

ANSØGNINGSKEMA

TILSKUD TIL INTERNATIONALE KULTUR/ IDRÆTSEVENTS

Vejledning (Revideret SEPTEMBER 2019)

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

Spørgsmål til udfyldelsen og den videre behandling af ansøgningen kan rettes til Kultur- og Fritidsforvaltningen.	
Officiel eventtitel På dansk og engelsk samt med angivelse af køn	Tour de København 2023
Tidspunkt for afvikling Dato og årstal. Hvis ukendt dato, angiv forventet måned	2 juli 2023
Arrangør (-er) Hvilke(t) specialforbund, klub(ber), virksomhed(er) mv.	Good Boys Agency ApS Suppleret af personer fra DCU som konsulenter på rute, sikkerhed og afvikling. I samarbejde med partnere herunder Novo Nordisk
Sted for afvikling Københavnske bydel(e), facilitet(er) og eventuelle andre kommuner.	Indre by og broerne - en rute der viser København og arkitekturen i byen frem. Ruten vil tage udgangspunkt i en eventplads, der indrettes som festivalområde, som man så det ved FestiVelo i fælledparken i 2023 under Grand Depart. Eksempelvis kunne dette være ved Søren Kirkegaards plads eller i Fælledparken.
Eventstatus Angiv status for ansøgningen, dvs. status for dialog med eksempelvis Sport Event Denmark og/eller Wonderful Copenhagen	Novo Nordisk har givet tilsagn om 2.0 mio. kr. til det samlede event med både cykelløb og eventområde. Indledende introduktionsmøde er afholdt med flere interessenter herunder Wonderful Copenhagen der umiddelbart er positive overfor eventet og dets format. Der er aftalt samarbejde med DACs arkitekturløb hvor der til fods besøges museer og andet således at eventdelen sam-tænkes og synergierne høstes.
Tildelingsprocedure Beskriv kort af hvem, hvor og hvornår kandidaturet beslattes, fx ved afstemning på det internationale specialforbunds årskongres, på et bestyrelsesmøde eller i et udvalg.	Tour de København er et event der tager sit udspring i Grand Depart / Tour de København i 2022 og har dermed som sådan ikke et kandidatur da det "egen-/videreudvikles". Eventet lægger sig i 2023 i forlængelse af København som arkitekturhovedstad og arkitekturåret. Eventet afvikles samtidig med at UIA-kongressen afholdes således, at dette kan sam-tænkes. Tour de København-cykelløbet færdigudvikles gennem tæt dialog med interessenter hos fx DCU og Dansk arkitekturcenter samt holdet omkring København som arkitekturhovedstad. Specifikt ifht. København som arkitekturhovedstad lægges der op til, at eventet bliver et partnerskabsevent. Herunder hvor delegerede også opfordres til at deltage i løbet i forbindelse med deres besøg i København på UIA-kongressen. Eventområdet udvikles i samarbejde med relevante

	<p>interessenter således, at der opnås det rette fokus på motion, sundhed, kost, urban sport mv.</p>
<p>Finansiering fra Københavns Kommune Angiv finansieringsbehov fra Københavns Kommune i DKK.</p>	<p>1.500.000kr. ex moms. til afvikling af Tour de København samt eventområde.</p>
<p>Københavns Kommunes tilskud Uddyb forventningerne til Københavns Kommunes tilskud - afviklingstilskud, underskudsgaranti eller indirekte tilskud som fx at stille faciliteter til rådighed.</p>	<p>Der ansøges om at Københavns Kommune støtter med et afviklingstilskud samt, at den valgte eventplads stilles gratis til rådighed i eventdagene.</p>
<p>Værtsbyforpligtelser Angiv eventuelle øvrige værtsbyforpligtelser fx protokolevent i form af formel reception på Københavns Rådhus, borgmesterdeltagelse ved åbningsceremoni, præmieoverrækkelse eller lign.</p>	<p>Der er ikke nogen formelle forpligtelser, men det er forhåbningen at Københavns Kommune vil tage en aktiv rolle i forhold til fx:</p> <ul style="list-style-type: none"> - at formidle løbets afholdelse - kontakt og formidling til organisationer under Københavns Kommune som deltagere - Deltagelse ift. Udbredelse af udviklet materiale, fx kost og sundhedsprogrammer - Aktivt deltagende ved start af løbe i løbet
<p>Risikovurdering Beskriv de kendte risici ved projektet - eks. økonomi, tilladelser fra relevante myndigheder mv. - samt plan for håndtering af identificerede risici. Beskriv yderligere eventarrangørens faglige, tekniske og administrative kompetencer til at afvikle eventen samt hvorledes eventuelle risici i forhold til dette håndteres.</p>	<p>Både cykelløbet og eventområdet vil kræve tilladelser fra Rådhuset.</p> <p>Med den opnåede finansiering fra Novo Nordisk hviler projektet på et solidt økonomisk fundament såfremt den ansøgte finansiering fra Københavns Kommune opnås. Der vil desuden være mulighed for at opnå yderligere finansiering fra sponsorer til at styrke indhold og oplevelser. Men da det ikke er sikkert dette kan opnås er der ikke budgetteret med denne indtægt.</p> <p>Holdet bag Tour de København har planlagt og afviklet +20 større events samt både løb, cykelture, beachvolley og fodboldturneringer i forbindelse med eventsne. Herunder var holdet ansvarlig for oplevelsesdesign, aktørhåndtering og afvikling af FestiVélo i Fælledparken i 2022.</p> <p>Holdets konsulenter fra DCU, som der er lavet aftale med om at deltage i forbindelse med planlægning og afvikling af eventet er nogle af landets mest erfarne inden for netop planlægning og afvikling af cykelløb, herunder sikkerheden forbundet med disse. Og var blandt andet tæt involveret i Grand Depart og Post Nord Danmark rundt.</p> <p>Netværket omkring holdet, gør, at man på trods af at have en risiko forbundet med at være afhængige af enkeltpersoners kompetencer, kan afdække denne risiko. Dette gøres i projektets tidlige faser hvor der afdækkes mulige afløsere til nøglepersoner, der kan tage over, såfremt der måtte opstå udfordringer</p> <p>Cykelløbet og eventpladsen planlægges i øvrigt gennemført i fællesskab med gode</p>

	samarbejdspartnere som GAME, Hello Kitchen samt relevante cykelklubber m. fl. Således at foreningslivet bliver en aktiv spiller i både planlægning og afvikling.
--	--

2. VISION OG MÅL

<p>Overordnet vision Beskriv kort den overordnede vision for eventen. Hvad er eventens kerneværdier/fortælling?</p>	<p>Vi ønsker, med afsæt i den både nationale og internationale succes med Tour de København 2022 at skabe en tilbagevendende international cykelbegivenhed i København.</p> <p>En unik begivenhed, hvor cykelingen er transportformen, men hvor man samtidig viser København frem indenfor, arkitektur, indretning, motion, sport, sundhed og meget mere.</p> <p>I 2023 bliver afsættet arkitekturåret og København som arkitekturhovedstad. Hvor sammenhængen mellem København som cykelby og byens arkitektur, byplanlægningen i København og København som motions- og sundhedsby kommer til udtryk.</p> <p>Løbets gæster/deltagere tages på oplevelsestur i København på en afspærret rute, hvor man i trygge rammer oplever byen på cykel. En unik mulighed for at opleve byens unikke (cykel)arkitektur ift. Hvordan bevægelse og motion netop understøttes af arkitekturen og indretningen.</p> <p>Turister og internationale gæster får en unik mulighed for at opleve København som cykelby og hvordan arkitekturen folder sig ud rundt om cykelister i København. Samt bliver oplyst om København og de muligheder en unik indretning som København har, giver.</p> <p>Der vil være information, læring og leg rundt på ruten så deltagerne også får oplevelsen med hjem. Både i forhold til den etablerede arkitektur og i form af oplevelses pladser, hvor der etableres deciderede indslag, aktiviteter mv.</p> <p>Samtidig med de indholdsmæssige visioner er det løbets vision at skabe et unikt folkeligt event for alle. Et helt unikt mangfoldigt cykelløb hvor ingen borger ikke passer ind. Løbet er til for folket.</p>
<p>MÅL Beskriv kort eventens mål</p>	<p>Eventets overordnede mål er at skabe en sammenhængende fortælling om sundhed & motion og Københavns arkitektur og København som cykelby.</p>
<p>Succeskriterier Forventede resultater/succeskriterier på målene for eventen. Succeskriterierne skal være konkrete og målbare.</p>	<p>20.000 deltagere fra hele København (Folkeligt) 5 Løb i løbet, fx mangfoldighedsløb 8 arkitekturstop 1 større eventområde med +20 aktører Ingen engangsplastisk i forbindelse med løb og eventområde</p>
<p>Målgrupper Beskrivelse af primære og</p>	<p>Eventet er et folkeligt event, med fokus på mangfoldighed og plads til alle byens borgere.</p>

sekundære målgrupper for eventen	<p>Den primære målgruppe er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Københavnerne der bruger byen som deres cykelby. Herunder Københavnerne der ønsker at gå på opdagelse i og lære mere om cyklismen og København ift. Sundhed, motion, kost, sport osv. - Mangfoldighed er i fokus hvorfor eventet hele tiden sikrer inklusion af alle på tværs af handicap, race, køn mv. - Internationale turister der interesserer sig for arkitektur, byindretning og/eller cykelisme - Under den internationale del er de mange delegerede fra UIA-kongressen også i fokus for Tour de København. <p>Sekundære målgrupper er:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Borgere der ønsker at opleve mulighederne på cykel i, og indretningen af, København som cykelby
----------------------------------	--

3. ORGANISATORISK BÆREEVNE	
<p>Organisatorisk setup Beskriv eventorganisationen, herunder roller og ansvarsfordeling. Vedlæg evt. organisationsdiagram.</p>	<p>Styregruppe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Københavns Kommune - Hovedpartnere i form af Novo Nordisk + op til to mere - Good Boys Agency - DCU (i form af konsulenter) <p>løbsledelse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projektleder: Søren Spliid - Rute, sikkerhed og afvikling: 2 DCU-konsulenter - Cykling som oplevelsesevent: Jesper Wahlberg <p>Projektteam:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bæredygtighed, mad og drikke: Morten Drachmann, Good Boys Agency - Indholdsprogram - oplevelser: Andreas Graungaard
<p>Arrangørererfaring Beskriv arrangørernes erfaringer med afvikling af lignende events.</p>	<p>Good Boys Agency har igennem de seneste mange år stået bag festivalen Musik i Lejet, og siden 2017 været operatør på og arrangør af yderligere events som:</p> <ul style="list-style-type: none"> - FestiVélo - En del af Grand Depart i CPH - Den Store Fredagsbar - Vintersol og Sommersol festivalerne - 3xRøde Kors Familiefestivaler - Radio Lejet - Djævleløbet - Bold i Lejet
<p>Øvrige partnerskaber Beskriv øvrige større kommercielle og/eller offentlige partnerskaber.</p>	<p>Der forhandles om partnerskab med blandt andet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Novo Nordisk - konfirmeret (2 mio. kr.) - Egmont Story House - Sportsbranchen.dk - Carlsberg A/S - Wonderful Copenhagen

4. AKTIVERING

<p>Tilskuere Angiv forventet antal tilskuere til eventen.</p>	<p>Der forventes over 20.000 deltagere og mere end 50.000 tilskuere</p>
<p>Relevans for idrætslivet i København Hvor mange medlemmer har idrætsgrenen aktuelt i københavnske foreninger?</p>	<p>Danmarks Cykle Union består af over 300 klubber og har flere end 30.000 medlemmer.</p> <p>Derudover cykles 1,4 mio. km. på en gennemsnitlig hverdag i København, og byen huser mere end 745.000 cykler.</p> <p>København er vel nærmest at betegne som én stor cykelklub.</p>
<p>Relevans for København Beskrivelse af eventens relevans for København - I hvilket omfang og hvordan skaber eventen værdi for København fx nye samarbejder, forenings- og /eller publikumsudvikling, nye målgrupper eller lign.?</p>	<p>Hele eventet har fokus på at vise København frem. Som cykelby, som arkitektur hovedstad, som sportsby, som sundhedsby og meget mere. Både for borgere i byen, men også resten af landet og internationalt.</p> <p>Byens unikke indretning som cykelby kommer frem og arkitekturens understøtning af cyklen som transportmiddel til gavn for borgernes motion og sundhed kommer i fokus.</p> <p>Dermed skabes der national og international opmærksomhed omkring Københavns Kommune men også alle byens organisationer der forestilles at være deltagere i eventet både som gæster, men også som aktive medspillere i det samlede events indhold.</p>
<p>Faciliteter Kan facilitetsbehovet opfyldes uden investeringer fra Københavns Kommune? Hvis ikke, hvad er behovet? Angiv hvis eventen medvirker til etablering/opgradering af faciliteter i København og regionen.</p>	<p>De allerede etablerede faciliteter i København opfylder fint behovet i forhold til eventets rammer.</p> <p>Ruten til selve cykelløbet skal afspærres i forbindelse med afvikling af dette. Og der skal tildeles midlertidig brugsret til eventområdet.</p>
<p>Aktivering Side event: Beskriv hvordan eventen gøres relevant for "den almindelige københavnere" og byens besøgende fx via særlige tiltag og/eller sideevents op til og under eventen.</p> <p>Forankring: Beskriv hvilke tiltag der igangsættes, for at eventen efterlader et aftryk fx udvikling af idrætten i København, udvikling af foreningerne, nye samarbejder, publikumsudvikling, flere aktive borgere m.v..</p>	<p>Under eventet etableres et eventområde med i forbindelse med start og målområdet. Fokus her vil være emner som:</p> <ul style="list-style-type: none"> - København som cykelby - København som arkitekturhovedstad - Sport i byen - Kost og motion - Sundhed <p>Område etableres i samarbejde med fx GAME, Hello Kitchen, cykelklubber, DAC m.fl. med en scene, mad og drikke, aktiviteter, oplevelser og læring. Herved skabes også en oase for den almindelige københavnere, men som samtidig er en integreret del af eventet.</p> <p>Forud for eventet vil der, hvis muligt, i samarbejde med relevante foreninger blive lanceret læringsforløb, kampagner og meget mere for eksempelvis skolebørn, familier og pensionister.</p>

<p>Vision for en miljømæssig bæredygtig event Beskriv eventens målsætninger på miljøområdet</p>	<p>Igennem fokus på cykling i byen skabes der fokus på den bæredygtige transportform cykling er.</p> <p>Eventet vil også have fokus på grøn mad, affaldssortering og København som miljøby.</p> <p>Der vil ikke vær engangsplast i forbindelse med eventet.</p> <p>Der vil blive bygget videre på læringen fra Tour de København 2022 og FestiVélo.</p>
<p>FNs verdensmål for bæredygtighed Angiv hvilke af FNs bæredygtigheds mål der arbejdes med i eventen som fx miljømæssig bæredygtighed eller ligestilling.</p>	<p>Der arbejdes med følgende af FNs verdensmål: Verdensmål nummer: 3, 5, 11, 12, 13</p>

6. MEDIEINTERESSE	
<p>Lokal, national og international presse Beskriv strategi, herunder hvilke platforme I vil benytte.</p>	<p>Der indgås så vidt muligt relevante mediepartnerskaber med både tv og skrevne medier der sikrer en bred mediedækning lokalt, regionalt og landsdækkende.</p> <p>Derudover er der fokus på at få brandet eventet internationalt for turister og cykelinteresserede. Dette gøres igennem relevante samarbejder både ift. Klubber, foreninger mv. Men også i forhold til ambassader mv.</p> <p>Der vil derudover, så vidt muligt, blive etableret samarbejde med Arkitekturårets partnere for at sikre en relevant sambranding</p>
<p>National opmærksomhed Beskriv den forventede lokale og nationale mediedækning, herunder konkrete forventninger til dansk tv-dækning og aftale om host broadcaster.</p>	<p>Med afsæt i opmærksomheden omkring både Grand Depart 2022, Tour de København 2022 og ikke mindst arkitekturåret forventes det, at der vil være stor interesse både fra nationale og international tv og derigennem er der mulighed for at indgå gode mediesamarbejder og aftaler om host broadcasting</p>
<p>International tv-dækning Beskriv den forventede internationale mediedækning, herunder konkrete forventninger til tv-dækning.</p>	<p>Tour de København viste sit værd i 2022, internationalt var det en kæmpe succes. Dette vil sammen med arkitekturåret skabe baggrund for internationale opmærksomhed.</p>

7. BRANDING OG MARKEDSFØRING	
<p>National og international markedsføring Beskriv kort planlagte markedsføringsaktiviteter for eventen. Hvilke værdier og styrkepositioner vil eventen bygge på i forhold til international markedsføring.</p>	<p>Der vil kunne indgås lokale og internationale mediesamarbejder, hvor dette helt unikke event vil kunne formidle både Københavns unikke arkitektur, cykelbyen, de grønne tiltag og meget mere til udlandet som inspiration for de muligheder man har som storby ift. Turisme og den unikke mulighed det er, at kunne cykle rundt i en storby som København, for turister.</p>
<p>Regionale styrkepositioner Angiv hvordan eventen markedsfører København som by og turismdestination og formidler regionens</p>	<p>Eventet har med linket til arkitekturåret i København et internationalt udsyn, hvor København som cykelby vises frem. Turisterne får denne dag mulighed for i trygge rammer at bevæge sig rundt i byen uden at skulle tænke på anden trafik.</p>

kulturelle og erhvervsmæssige styrkepositioner.	Derudover er læringen fra Tour de København 2022 at der er international bevågenhed omkring cykelingen i København og man vil derfor kunne eksportere et event som dette til andre byer i og uden for Europa.
Hvem samarbejder I med om markedsføring? Angiv eventens markedsføringspartnere, eller hvem I går i dialog med.	Vi er i konkret dialog med Egmont Story House om at være mediepartner og indholdspartner på relevante områder. Egmont er bredt repræsenteret på magasiner og har via deres mediebureau The Story Laboratory erfaring med og kompetencer til at få leveret den markedsføringsydelse et event som dette event har behov for.

8. EVENTENS NIVEAU/PRESTIGE	
Beskrivelse af eventen Beskriv kort eventen, herunder hvor ofte afholdes eventen, prestige i forhold til andre events indenfor sportsgrenen, pointgivende til titler/andre begivenheder, deltagere/nationer (herunder antal) samt de 3 seneste værtsbyer/-lande.	Eventet, er et folkecykelløb i tråd med Tour de København 2022, med tråde til vigtige emner som sundhed, motion, kost, læring og meget mere. Eventet forestilles afholdt årligt, hvor dette er andet år, hvis man tager 2022 med, hvor mere end 40.000 deltog. Eventet er helt unikt i sin natur. Der er ingen vindere eller tabere, der er fokus på folkelighed og mangfoldighed, og der skal være plads til alle.
Sportens udbredelse Beskriv sportens udbredelse i verden, Europa og Danmark, fx antal udøvere og udvikling over tid. Hvilke lande er toneangivende indenfor sporten? Er sporten en olympisk disciplin?	Cykling har altid været en integreret del af København. Og byens borgere cykler - altid. Der er dermed mange mange tusinde, der dyrker cykling (sporten) alene i København og millioner i Danmark. Cykling som sportsgren tog virkelig en ny form for fart Danmark i 2022 med besøg af Tour de France, og de 40.000 deltagere som også bestod af turister både danske og udenlandske viste at cykling ikke bare er stort i Danmark, men i hele verden. Og ikke mindst interessen for det folkelige element af cyklingen havde interesse langt ud over Danmarks grænser.
Rettighedshaver Hvilket internationalt forbund har rettighederne til eventen? Angiv navn, geografisk placering og antal medlemsnationer. Oplys desuden, hvis der er (eller konkret arbejdes for) dansk indflydelse/repræsentation.	Københavns kommune var arrangør af Tour de København i 2022 og stiller rettighederne til rådighed for eventet.

9. DET DANSKE SPORTSLIGE NIVEAU	
Danske sportslige niveau Hvordan rangerer Danmark og danske udøvere indenfor sporten?	Danmark er helt med i toppen af verdenseliten med Jonas Vingegaard som vinder af Tour de France. Som cykelinteresserede er Danmark ligeledes det land i verden, hvor den største andel af indbyggerne ser sporten. Sidst men ikke mindst anses Danmark for at være et af de mest cyklende folkefærd.
Danske sportslige forventninger Beskriv forventningerne til den danske sportslige indsats	Der er ingen vindere og tabere. Alle er på det høje niveau, de selv har lyst til.

ved eventen.

10. SUPPLERENDE OPLYSNINGER	
Øvrig støtte Er der søgt om eller givet tilsagn om støtte (finansiering eller samarbejde) fra andre organisationer, herunder turistorganisationer, kommuner øvrige fonde mv.? I så fald hos hvem, og hvor meget er der ansøgt om eller tildelt?	Der er givet tilsagn fra Novo Nordisk om at støtte eventet med 2.000.000 kr. som hovedpartner. Derudover er der dialog med andre organisation og kommercielle partnere, fx Carlsberg om at deltage som partner. I 2022 lykkedes det at trække yderligere en del sponsorer til.
Private selskaber Hvis arrangøren er et privat selskab, beskriv ejerforholdet (vedlæg evt. vedtægter). Beskriv desuden evt. kontakt til og sanktionering fra det relevante specialforbund.	Good Boys Agency ApS, ejes 50% af Kristian Grauengaard og 50% af Andreas Grauengaard.
Momsregistreret Angiv om eventarrangøren er momsregistreret samt om SKAT ansøges om momsfritagelse	Arrangøren er momsregistreret, og der søges ikke om momsfritagelse

11. KONTAKTPERSON	
Kontaktperson Navn og stilling Forbund/Klub/Virksomhed Postadresse, tlf., e-mail Evt. web-adresse for arrangementet.	Søren Spliid Projektdirektør Good Boys Agency ApS Rønnegade 9 2100 København Ø E-mail: 22709196 Web: (Håber at kunne overtage www.Tourdekbh.dk)

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

13. UNDERSKRIFT OG DATO	
Undertegnede erklærer på tro og love, at de ovenfor afgivne oplysninger og bilag er korrekte:	
4/3-2023	SØREN SPLIID
Dato	Underskrift (gengivet i blok- eller maskinskrift)
Ansøgningen sendes til: Københavns Kommune, Kultur- og Fritidsforvaltningen til Frida Launey: b74h@kk.dk . Mobil: 2483 4465.	
Ansøgningen vedlægges følgende bilag: <ul style="list-style-type: none">- Budget og finansierungsplan- Beregning af eventens forventede turismemæssige omsætning. Beregningen udarbejdes i samarbejde med Wonderful Copenhagen.- Risikovurdering- Evt. organisationsdiagram.	
Bemærk at ansøgningen og de tilhørende bilag skal indsendes som én samlet pdf.	

fil.

Events i byrummet

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

Eventguide

Som en ekstra hjælpende hånd kan vi henvise til Sport Event Danmarks hjemmeside (www.sporteventdenmark.com), hvor du blandt andet finder en eventguide. I Eventguiden er der A-Z kapitel der relaterer sig til eventarbejdet, hvad enten man arrangerer en idrætsskole, et mindre EM i en idrætsgren eller et stort VM med megen medieinteresse og kamp om tilskuerpladserne. Guiden indeholder samtidig en række råd til, hvordan eventarbejdet med lidt omtanke kan tænkes miljøvenligt.

BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

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

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

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

Tilskudsmodtagerens navn: Good Boys Agency Aps.
CVR: 38371339
Projektets navn: Tour de København

Projektperiode: 1/3-2023 - 1/8-2023, Tour de København afvikles d. 1/7-2023

Indtægter	Budget	Budget året før	Noter om beløbet er ansøgt eller givet tilsagn
Tilskud fra Københavns Kommune	1.500.000		Denne ansøgning
Øvrige tilskud			
a) Novo Nordisk	2.000.000		Tilsagn givet
Honorarer	0		
Billetindtægter	0		Eventet er gratis
Øvrige indtægter	0		
INDTÆGTER I ALT	3.500.000		
Løn og honorarer	250.000		
Hegn på rute	750.000		
Start og målområde	150.000		
Sikkerhed	200.000		
Officials	300.000		
Oprydning og rengøring	250.000		
Information og anden materiale	150.000		

Diverse	150.000		
Subtotal 1	2.200.000		
Eventplads			
Scene, lys og lyd	100.000		
Strøm, vvs og kloak	50.000		
Toiletter og anden logistik	100.000		
Indhold	200.000		
Løn og honorarer	150.000		
Indholdsaktører	200.000		
Møbler og indretning	100.000		
Belysning	50.000		
Sikkerhed	50.000		
Diverse	100.000		
Subtotal 2	1.100.000		
Andet			
Marketing og branding	100.000		
Atmosfære og bannere	100.000		
Subtotal 3	200.000		
Totalbudget (Subtotal 1+2+3)	3.500.000		