

Københavns Kommune

13.10.13

Rådhuset

1599 København V

ATT: Kultur- og Fritidsudvalget

Ansøgning om at få bevillingen til projektet "Det Legende Menneske" overført til en ny version af projektet kaldet "Byggehegn 3.0"

Index:

- (1) Resumé
- (2) Ny version
- (3) Det opnås ved
- (4) Perspektiv 2013 - 2016
- (5) Prototype på "Byggehegn 3.0"
- (6) Pilot lokationer
- (7) Tidslinie
- (8) OPI (Offentlig Privat Innovation)
- (9) Budget

NB. Se vedhæftede bilag for CKO bevilling fra 2012 til E.M.I.L. (Excitement Marketing Inspirational Living). Et format, der ligger klart som et aktiv for dette projekt som en allerede realiseret grundinvestering på 2 millioner KR. (1 mill. bevilliget & 1 mill. egenfinansieret) .:

- (a) E.M.I.L.; CKO bevilling, budget samt godkendt regnskab
- (b) E.M.I.L.; formatets beskrivelse, leverancer og resultat

P.S. Ydermere er der blevet investeret 1.2 millioner KR. (funding, sponsorater, frivilligt arbejde, kamerahold, content creation, egenfinansiering, good will, GWR m.m.) i selve verdensrekorden (det 250 m2 store værk) der reaktiveres som en prototype.

P.P.S. Hvis der er spørgsmål eller lign. så sig endeligt til.

Alt Det Bedste

AYY/ Georg Emil Klem
artkunda@gmail.com
(+45) 5059 4218

RESUMÉ

Vi havde i sin tid fået en god aftale i stand med Carlsberg Byen om en placering af byrumsskulpturen "Det Legende Menneske" i Lunden, som er det grønne område der omkranser en buste af brygger Jacobsen. Carlsberg Byen begyndte dog at løbe fra deres aftaler og efter 3 forskellige forsøg begyndte både AYY, Ligro Lightning og Burö Detours at føle at deres tid blev spildt og derfor blev samarbejdet afbrudt (set i lyset af det uforholdsmæssige tidsrøveri). Dette har påført projektet store gener men ikke desto mindre er projektet blevet mere ambitiøst og formålstjenstligt, så vi takker Carlsberg Byen for deres indsats.

På baggrund af ovennævnte, har det ikke været muligt at realisere byrumsskulpturen i sin oprindelige form. Vi har derfor valgt at tage skridtet videre og gå efter den ultimative løsning, som er en mobil multifunktionel byrumsskulptur og kunstvæg, der samtidigt er prototypen på verdens fedeste byggehegn (Byggehegn 3.0)!

NY VERSION

Produktet er et nyt format og en ny tilgang til byggehegn og byggepladser og dermed til det fælles offentlige byrum, og er således i fin tråd med Københavns Kommunes visioner om "Offensive Byggepladser" og udtalte ønsker om at gøre byggepladser til attraktioner frem for irritationer.

Dermed skabes et københavnsk produkt med en høj inspirations- og demonstrationsværdi, der samtidig "city brander" hovedstaden som en innovationsplatform for gangbar og håndterbar originalitet og en potentiel exportmodel, hvor det offentlige går aktivt ind som deltagende venture investor i denne skalerbare prototype og pilot.

Her tænkes der på KFF (seed capital og interesse fællesskab) og TMF (seed capital, know how, areal sponsorat og interesse fællesskab) samt det at tage medansvar for den opgave som ligger i at demokratisere og fortsat forskønne det offentlige rum og samtidig medvirke til at co-create en potentiel export model. Tænk andre regioner og andre lande etc. P.S. Til sidst ender vi med en udstilling i Central Park og én efterfølgende verdenstourné!

...Vi kalder det for OPI (Offentlig Privat Innovation).

DET OPNÅS VED:

At transformere byggepladser og hegn til et aktiv for byen i form af et mobilt udendørs galleri der showcaser kunstnerisk intuitiv formidling og moderne byinspiration, via udviklende multifunktionelle kunstvægge.

Her menes at kunstvæggene kan ændre udtryk, form og beskaffenhed inden for materialer og rekvisitter, alt efter behov og muligheder. Dvs. en dynamisk foranstaltning der både kan fungere som byrumsskulptur, byggehegn, mobilt gadegalleri og som en kommunikations- og fremstødsplatform. Tænk "Væggen" møder en Schweizerkniv set i en multifunktionel kontekst og med dette koncept i mente. I værket indgår således både kunst, multimedie, lyskasser, plakater, reliefer, interaktion og co-creation osv.

At realisere et nyt formidlingsformat der skaber grobund for både en bæredygtig forretning på byggehegn og kreativ anvendelse af samme.

Her menes, at formatet på den lange bane skal være selvforsynende og have en cyklisk vækst der beforder løbende innovation og sofistisering.

At skabe vekselvirkning mellem kommunikation, dialog og kunst med henblik på at udvikle nye former for oplevelsesorienteret marketing.

At inddrage offentligheden og opfordre til lokalt ejerskab igennem borgerinddragelse, brugerdrevne fortællinger og kreativitet som skaber fælles erindringer.

PERSPEKTIV 2013-2106:

E.M.I.L. formatet, som ligger klar fra sidste års CKO projekt (1 million KR. blev bevilliget til udviklingen af et nyt kunstnerisk styret marketingformat til byggehegn og outdoor media), danner grobunden for dette projekt.

Se separate bilag.

Vi ansøger specifikt Realdania, Højteknologifonden, Nordeafonden og Montana, som vi allerede er i dialog med, samt andre prospekter, om støtte til en samlet realisering af et nyt hegnsformat inklusiv prototyping og test tourne (verdens fedeste byggehegn) i samarbejde med NCC og TMF.

Dette suppleres med videreudviklingen, implementeringen og lanceringen af en demokratisk internet baseret annoncerings- og kommunikationssoftware kaldet af "Postyourself", som er en særligt udviklet til at facilitere en demokratisk brug af byggehegn hvor fx. borgerne får mulighed for at købe byrummet tilbage.

Se separat bilag.

PROTOTYPE PÅ "BYGGEHEGN 3.0":

"De Legende Mennesker", Danmarks første verdensrekord i kunst, (250 m2, fællesskabt af Københavns borgere) i form af en mobil byrumsskulptur med dertil hørende marketingstrategi (social, artist-book, site, viral film, guerrilla kampagne).

PILOT LOKATIONER:

- Krøyers Plads (Noma & NCC).
- Park Museerne.
- TMF relaterede byggehegn.
- Tourne i forskellige offentlige byrum co-created med Jorn 2014 (Asger Jorns 100 års jubilæum).
- Potent indslag i forbindelse med Sharing Copenhagen (EU Green Capital 2014) som et sprudlende eksempel på Københavns evne til at facilitere borgerdrevende fremstød og tiltag.

Her vil der blive prototypet på formatets multifunktionalitet (skulptur, hegn, galleri, kommunikations- og fremstødsplatform m.v.).

TIDSLINIE:

November 2013 - Februar 2014:

- Oplæg og udformning af ansøgningsmateriale til fonde.
- Research og jura omkring regler og tekniske forbehold fra myndighedernes side af.
- Økonomisk projektering og prospekt.
- Etablering af dialog, netværksarbejde og mødeaktivitet.
- Produktion af film, web, inspirationskatalog og visualisering.

Marts 2014 - Juli 2014:

- Blue Print, drejebog og tekniske tegninger.
- Praktisk projektering, Materialer og konstruktion.
- PR strategi, profilering og produktion af content.

August 2014 - December 2014:

- Prototyping på diverse lokationer inklusiv hele produktionsapparatet.

2015:

- Evaluering + justering + viderudvikling + planlægning af nye lokationer og tourneér.

OPI (Offentlig Privat Innovation) :

NB. Det påtænkes at invitere Kbhs Ejendomme med ind i kredsen.

Stiftende partnere;

NCC

TMF

Morten Pankoke

E.M.I.L.

Prioriterede partnere;

Sharing Copenhagen

Büro Detours

Ligro Lightning

Park Museerne

Jorn 2014

Anders Garde Kongshaug

Per Nørhaven

Noma

AYY

Økonomisk partnere;

Realdania

Højteknologifonden

Nordeafonden

Montana

Augustinus Fonden

Tuborgfondet

Nykredits Fond

Wonderful Copenhagen

KFF

CKU

NCC

TMF

Brand Guards;

Lennart Ricard

Anders Høiris

Jan Gehl

Christian Have

Mette Flink

Kommentarer;

Efter dialog og møder med de relevante fonde, instanser og erhvervspartnerne, indgås de mest kompatible samarbejdsaftaler i henhold til at opnå det rigtige "match".

Projektet har det statsautoriserede revisionsfirma J.S. Revision tilknyttet som revisor og bogholderi. På den juridiske front og den teknisk rådgivning er advokatfirmaet Lassen Ricard tilknyttet.