Hvordan vi engagerer frivillige til festivalen

Udover aktiviteter skal festivalen i år rumme 1000 gæster pr dag, 400 camping gæster alle 4 dage og 70+ artister. Produktionen involverer et core-team af faste arrangører og medlemmer af Pleasure Control, 11 professionelle scenetekniker samt 150 frivillige fordelt på opbygning, drift, hospitality, sikkerhed, bar, mad, afvikling, logistik, teardown.

Alle de frivillige og ildsjæle kommer ikke af sig selv, der skal vi som organisation kunne tilbyde dem noget. De fleste ildsjæle kommer for fællesskabet, andre kommer for at få mulighed for at udtrykke dem selv kreativt via fællesskabet og festivalen. Det er svært at give alle disse muligheder under selve festivalen, da det er de svære opgaver der afvikles af ildsjælene og mindre spændende opgaver af de frivillige. Derfor er det vigtigt at vi har mindre events fordelt ud på resten af året, for at teste, samarbejde, opkvalificere og generelt have det sjovt som forening.

Et af de events er Copenhell, hvor vi som forening er med og bliver betalt for at bemande, rekruttere og koordinere 55 frivillige til armbåndspåsætning og kontrol af de 40.000 gæster. Det er et sted hvor vi lærer meget om hvad det kræver at drive en festival, og et sted hvor vi kan dyrke vores eget fællesskab når vi har fri og se koncerter sammen. Udover det giver vi muligheden for de frivillige ildsjæle der deltager, at have indflydelse på hvad pengene skal bruges til(udstyr, rejser, faciliteter) dette er med til at fremme engagement.

Et andet event er Distortion street party, hvor vores forening hvert år holder en gadefest i de københavnske gader. Sidste år havde vi 4000 mennesker der oplevede vores fest i Folkets Park. Det er også en lærerig oplevelse for os, hvor vi øver os i at stordrifte barsalg, sikkerhed, renhold og afvikling. Her kan vi bagefter, som forening, holde fri og dyrke vores fællesskab på resten af festivalen

Udover det er der et arbejde i gang med kommunen om nye lokationer, hvor vi vil skabe mulighed for at præsentere internationale fællesskaber, og øve os i at samarbejde om at skabe unikke events, så vi er klar til selve festivalen.

## FESTIVALENS RELEVANS FOR KØBENHAVN

Når Prøvestenen omdannes midlertidigt til en festivalplads, demonstrerer vi hvordan midlertidige kulturelle aktiviteter kan tilføre liv og opmærksomhed til bydele under udvikling. Den tekniske infrastruktur dokumenteres og kan anvendes af andre kulturaktører. Gennem mentorforløb, workshops og Pleasure Controls fokus på unges trivsel, udvikler unge og frivillige kompetencer inden for bl.a. projektledelse, lyd- og lysproduktion, hvilket øger kapaciteten i Københavns kulturliv. Samlet set leverer Refractions ikke blot kunstneriske og kulturelle oplevelser, men skaber varige forbedringer i lokal kultur, fremmer mangfoldighed, styrker netværk og samarbejde samt understøtter byens kulturelle bæredygtighed og dynamik.

Ved at aktivere nye aktiviteter i et relativt ubrugt byrum, har vi en unik mulighed for at positionere København som en skandinavisk by, hvor kulturlivet i flere lag ikke kun bliver styret af udenlandske monopoler og udelukkende kommercielle aktører. Her bliver plads til at vækstlagsaktører kan starte småt og vokse sig store til bæredygtige institutioner såsom Roskilde Festival.

Ved at Festivalpuljen muliggør projektet og vi inddrager lokale, nationale og internationale aktører, positionerer Refractions Festival sig som et kreativt fyrtårn i byen og som et samlingspunkt. Det styrker det københavnske kulturliv, fremmer flere fællesskaber, fremmer nye samarbejder og gør byen mere divers som kulturmetropol. Festivalen er også tilgængelig for mennesker fra Fyn, Bornholm, Jylland og andre lande, da vi vil være den eneste festival i København med camping (udover Live Nation) hvor man også har mulighed for at cykle rundt og opleve byen.

Muligheden for at campere betyder, at dele af vores marketingstrategi vil være at sælge København som en destination i de nye markeder. Det vil være vores job at formidle, hvad der gør København til en unik storby og turistdestination. Vi vil sørge for at vores gæster oplever København ved at sende dem rundt i byen for at opleve pop-up events, discounts hos samarbejdspartnere, fællesmiddage og andre side-quests.

For at opnå målet om at tiltrække et bredere publikum kræver det:

- At vi har infrastruktur til at varetage sanitets forhold til de camperende gæster. Derfor har vi valgt at samarbejde med GODIK og fundet en løsning på hvordan vi pumper spildevand og rent vand 800 meter, til eksisterende kloakeringen/forsyning. Derudover kan vi gennem samarbejdet med GODIK tilbyde vores gæster færdigopstillede, både genanvendelige normale telte og glamping telte. Dette medfører at gæsterne ikke skal tænke på andet end at møde op og deltage i festivalen. Dette vil også tiltrække en lidt ældre demografi.

- At vi har ressourcer til at betale for målrettet markedsføring i andre lande med lang eksponering. Samtidig skaber vi samarbejdsaftaler med internationale fællesskaber ligesom RAZE. De skal agere som ambassadører i de lande vi markedsfører i. Fællesskaberne bliver inviteret med til at bygge festivalen op, optræde eller kuratere på festivalen. Dette skal virke som endnu et led i vores marketingplan for festivalen sammen med artist features, artikler i Ibyen, playlister, betalte artikler, Meta reklamer, flyers og plakater. Derudover vil vi udnytte, at det er modeuge og at der er mange influencers i København, som imod eksponering kan få en gratis billet.

- Skarpere og mere strategisk indhold. Vi vil benytte festivalens to første dage, som foregår i hverdagene, til at booke større navne, til færre penge. Dette vil skabe mulighed for at artisterne kan have en længere layover og opleve den københavnske sommer, inden de skal videre og optræde i næste by fredag eller lørdag. Vi vil også have et fokus på større danske artister i weekenden, for at nå et bredere publikum.

BÆRERDYGTIGHED

Refractions festival er i udvikling og vi vil gerne have et større fokus på bæredygtighed.

Det skal være en integreret del af planlægning og drift — både miljømæssigt, økonomisk og socialt. For os handler bæredygtighed ikke alene om klimaaftryk, men også om at skabe ordentlige arbejdsvilkår og et sundt frivilligmiljø. Vi ønsker at skabe et ansvarligt og attraktivt festivaltilbud.
Miljømæssige tiltag

▪ Energiløsninger: Vi reducerer fossilt energiforbrug ved at skifte dieseldrevet generator ud med batteridrevet solcelleanlæg til dele af teknisk udstyr og pladsbelysning.

▪ Genbrug og reparation: I stedet for at købe nyt A/V-udstyr anvender vi genbrugte skoleprojektorer og reparerede computerskærme til kunstinstallationer og scenekunst, ligesom meget af dekoration og scenografi genanvendes eller fremstilles af genbrugsmaterialer.
Fødevarer: Vi stiller krav til madboderne om at have mindst én vegansk ret og opfordrer til klimavenlige råvarer og bæredygtig emballage.
Affaldsreduktion: Vi arbejder målrettet på at reducere engangsservice, herunder udvikling af et pantsystem eller andre løsninger, der mindsker forbruget af engangs plastik.

▪ Social og organisatorisk bæredygtighed
Arbejdsmiljø og frivillige: Bæredygtighed inkluderer et ordentligt arbejdsmiljø for alle involverede. Vi sikrer tydelige arbejdsroller, pauser og forplejning til frivillige. Vi sørger for et trygt og sjovt arbejdsmiljø, hvor der skal være plads til alle samt ressourcer afsat til inddragelse af medlemmer og frivillige i festivalens indhold.

▪ Økonomisk bæredygtighed: Vi arbejder økonomisk ansvarligt ved at prioritere genbrug og langsigtede investeringer i brugbart udstyr, der mindsker gentagne omkostninger. Dette styrker festivalens robuste drift og muligheden for geninvestering i næste års produktion. Vi har bl.a. Modtaget fondsmidler fra Tuborgfondet til at købe musikanlæg for. Her valgte vi at købe et brugt musikanlæg, der er skalerbart til mange forskellige scenarier.
Adfærdsincitamenter: For at sikre orden og reducere affald indfører vi et depositum for campister, som tilbagebetales ved ryddeligt afviklet campingområde. Depositummet tilbageholdes, hvis området ikke er afleveret i ryddet stand.
Der tilbydes udlejning af opsatte glamping og miljøbevidste telte. Dette tilbud skal nedsætte brugen af “engangs-telte”.

## LIGESTILLING

Ligestilling, mangfoldighed og diversitet ligger dybt i Pleasure Controls identitet og en af grundene til at Pleasure Control blev til en forening i 2018, var netop at støtte op om dette. Derfor ligger det helt naturligt for os, at Refractions Festival skal være en inkluderende og mangfoldig festival hvor stemmer, der ofte er underrepræsenterede i den etablerede festival- og klubscene, får synlighed og plads. Vi vil aktivt fremme både kønsbalance og etnisk repræsentation i bookinger, program og organisatoriske roller, så festivalen afspejler Københavns sammensatte befolkning. Vi fortsætter naturligvis vores bookingpolitik med minimum 50 % kvinder og non-binære samt aktiv rekruttering af artister med anden etnisk herkomst. For at sikre mangfoldighed i hele festivaloplevelsen inviterer vi madboder fra forskellige dele af verden og prioriterer lokale mad-entreprenører fra minoritetsmiljøer som f.eks. Send flere krydderier.

## VIGTIGE SAMARBEJDSPARTNERE

Vigtige Samarbejdspartnere

KFP (Klubkulturens frie platform) blev etableret i 2021, idet flere arrangører ligesom os kunne se et behov for at organisere sig.

Formålet var at skabe bedre vilkår for klubkulturen og sætte fokus på grænseoverskridende adfærd i nattelivet. Initiativet resulterede i en fælles platform, hvor vi kunne dele viden, støtte hinanden og tale med en samlet stemme over for politikere, myndigheder og kommunen.

Arbejdet i KFP har blandt andet ført til:

- Repræsentation i nattelivsudvalget

- En undersøgelse af grænseoverskridende adfærd i nattelivet i samarbejde med Sex & Samfund

- En studietur til Berlin med deltagelse af kommune og politikere for at hente inspiration til løsninger på lignende udfordringer

- Et vidensudvekslingsbesøg i Danmark fra Clubcommission (den tyske pendant til KFP)

- Politisk opbakning til etablering af open air-zoner og flere venues
En rundspørge om forholdene i byen gennemført i samarbejde med kommunen og VibeLab

- Udover KFP er Københavns Kommune en vigtig samarbejdspartner, da vi bl.a. har ambitioner om at udvikle en permanent badezone i samarbejde med Københavns Kommune og med midler fra Realdania.

HVAD SKAL MIDLERNE BRUGES TIL

Hvad skal midlerne bruges til

Efter vi har fået alle de gældende tilladelser, skal midlerne starte en kædereaktion i form af:

1) Foreningens medlemmer indkaldes og inddrages i et møde omkring bookinger, hvor hovednavne fremlægges og medlemmerne kan komme med inputs

2) Booking fee´s til hovednavne betales, så vi kan forberede grafikken til annonceringen.

3) Processen for marketingstrategien for alle artister, samarbejdspartnere, pop-up events og fællesskaber konkretiseres og bliver et årshjul.

4 )Aftaler med underleverandører der leverer kritisk infrastruktur underskrives og planlægges ind i et flowchart for festivalens logistik

5 )Grafiker betales for færdiggørelse af nyt design for festivalens SoMe, hjemmeside og plakater

6 )Festivalen offentliggøres på SoMe og Meta Ads betales til at fokusere vores offentliggørelse på de byer, demografier vi har valgt. Artister, samarbejdspartnere, ildsjæle, frivillige og fællesskaber re-poster på aftalte tidspunkter og spreder ordet om Københavns nye sommerfestival.

Det er de indledende poster vi skal bruge midlerne fra Festivalpuljen på, derudover vil en stor del af midlerne gå til at forberede grunden til det vi skal bygge på den, oprettelse af badezone, byggematerialer, bookinger og omkostninger forbundet med marketing.

Tak for jeres opmærksomhed, vi håber at I er lige så entusiastiske omkring projektet som vi er. Vi glæder os at høre fra jer.

# Ansøgning om støtte

## Festivalpuljen Københavns kommune

2027




### Projekttitel

Ansøgning til udvikling og afvikling af Talk Town Festival 2027

### Ansøger

**Kvinderådet**
Niels Hemmingsens Gade 10,
1153 København, Danmark

Talktown@kvinderaad.dk
+45 22 20 23 15

CVR: 1308 0313

Momsregisteret: Nej

## Projektbeskrivelse

I forbindelse med Talk Town Festival 2027 ansøger Kvinderådet hermed Festivalpuljen Københavns kommune om støtte til at udvikle og afvikle Talk Town Festival 2027. Vi ansøger om **300.000 kr**. til at videreudvikle og styrke Talk Town Festival i 2027 som en bæredygtig platform, der fremmer demokratisk deltagelse og skaber rum for meningsfulde samtaler om ligestilling, feminisme og fundamentale rettigheder.






## Hvad søger vi støtte til?

Vi søger konkret midler til at styrke **inklusion, repræsentation og bred rekruttering af unge** som både medskabere og deltagere til Talk Town 2027. Dette indebærer ansættelse af en ung projektleder med særlige kompetencer inden for ungedrevne projekter med fokus på medskabelse og inklusion. Derudover søger vi midler til at udvikle **nye kreative samarbejder** herunder med en partner som f.eks. Flowerism Studio, der arbejder med bæredygtige blomster. Formålet er at skabe en stærk visuel identitet for festivalen gennem genanvendelige dekorationer til scener og lokaler, som kan videreudvikles og suppleres i de kommende år. Vi søger desuden midler til **honorarer** for at sikre stærke og nye musikere, talere, kunstnere og stemmer til programmet, der supplerer vores open call for aktører. Dette vil styrke festivalens aktualitet og sikre bred repræsentation på programmet. Endelig søger vi midler til afholdelse af en **fællesskabende langbordsmiddag** i samarbejde med en bæredygtig madaktør som f.eks. Helene Forchhammer. Middagen skal styrke relationer mellem aktører, samarbejdspartnere, medskabere og deltagere. Som et led i vores inklusionsprincipper vil måltidet være vegetarisk, med mulighed for vegansk, og gratis for alle deltagere.

# Københavns demokratiske festival for køn, ligestilling og feminisme

Talk Town Festival har gennem et årti været en platform for samfundsdebat om rettigheder, køn og ligestilling. Siden festivalens start har Kvinderådet været medskaber af og haft et stærkt samarbejde med Talk Town, og i 2024 overtog Kvinderådet det fulde ansvar for festivalen, da Talk Town ønskede at nedlægge sig selv som selvstændig forening. Festivalen er nu landet godt hos Kvinderådet, og i 2027 har vi det organisatoriske overskud til at videreudvikle og styrke festivalens kvalitet og originalitet, både indholdsmæssigt og udtryksmæssigt. Dette sker igennem bæredygtige formater og inddragelse af unge medskabere af festivalen, hvilket er i direkte tråd med festivalens demokratiske og nyskabende DNA.

Talk Town adresserer hvert år nye og aktuelle udfordringer ved at facilitere debatter, dialoger og kulturelle oplevelser, der har til formål at sætte fundamentale rettigheder og ligestilling på dagsordenen. Talk Town er en platform, der styrker demokratiske værdier og sammenhængskraft på tværs af køn, kultur, etnicitet, handicap, alder og samfundslag. Festivalen er gratis, åben for alle og tilgængelig for mennesker med særlige behov så som fysiske handicap eller andet.

For at skabe en rød tråd gennem de forskellige indslag på festivalen udvælges et tema for året. Temaet udvælges på baggrund af aktuelle dagsordner og tidsånden, og sigter mod at favne de største samtidige problemstillinger på ligestillingsområdet relateret til demokratiske og fundamentale rettigheder.

For at eksemplificere er det overordnede tema for Talk Town Festival 2026 *rettigheder i modvind – ligestilling, køn og feminisme*, hvor Talk Town Festival 2025 stillede skarpt på *rettigheder under pres i det globale og det lokale*. Talk Town Festivals tema lægger altid vægt på ligestilling samt kvinders og minoriteters rettigheder.

Programmet på Talk Town Festival tager udgangspunkt i to etablerede scener. Den eksperimenterende scene er i år i 2026 under udvikling, men er primært den scene, hvor workshops, performances, quizzer, kreative og interaktive indslag udfolder sig. Debatscenen er ment til primært at facilitere debatter og dialoger. I rummene omkring scenen er der hvert år permanente udstillinger, kunst, installationer og boder.

## Målet for 2027

Er at gentage et fuldt, oplysende og alsidigt program, hvilket vi vil opnå gennem vores Open Call model, der giver alle mulighed for at søge om at være en del af programmet. Derudover har vi en ambition om fortsat at styrke repræsentationen på programmet i 2027 ved specifikt at række ud til unge, f.eks. på højskoler, daghøjskoler og gymnasier, og særligt unge fra græsrodsbevægelser og mindre etablerede organisationer samt unge kunstnere, aktivister mm., så de bliver gjort opmærksom på muligheden for at blive aktør på Talk Town Festival. Her spiller det en væsentlig rolle, at de kan få tilbudt et honorar for at komme på programmet. Hvert år ønsker vi at engagere forskellige og nye målgrupper samt at give ordet til underrepræsenterede grupper i samfundet. Ved at række ud til forskellige organisationer og individer sørger vi for at inddrage folk, der ikke ser Open Call på vores digitale platforme. Denne strategi har til formål både at styrke programmets løbende fornyelse og aktualitet samt at repræsentere en mere mangfoldig gruppe af aktører.

## Talk Town 2027

Talk Town 2027 afholdes i København i Ungdommens Demokratihus i Kødbyen og følger samme model som tidligere år med et todages program, forventeligt en torsdag og fredag i slutningen af september 2027. Talk Town samarbejder årligt med danske og internationale partnere, og vi forventer igen i 2027 at byde flere hundrede gæster velkommen over festivalens to dage.



# Fornyelse og udvikling

Som en tilbagevendende festival med næsten et årtis erfaring har vi et særligt fokus på at videreudvikle og forbedre festivalen samt at nå bredere ud. Hvert år udvikles festivalen på baggrund af evalueringer og feedback fra aktører, deltagere, frivillige samt sekretariatet i Kvinderådet. Dette giver et solidt indblik i, hvilke elementer, der skal videreføres samt hvilke formater der skal fornys. Festivalen arbejder løbende på at udvikle nye perspektiver, indhold og formater, der afspejler skiftende behov og interesser for deltagere, samarbejdspartnere, unge medskabere og aktører. Talk Town er i sin form dynamisk, da program og struktur tilpasses årligt. I 2026 har vi flere nye projekter i udvikling. Udover et samarbejde med CISUs Connect for Global Change og Talerskolen RØST er vi ved at styrke og udvide vores unge spor med frivillige medskabere af festivalen, som vi håber, kan udgøre endnu flere spor i løbet af de næste par år afhængigt af tildelte fondsmidler og ressourcer.




## #1 Ungespor "Håb og Handling"

Sporet udvikles i samarbejde med en ekstern partner med solid erfaring i ungeinddragende processer. Partneren faciliterer et workshopsforløb for 10-15 unge i alderen 16-30 år fra forskellige dele af landet. Forløbet tager afsæt i spørgsmålene: Hvordan ser feministiske utopier ud i hverdagen og i samfundet og hvilke konkrete handlinger kan bringe dem tættere på virkeligheden? Ved at give unge indflydelse på festivalens indhold og form bidrager projektet til social og kulturel bæredygtighed og fordrer strukturel forandring i samfundet. Erfaringerne integreres i Talk Towns fremtidige organisering med henblik på at gøre ungeejerskab og medskabelse til en permanent prioritet for festivalen. Ungegruppen bliver medskabere i hele processen fra idéudvikling og tematisering af håb og utopier, over design af formater, til afvikling og evaluering.

## #2 Den eksperimenterende scene

Erfaringer og evalueringer fra festivalen i 2025 viste, at scenen ikke indfriede sit fulde potentiale, på trods af stærke og kreative indslag fra en bred vifte af aktører. Vi ønsker at skabe bedre rammer for unge aktører og nye stemmer, som primært præsenteres på denne scene. De fysiske rammer har betydning for, hvem der føler sig inviteret og taget alvorligt. Scenen og rummet skal fremstå gennemtænkt, indbydende, og løfte kvaliteten af festivalens samlede udtryk. Formålet er at forbedre publikumsoplevelsen og aktørernes oplevelse af at indtage et betydningsfuldt rum. Talk Town Festival er et demokratisk rum, hvor alle stemmer prioriteres lige. Udviklingen af den eksperimenterende scene er både en æstetisk og demokratisk investering, som vil blive gentaget og finjusteret på fremtidige festivaler afhængigt af de tildelte midler Talk Town fremadrettet modtager. I 2027 ønsker vi at dekorere den eksperimenterende scene med bæredygtige blomster, der danner en genkendelig visuel identitet, som kan videreføres år efter år, og som symbolsk afspejler unge stemmer i vækst.




### Fornyelse som Talk Towns grundpræmis

Talk Towns aktiviteter er kendetegnet ved løbende fornyelse og udvikling af eksperimenterende formater. Festivalen tager afsæt i aktuelle samfundsordener og skaber dermed høj relevans for aktører og deltagere. Samlet set er Talk Town kendetegnet ved en kontinuerlig udviklingsproces, hvor nye formater, målgrupper og samarbejder afprøves og forankres.

# Er Talk Town Festival 2027 relevant for København?

København er en mangfoldig storby, der bygger på værdier som demokrati, lighed og international forankring. Talk Town Festival afspejler og aktiverer disse værdier ved at skabe en åben og inkluderende platform for dialog om ligestilling og rettigheder. Festivalen fungerer som et samlingspunkt for byens borgere på tværs af baggrunde og perspektiver, og bidrager dermed til at styrke den demokratiske samtale i København. Festivalen er en platform for alle byens stemmer. Talk Towns tilgang til medskabelse understøtter udviklingen af nye samarbejder på tværs af civilsamfund, institutioner og enkeltpersoner i København ved at give både nye og etablerede aktører mulighed for at udfolde sig og at sætte deres præg på festivalen.

Derudover bidrager Talk Town med sin kombination af lokale og internationale perspektiver til at styrke Københavns position som en globalt orienteret kultur- og videns by.

Samlet set bidrager Talk Town Festival til at styrke Københavns demokratiske DNA gennem dannelse af nye fællesskaber og en øget borgerdeltagelse i samfundsdebatten.



## Talk Town for unge Københavnere

Talk Town Festival er **håbets platform**, og er ment til især at styrke unge københavneres engagement i samfundet ved at give dem en konkret platform til at skabe egne events og bringe deres perspektiver i spil. Festivalen understøtter dermed næste generation af stemmer i den demokratiske samtale og bidrager til deres aktive deltagelse i byens udvikling.

## Hvad tilbyder Talk Town bydelen Vesterbro?

UNGDOMMENS DEMOKRATIHUS KBH

- Som en af Københavns mest mangfoldige og levende bydele med en stærk tradition for civilsamfundsengagement er området en oplagt ramme for Talk Towns dialogbaserede format.
- Talk Town bidrager til at styrke fællesskaber i Vesterbro ved at skabe trygge rum for samtaler om ligestilling, trivsel og rettigheder – emner som er særligt relevante i en bydel præget af social diversitet.
- Festivalen er med til at gøre demokratiske samtaler mere tilgængelige for borgere, der ikke nødvendigvis opsøger klassiske debatfora.
- Festivalen ønsker at samarbejde med lokale aktører på Vesterbro (fx skoler, foreninger og kulturhuse), hvilket kan skabe varige relationer og forhåbentligt styrke bydelens sociale sammenhængskraft.
- Festivalens fokus på aktuelle samfundsdagsordener gør den relevant for en bred målgruppe af københavnere og bidrager til en oplyst offentlig debat.

# Samarbejdspartnere

## Connect for Global Change og Talerskolen RØST

I 2027 har vi endnu ikke bekræftet vores primære samarbejdspartnere, men i 2026 har vi som noget nyt indgået et samarbejde med Connect for Global Change og Talerskolen RØST om et projekt, der skal engagere unge. På bagtæppet af de tilbageskridt, vi ser for kvinders, pigers og minoriteters rettigheder, stiller projektet skarpt på den ulighed og diskrimination, som påvirker disse gruppers livsmuligheder negativt. Gennem et samskabende workshopsforløb mellem de unge, Kvinderådets internationale partnere og Talerskolen RØST trænes de unges blik for strukturel ulighed samt deres retoriske formidlingsevner. De unge skaber egne formidlingsprodukter f.eks. artikler, digte, prosatekst eller taler, som præsenteres for et bredt publikum på Talk Town Festival 2026. Projektet styrker de unges kritiske forståelse, mod og handlekraft, og giver dem konkrete redskaber i at omsætte viden til publikumsformidling. Projektet bidrager dermed til **FN's verdensmål 5, 10 og 17** og styrker civilsamfundets rolle i at fremme fundamentale menneskerettigheder, inklusion og global solidaritet. Vi håber at gentage dette samarbejde i 2027, og at etablere samarbejdet med Talerskolen RØST som et fast og tilbagevendende ungespor på Talk Town, kun afhængigt af, at vi andetsteds får tildelt fondsmidlerne til at gennemføre det.

Hvert år har Talk Town en række primære samarbejdspartnere, som i 2025 har været **Ungdomsbureauet, Tuborg Fondet og Ungdommens Demokratihus.** Ungdommens Demokratihus har været samarbejdspartner siden 2024, og dette samarbejde planlægger vi at fortsætte i 2027.



## 40 aktører hvert år

Ud over vores primære samarbejdspartnere har Talk Town i form af aktørerne hvert år ca. 40 nationale og internationale samarbejdspartnere på festivalen.



## Samarbejdspartnere i 2025

Sex & Samfund, Women Peace & Security, Danner, Operation Dagsværk, RAGE zine, MIFTAH – The Palestinian Initiative for the Promotion of Global Dialogue and Democracy, Mikkel Hørlyck, Filosofía Klub, Lapee og Founder Gina Perier, Blossom, Läpivuoto ry, Shazia Khan, Thiemers Magasin, Rebel with a Cause, KVINFO, WeShelter, Bella Vad Pedersen, Kvindefredsligaen og Prof. Em. Drude Dahlerup, Mette Marie Yde, Martin Lidegaard, Amnesty International Danmark, Enhedslisten, Kira-Marie Peter-Hansen, Generation Håb, Disput, Læseforeningen, Vælkomin heim, Enhedslistens Kvindepolitiske udvalg, Molly Mørch, Hus Forbi, Sand, Girl Power, Rikke Lundsfryd, Jules Strange og Bølgebrud, Kalder Alle Unge (Dansk Kvindesamfund) Josie Amadonna, Sofie Jacobi, Sakena A Beyer, Diamond Slice og Gaza Grill.



# Oversigt over midlertidig aktivitetsplan for 2027

**Januar** Evalueringer fra 2026 gennemgås, og plan for festivalens forbedring udarbejdes. Der aftales dato, bookes lokation og udvikles et relevant tema for Talk Town 2027. Nyt kommunikationsmateriale til digitale platforme + grafik udvikles, for at sikre fornyelse samt rød tråd ifm. festivalens markedsføring gennem hele forløbet.

**Februar** Offentliggørelse af dato og tema. Tilladelser indsamles. Finansiering søges. Samarbejder etableres ifm. frivilligspor og udvikling af festivalen. Afhængigt af finansiering udarbejdes der en rekrutteringsplan for bred inddragelse og repræsentation samt en strategi for at øge bæredygtighed.

**Marts** Open call åbner. Med en ungekoordinator kan Kvinderådet tilbyde sparring til de nye, unge stemmer, der gerne vil udvikle et bidrag til Talk Towns program. Fondsmidler og samarbejder søges fortsat til at styrke ungespor samt udviklingen og afviklingen af festivalen. Rekruttering af unge til ungespor.

**April** Afhængigt af fondsmidler etableres et samarbejde med fokus på dekoration og udsmykning af ungdommens demokratihus under festivalen, inklusiv en scenografi, der styrker udtryk og genkendelighed af festivalens to scener. Der bookes tekniker, vagter, djs, fotograf, boder, mm.

**Maj** Open call lukker og det endelige program lægges. Unge kunstnere, musikere, aktivister bookes til programmet som supplement til aktører nået gennem open call. Fokus er på bred repræsentation og at sikre et stærkt og mangfoldigt program. Samarbejdsaftaler underskrives.

**Juni** Tilmelding som deltager åbner. Invitationer udsendes med en indsats om at nå så bredt ud som muligt. Program, plakater, klistermærker trykkes med fokus på bæredygtighed og hænges op relevante steder i København, afhængig af den tildelte finansiering. Der bookes mad, drikke og snacks til begge dage på festivalen, som vi, igen i år, håber at kunne tilbyde gratis til alle deltagende gæster samt aktører.

**Juli** Kvinderådet er på sommerferie.

**August** Workshops for ungespor afvikles. Planlægning, koordinering, kommunikation fortsætter og ændringer imødekommes og tilpasses. Der skabes opmærksomhed omkring festivalen på digitale platforme. Invitationer deles igen.

**September** Der udarbejdes en drejebog til alle medskabere. Forberedelse af festival + afvikling af Talk Town Festival 2027.

**Oktober, november, december** Evaluering med unge/frivillige, samarbejdspartnere, aktører, deltagere og internt i kvinderådet. Plan for videreførelse af ungespor og festivaludvikling aftales. Efter festivalen og projektets ophør er forhåbningen, at de involverede unge føler sig knyttet til hinanden og det fællesskab, som er opbygget i udviklingsprocessen samt at de har lyst til fortsat at tage ejerskab og være medskabere af fremtidige festivaler. Afhængigt af tildelte midler vil vi fortsat arbejde på at integrere unge/frivillige i kvinderådets arbejde ud over Talk Town, så der kommer mere synergi mellem Kvinderådets arbejde og den årlige festival. På sigt ønsker vi, at unge og ungeprojektlederen bliver en fast del af Kvinderådets arbejde, hvor vi ønsker fortsat at udvikle os. Der søges fortsat midler til udvikling og afvikling af Talk Town, så festivalen kan styrkes fremadrettet.

# Ligestillings- og bæredygtighedsstrategi

Ligestillings- og bæredygtighedsprincipper er grundsten for både Talk Town Festival og Kvinderådets øvrige arbejde.
På Talk Town er der gennemgående fokus på at tage de mest bæredygtige valg afhængigt af midler og ressourcer. Det er en del af Talk Towns DNA, at vi serverer lokalt, vegetarisk og bæredygtigt mad og drikkevarer, blandt andet til den langbordsmiddag, som vi med støtte fra Festivalpuljen, håber at kunne afholde for alle festivalens deltagere og medskabere i 2027. Derudover genanvender vi materialer, scenografi, pynt mm. i videst muligt omfang og affaldssorterer undervejs og på selve festivalen.

## Ligestilling

Talk Town er funderet på bærende ligestillingsprincipper, herunder gratis adgang til festivalen, tilgængelighed, en demokratisk platform sikret gennem Open Call og en seriøs inklusionspolitik i form af "Safer Spaces politik". Talk Town festival tolerer ikke sexisme, racisme, homofobi, transfobi, tykfobi, ableisme eller anden diskrimination, og individer, der ikke overholder dette bliver bortvist fra festivalens arrangementer. Vi har en klar forventning om, at festivalgæsterne respekterer hinandens grænser og giver plads til mennesker, der ikke har samme privilegier som dem selv. Vi har også en klar forventning til, at aktører og samarbejdspartnere på festivalen aktivt arbejder med at sikre fair og mangfoldig repræsentation i sammensætningen af festivalens arrangementer, hvilket vi også gør dem opmærksomme på igennem Talk Towns hjemmeside, open call og samarbejdsaftaler.

Som ligestillingsaktør er vi bevidste om, at Kvinderådet som etableret aktør indgår i de magtstrukturer, som vi med Talk Town festival ønsker at forandre. Derfor ønsker vi at styrke især unges indflydelse på festivalen strukturelt, og på den måde decentralisere, hvem der har magt over festivalens udvikling og afvikling.

## Ung projektleder med fokus på inklusion

Denne ide ligger til grundlag for de nye unge spor, som Talk Town er på vej imod at implementere som faste (midler til dette vil i 2026 blive søgt andetsteds).

Som en del af denne indsats ønsker vi i Kvinderådet at projektansætte en **ung projektleder med særligt fokus på inklusion**, der får ansvar for ungesporene samtidig med, at der bliver lagt en klar inklusionsstrategi for Talk Town festival. Strategien skal hjælpe os med at udvikle festivalen i 2027 og skal indeholde en plan for, hvordan Open Call i højere grad målrettes nye stemmer og repræsenterer mindre etablerede organisationer gennem opsøgende indsatser i relevante miljøer samt fokus på at reducere barrierer for aktørdeltagelse. Strategien skal også beskrive, hvordan publikumdeltagelsen kan nå bredere ud og sikre større mangfoldighed samt hvordan den fysiske inklusion kan forbedres inden for festivalens rammer. Afslutningsvist skal der gennemføres evalueringer efter festivalen med særskilt fokus på videreudvikling af inklusionsstrategien. Ungeprojektlederens arbejde foregår i tæt samarbejde med Talk Towns festivals projektleder, for bedst muligt at implementere både ligestillings- og bæredygtighedsprincipperne som bærende elementer for fremtidige festivaler.

## Kvinderådets syn

For os er bæredygtighed og ligestilling tæt forbundet, og bæredygtighed forstås også som et centralt princip for ligestilling i udviklingen af langtidsholdbare formater, der sikrer demokratisk inddragelse. Bæredygtighed er også afgørende, da klimaforandringer ofte rammer de mest udsatte mennesker, og når miljøet er under pres, forstærker det uligheden særligt for kvinder og minoriteter.



# Kvinderådets erfaring med planlægning og afvikling af arrangementer

Kvinderådet er den samlende danske stemme for kvinders rettigheder og ligestilling og arbejder både nationalt, europæisk og globalt. Kvinderådet er paraplyorganisationen for danske organisationer, der arbejder for kvinders rettigheder og ligestilling for alle uanset køn. **I mere end 127 år har Kvinderådet skabt rammerne for det feministiske alliancearbejde** på tværs af politiske partier, civilsamfund og faglige organisationer.

## Talk Town i trygge hænder

Med Kvinderådets overtagelse er festivalen organisatorisk styrket og videreføres inden for en etableret ramme af et sekretariat med betydelig erfaring i projektledelse, partnerskaber og civilsamfundsengagement. Kvinderådet har omfattende erfaring med at udvikle og afvikle nationale og internationale projekter, kampagner og events med fokus på ligestilling, fundamentale rettigheder og demokratisk deltagelse. Talk Town festival videreudvikles i denne kontekst som platform og fællesskab med henblik på at sikre, at den opbyggede erfaring, brandværdi og det stærke netværk, både Kvinderådet og Talk Town har, bevares og styrkes. Samtidig arbejdes der strategisk med at sikre festivalens bæredygtighed, både organisatorisk og økonomisk, samt med at videreudvikle festivalens rolle som en central civilsamfundsplatform i København.

## Et bæredygtigt samfund

Projektet understøtter Kvinderådets kerneformål om at arbejde for et bæredygtigt samfund, hvor ligestilling er en grundlæggende demokratisk værdi, hvor der er lige rettigheder politisk, socialt og økonomisk og hvor der er lige adgang til magt og indflydelse. Derudover arbejder vi for at styrke unges demokratiske deltagelse og skabe handlemuligheder blandt unge gennem oplysning og fællesskaber. Denne forankring sikrer en professionel og erfaren ramme for planlægning og afvikling af Talk Towns fremtidige festivaler.

## Festivalpuljen

Derudover ligger projektet i direkte forlængelse af festivalpuljens prioritering af kulturelle begivenheder af høj kvalitet og med forankring i København. Talk Town Festival 2027 bidrager til et mangfoldigt kulturliv for både borgere og internationale besøgende. Festivalen udvikles i tæt samarbejde med en bred kreds af aktører og skaber rum for nye stemmer og eksperimenterende formater. Samtidig arbejder vi målrettet med ligestilling og for et bæredygtigt, demokratisk samfund. Med støtte fra Københavns kommune kan vi sikre forsat fornyelse af festivalen og styrke Talk Towns bidrag til et levende og inkluderende København.

## Tidligere støtte fra Festivalpuljen

Foreningen Talk Town har før modtaget støtte fra Festivalpuljen Københavns Kommune. I 2016 modtog Foreningen Talk Town 130.000 kr., og er i årene 2018, 2019, 2020, 2021 og 2022 blevet bevilget 100.000 kr. Talk Town overgik i 2024 til Kvinderådet. **Kvinderådet har ikke modtaget støtte fra Festivalpuljen.** Talk Town festival er i 2023, 2024, 2025 og 2026 altså ikke blevet bevilget støtte fra Festivalpuljen.

# Succeskriterier og evalueringer

Det er et centralt succeskriterium, at festivalen danner ramme om et mangfoldigt og aktuelt program med bred aktørinddragelse og giver plads til nye, unge stemmer, både i skabelsen af festivalen og på programmet. Samtidig er det en målsætning, at festivalen bidrager til nye samarbejder og øger engagementet i ligestillings- og rettighedsdagsordener. I den forbindelse er det en målsætning at sikre rum for demokratiske dialoger og debat i et trygt og inspirerende klima samt at indsamle konstruktive evalueringer fra deltagere, frivillige, aktører og samarbejdspartnere, som skaber præcedens for den forsatte udvikling af Talk Town som en aktuel, bæredygtig og nyskabende festival.

## Kvantitative og kvalitative resultater

Vores kvantitative resultater opgøres igennem deltagerantal, antal frivillige og unge medskabere samt evalueringer fra deltagere, aktører, eksterne samarbejdspartnere og Kvinderådets sekretariat. De kvantitative målinger anvendes til at vurdere deltagertilfredshed samt programmet og temaets relevans. Derudover arbejder vi med en kvalitativ målsætning om, at de vigtige emner, samtaler og den fællesskabsfølelse, der opstår under Talk Town Festival, forankres hos deltagerne og videreføres efter festivalens afslutning.

## Frivillige

Vi rekrutterer primært frivillige under 30 år og har fokus på både at tiltrække nye frivillige og at fastholde eksisterende gennem gode rammer og meningsfuld involvering. I år styrker vi frivilliggruppens rolle som aktive medskabere i udvikling og afvikling af festivalen. Et centralt succeskriterie er, at **over 80% af de 15-20 frivillige** i den afsluttende evaluering angiver øget bevidsthed om og motivation for civilsamfundsengagement målt via spørgeskema.




## I 2027 forventer vi...

- At fastholde en stabil gruppe tilbagevendende deltagere og samtidig tiltrække nye deltagere.
- At måle deltagernes alder og kendskab til festivalen via tilmeldingsformularen.
- At nå ny grupper af deltagere gennem Kvinderådets digitale platforme, e-mailinvitationer, plakater i byrummet og mund-til-mund.
- At involvere ca. 40 internationale og nationale samarbejdspartnere og aktører.
- At involvere unge aktører og nye stemmer gennem specifikke "out reach" indsatser.
- At tiltrække 300-400 deltagere fordelt over festivalens to dage.

**Bilag #1**




KØBENHAVNS KOMMUNE

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn: Kvinderådet** |
| **CVR: 13080313** |
| **Projektets navn: Udvikling og afvikling af Talk Town Festival 2027** |

| |
|---|
| **Projektperiode: 01.01.2027 – 31.12.2027** |

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **300.000** | | *Denne ansøgning* |
| Fogs Fond | 50.000 | | Endnu ikke ansøgt |
| Roskilde Festivalgruppen | 200.000 | | Endnu ikke ansøgt |
| **INDTÆGTER I ALT** | **550.000** | | |

| **Udgifter** | **Budget** | **Budget året før** |
|---|---|---|
| Projektleder og Ungekoordinator | 230.000 | |
| Studentermedhjælper | 37.200 | |
| Hjemmeside og promovering | 8.000 | |
| Kreative partnerskaber, Scenografi, udsmykning og installationer | 35.000 | |
| Grafik og fotograf | 35.000 | |
| Lokaler og teknik | 37.000 | |
| Forplejning og møder | 7.000 | |
| Forplejning, herunder langbordsmiddag | 42.000 | |
| Kunstnere, moderatorer, DJ, musikere | 66.000 | |
| Forsikring | 5.800 | |
| Småanskaffelser / IT og Telefoni | 12.000 | |
| Grafik og fotograf | 35.000 | |
| | | |
| **UDGIFTER I ALT** | **550.000** | |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | | |


UP COMEDY FESTIVAL 2027

Ansøgning til Festivalpuljen

# UP COMEDY FESTIVAL 2027

## For udviklingen af dansk comedy

**15. - 24. oktober 2027**

Hermed ansøgning om 150.000 kr. til afvikling og udvikling af UP Comedy Festival

**Kontakt:**
Sally Landis
info@upfestival.dk
Tlf.: 28771482
*Festivalleder*

**Ansøgers information:**
UP Comedy Festival
Kompagnistræde 19
1208 København K
CVR: 43866222
UP Comedy Festival er momsregistreret

## Foreningen

Foreningen består af engagerede personer, der har en stor viden og erfaring indenfor dansk stand-up, scenekunst, koordinering og afvikling.
Bestyrelsen har et bredt netværk indenfor branchen både nationalt og internationalt.

Bestyrelsesmedlemmer arbejder frivilligt med booking og programplanlægning. Udvikling og afvikling er varetaget af festivallederen, der pt. er tilknyttet som konsulent 5 måneder om året. Vi ønsker en fuldtidsstilling i nærmeste fremtid. Festivallederen har stor erfaring med koordinering fra andre festivaler, sit daglige job på et spillested med over 700 shows om året, og selvfølgelig erfaring fra de sidste år på festivalen.

**Bestyrelse:**
Forperson: Thomas Warberg, Komiker
Næst forperson: Michael Schøt, Komiker
Kasserer: Mikkel Klint Thorius, Komiker
Gritt Jakobsen, Komiker
Festivalleder: Sally Landis, Daglig leder på Comedy Zoo
Advisory Board Member: Jakob Havemann, Lygten Station

# UP COMEDY FESTIVAL

**Har I hørt om UP Comedy Festival?**
UP Comedy Festival er en festival for hele vækstlaget – og de etablerede – i dansk stand-up og den eneste af sin slags. Festivalen løb af stablen for første gang i København i 2023.

Festivalen er vokset eksplosivt. Første år solgte vi 6.600 billetter, og sidste år endte vi på 17.300 billetter. Alle shows koster det samme, og alle shows varer én time. Derved kan man i ægte festivalstil gå fra det ene show til det andet og måske opleve noget comedy, man ellers aldrig ville have valgt.

**Fakta om festivalen 2025:**
9 dage
9 venues
13 scener
362 shows
17.300 solgte billetter




Inspirationen er hentet direkte fra Edinburgh Fringe Festival – verdens største comedyfestival. Der findes flere store comedyfestivaler i stort set alle europæiske lande – undtagen Danmark. På trods af at stand-up-genren årligt sælger mellem 500.000 og 1.000.000 billetter i hele landet.

Festivalen er startet med et ønske om at skabe en platform for unge mennesker, som beskæftiger sig med stand-up. Vi ser en enorm diversitet i både alder, køn, etnisk baggrund og optrædelsesstil i vækstlaget, men mange har desværre svært ved at trænge igennem til etablerede spillesteder og tv. Festivalen vil gerne skubbe på den udvikling og være et skridt for unge komikere, der kan gøre dem mere synlige, så de kommer tættere på de større scener.

UP Comedy Festival afvikles i Indre København hvert år i uge 41 og uge 42. Vi starter på Kulturnatten. Henover 9 dage afvikles mere end 300 shows fordelt på 9 steder, der alle ligger i en radius af 400 meter fra hinanden.
Festivalen kulminerer i UP Comedy Prisen på Bremen Teater, hvor der uddeles priser til komikerne på baggrund af deres shows på festivalen.

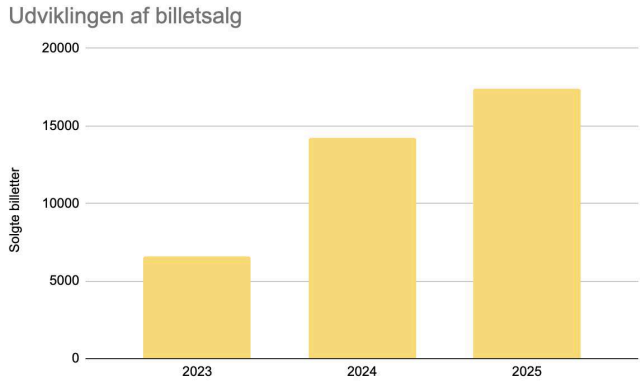
## Hvorfor er der brug for en comedy festival?

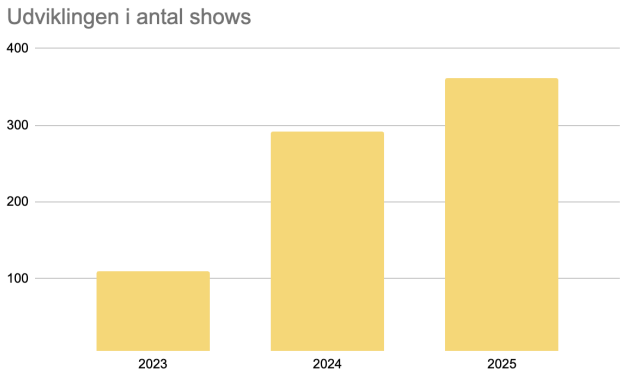
Fordi at stand-up er en kunstform i stor udvikling.
Festivalen er et samlingspunkt for dansk stand-up og det skal opleves live.
Vi giver publikum et helhedsbillede af dansk comedy, og hvad det rummer udenfor de populære tv-programmer. Vi ønsker at fremme en livekultur, hvor vi får folk væk fra skærmen og stuen, og ud for at opleve, hvad kunst kan live. Og ikke mindst det at grine sammen med andre mennesker.

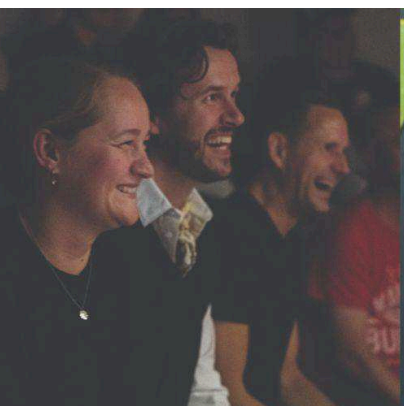
Vi ser en udvikling i miljøet, hvor nye komikere for første gang, tør at kaste sig ud i en times soloshow, og tør at være kreative med deres emner på scenen. Det er alt fra seksualitet, psykisk sårbarhed, MeToo og politik til forældreskab.
I takt med at verden omkring os udvikler sig, gør stand-up det også.
Det spænder bredere end de fleste lige regner med.

Udover at skubbe til udviklingen i dansk stand-up, så skubber vi også til danskernes opfattelse af faget. De sidste år på festivalen har tydeligt vist, at gæsterne tør at tage nogle chancer med komikere, som de ikke kender. De opdager noget nyt og de udfordrer sig selv. Både i humor, men måske også i synspunkter?

<u>Antal deltagere:</u>
Efter blot få år, har vi allerede et trofast publikum, der kommer igen hvert år.
Festivalen vokser år for år, og vi regner med en deltagelse fra over 20.000 gæster i 2027. Det er beregnet ud fra festivalens udvikling de sidste tre år.






## Værdien for København:

Vi mener, at festivalen skaber værdi for København på flere niveauer, både socialt, kulturelt og bymæssigt.

Festivalen har først og fremmest skabt et stærkt frivilligt fællesskab. En gruppe engagerede frivillige arbejder hvert år sammen om at planlægge og afvikle festivalen, og gennem arbejdet har de opbygget et socialt og fagligt fællesskab omkring deres interesse for comedy. De frivillige får erfaring med kulturproduktion og bliver samtidig en aktiv del af byens kulturliv.

Festivalen er samtidig forankret i lokale samarbejder. Vi arbejder med venues, som ikke nødvendigvis til daglig afholder comedyshows, og undersøger sammen, hvordan byens eksisterende rum kan bruges på nye måder. Et eksempel er samarbejdet med Kulturhuset Vartov, hvor mødelokaler omdannes til intime comedyklubber. På den måde bringer festivalen nye kulturelle oplevelser ind i eksisterende byrum.

Festivalen bidrager også til byliv i Indre København. Hvert år samler arrangementerne et stort publikum, som bevæger sig mellem venues og opholder sig i området før og efter shows. Publikum benytter caféer, restauranter og barer i nærområdet, og festivalen er dermed med til at skabe aktivitet og liv i gaderne.

Selvom festivalens primære målgruppe er københavnere, tiltrækker den også gæster fra resten af landet. Vi oplever hvert år besøgende, som planlægger ferie omkring festivalen, booker hotel og bruger flere dage på at opleve både programmet og byen. Festivalen bidrager dermed også til kulturturisme og til aktivitet i byens erhvervsliv.

Derudover arbejder festivalen løbende på internationale samarbejder med komikere fra andre lande. Det giver publikum mulighed for at opleve international comedy og bidrager samtidig til at synliggøre København som en levende og mangfoldig kulturby.




## Samarbejdspartnere

Festivalen gennemføres i tæt samarbejde med en række lokale aktører, som er afgørende for, at festivalen kan realiseres.

### Lokale venues

Festivalen afvikles i samarbejde med venues i Indre København. I alt foregår festivalen på 9 venues med 13 scener: Comedy Zoo, ICC Theatre, Posthus Teatret, Mojo Blues Bar, La Fontaine, Citizen Comedy Club, Knock Knock Comedy Club, Stâuan og Kulturhuset Vartov.

I festivalperioden stiller venues scener og faciliteter til rådighed, bidrager til afviklingen af shows og hjælper med synliggørelse gennem plakater, flyers og formidling til deres gæster. Flere af venues har været en del af festivalen alle år, og samarbejdet bygger på et fælles ønske om at skabe og styrke kulturlivet i Indre København.

**Frivillige**
Festivalen bæres i høj grad af frivillige kræfter. Omkring 30 frivillige bidrager hvert år til planlægning og afvikling af festivalen, blandt andet gennem opsætning, publikumsmodtagelse, praktisk afvikling og nedpakning.




Gruppen består primært af kulturinteresserede mennesker med en særlig interesse for comedy. Over tid er der opstået et stærkt fællesskab, hvor mange vender tilbage år efter år og engagerer sig i festivalens udvikling. De frivillige udgør dermed en vigtig del af festivalens sociale fundament.

**Hoteller og restauranter**
Festivalen samarbejder desuden med omkringliggende hoteller og restauranter i Indre København, som under festivalen tilbyder særlige rabatter eller tilbud til festivalens gæster. Samarbejdet bidrager til en samlet festivaloplevelse og skaber samtidig aktivitet hos lokale erhvervsdrivende i området.

**Kommercielle samarbejdspartnere**
Festivalen arbejder løbende på at etablere kommercielle partnerskaber, der kan bidrage til festivalens fortsatte udvikling og økonomiske bæredygtighed.

## Udvikling
Festivalen arbejder løbende med at udvikle både program, samarbejder og rammerne omkring. Målet er at udvide festivalen i et tempo, der sikrer høj kunstnerisk kvalitet, samtidig med at festivalen fortsat bygger på det stærke frivillige engagement, som har været grundlaget siden starten. Vi vil på sigt gerne udvikle vores frivillige, så de er med i processen hele året og samle dem i arbejdsgrupper.

Festivalen fungerer samtidig som et samlingspunkt for det danske comedy-miljø. I festivalperioden mødes etablerede og nye komikere, branchefolk og publikum omkring shows, samarbejder og faglig sparring. Det bidrager til at styrke netværk, skabe synlighed for nye kunstnere og understøtte udviklingen af dansk comedy som kunstform.

I takt med festivalens vækst arbejder vi på at styrke den organisatoriske struktur. Festivalen er i dag udviklet og afviklet på baggrund af frivilligt arbejde og deltidsressourcer, men vi arbejder mod at etablere en fuldtidsstilling, som kan understøtte festivalens fortsatte udvikling, partnerskaber og publikumsarbejde.

Festivalen udvikler løbende nye initiativer. I 2026 har vi blandt andet udvidet samarbejdet med lokale hoteller og restauranter, så festivalgæster kan benytte særlige rabatter i festivalperioden. Samtidig har vi videreudviklet samarbejdet med Kulturhuset Vartov, hvor gårdrummet inddrages som et fælles festivalområde med bar, informationsbod og opholdsområde for publikum og kunstnere mellem shows. Det bidrager til at skabe et tydeligt samlingspunkt for festivalens gæster.

**Shows på festivalen**
På sigt ønsker vi at invitere flere internationale komikere til festivalen og præsentere formater, der eksempelvis trækker på spoken word eller mere sceniske comedyformer. Målet er at inspirere til kunstnerisk udvikling og styrke talentudviklingen i det danske comedy-miljø.

**Publikumsudvikling**
Festivalen arbejder for at gøre live comedy tilgængelig for et bredt publikum. Når festivalen ligger i efterårsferien, giver det mulighed for at udvikle programmer målrettet familier, eksempelvis comedyshows i de tidlige dagtimerne. Det er et område, vi ønsker at udvikle yderligere i de kommende år for at nå nye publikumsgrupper.

**Økonomisk udvikling**
Festivalen arbejder for at holde billetpriserne på et niveau, hvor så mange som muligt kan deltage. Alle shows har samme billetpris, hvilket gør programmet overskueligt for publikum og giver mulighed for at opleve flere shows under festivalen. I takt med festivalens vækst har vi været nødt til at hæve billetprisen, men ambitionen er fortsat at sikre bred adgang til live comedy og samtidig skabe et bæredygtigt økonomisk grundlag for festivalens fortsatte udvikling.







**Center for Kultur- og Fritidsaktiviteter**
**Kultur-, Fritids- og Borgerserviceforvaltningen**
2022-0258972-34

# BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

*Tekst i kursiv er vejledningstekst.*

| |
|---|
| **Tilskudsmodtagers navn: UP Comedy Festival** |
| **CVR:** 43866222 |
| **Projektets navn: UP Comedy Festival 2027** |

**Projektperiode:**
*For den del af projektet der søges støtte til fra Københavns Kommunes Festivalpulje er projektperioden 1. januar 2027 – 31. december 2027.*

| **Indtægter** | **Budget** | **Budget året før** (hvis der er givet tilskud året før) | *Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.* |
|---|---|---|---|
| Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget | **150.000** | | *Ansøgt* |
| Øvrige tilskud, specificeret *(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter)* | | | |
| c) Slots- og Kulturstyrelsen | 500.000 | | Ansøgt |
| d) | | | |
| | | | |
| Honorarer | 0 | | |
| Billetindtægter | 1.800.000 | | |
| Øvrige indtægter, specificeret | | | |
| b) Sponsorat billetarrangør | 76.000 | | |
| b) | | | |
| c) | | | |
| **INDTÆGTER I ALT** | **2.526.000** | | |

| **Udgifter**<br>*Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov* | **Budget** | **Budget året før**<br>(hvis der er givet tilskud året før) |
|---|---|---|
| **Festivaludgifter** | | |
| Konsulenter (produktionshold, jurymedlemmer) | 325.000 | |
| Atmosfære | 120.000 | |
| Honorarer til optrædende | 549.000 | |
| Frivillige | 35.000 | |
| Marketing - annoncer (META + Opsætning) | 88.000 | |
| Marketing - videoproduktion - Fotograf | 75.000 | |
| Marketing - plakater + APP + hjemmeside | 60.000 | |
| Gebyrer - MobilePay | 17.127 | |
| Honorar - venue | 540.000 | |
| Lokaleleje | 71.000 | |
| **Faste udgifter** | | |
| Fast medarbejder | 534.257 | |
| Lokaleleje (kontor) | 18.000 | |
| Lokaleleje (lager) | 25.000 | |
| Revisor | 25.975 | |
| Telefon | 3.000 | |
| Abonnementer | 21.210 | |
| Forsikringer | 3.000 | |
| Medlemsskab hos Trygt Rum | 5.000 | |
| **UDGIFTER I ALT** | **2.515.569** | |

| | | |
|---|---|---|
| **RESULTAT** | **10.431** | |

**Kommentarer/forbehold:**
Vores største indtægt er fra billetsalg og budgettet er bundet op på dette.
Honorar til optrædende og venues er regnet ud fra billetsalg, da begge parter får en andel af salget.
Beløbet for billetsalg er med forbehold, da vi ikke kan sige det præcise tal før festivalens afvikling i 2027.
Honorarer til konsulenter er for produktionsansvarlige, optrædende og jury-medlemmer for UP Comedy Prisen.

Medlemsskab hos Trygt Rum er for at sikre, at alle involverede i festivalen har et sted at henvende sig med krænkende adfærd eller andre problemstillinger.

Hvis alle midler ikke kommer ind, så er eneste mulighed at justere på poster som marketing og atmosfære, for ikke at gå på kompromis med det kunstneriske niveau og sikre alle optrædende og samarbejdspartnere den del af salget, de er blevet lovet.