



D. 24 Feb.2012

## **INDHOLDSFORTEGENELSE**

• <b>Intro:</b>	<u>2</u>
• <b>Foreninger og aktiviteter:</b>	<u>3-4</u>
• <b>Fredag:</b>	<u>5-6</u>
A Skoler.	
B Praktisk udførelse.	
C PR.	
• <b>Lørdag:</b>	<u>7-9</u>
A Strategi.	
B Festivalens opbygning.	
C PR.	
• <b>Formål:</b>	<u>9</u>
• <b>Kalender:</b>	<u>10</u>
• <b>Budget:</b>	<u>11</u>





D. 24 Feb.2012

Ønske om støtte på kr. 130.000 til Copenhagen Street Festival 2012.

Copenhagen Street Festival er et årligt tilbagevendende vinterarrangement, med fokus på gadens sport, musik og kunst. Copenhagen Street Festival, består af 15 foreninger og organisationer, der hver især repræsenterer en gren af street kulturen. Sammen danner de ramme om en sjov, spændende og inspirerende festival, som repræsenterer nutidens nymoderne alternative kunstformer, musik og gadeidræt. Copenhagen Street Festival blev afviklet første gang tilbage i 2007, i samarbejde med Kultur og- Fritid og stærkt inspireret af Kulturhavn. Siden har festivalen vokset sig større år efter år. Copenhagen Street Festival er for all, børn, familier, unge og voksne i alderen 9 år og opefter. Festivalen strækker sig over to dage, *fredag* og *lørdag*, og byder på workshops, fri lej og underholdning. Festivalen afvikles d. 23 - 24 November kl. 10.00 – 20.00 – Tappe 1 på Vesterbro og huser 2500 – 3000 mennesker. **Fredagen** er forbeholdt workshops for folkeskolerne, hvor de unge bliver introduceret for foreningslivet og får mulighed for at prøve kræfter med break, Hip Hop, Rap mm. **Lørdagen** vil der i formiddagstimerne være åben hus for familier, hvor far/søn, Mor/datter team, eller hele familien kan komme forbi og smage på de mange gadeidrætskulturer. Om eftermiddagen står den på høj kvalitetsunderholdning, hvor inviterede kendte gadeidrætsudøvere dystet og konkurrerer om at bliver årets street festival konger.





D. 24 Feb.2012

## **Copenhagen Street Festival præsentere:**

### **Skate boarding & Bike zone:**

*Wonderland Skate Park* & *Danske free style cyklister* danner rammen for vores skate and bike competition area. Her vil festivalens konkurrencer blive afviklet, og vil tiltrække nogle af Danmarks bedste inden for feltet.

### **Baal zone:**

*CSS*, *FDC+*, *City Girls Street Soccer* & *Fair Play Basket*

præsenterer festivalens boldspil, som byder på en rigtig høj kvalitetsunderholdning inden for fodbold og basket i mange forskellige slags udstrækninger.

### **Hip Hop Music zone:**

*Rap Kings*, *Klokkergården*, *KNA connected* & *Rap politisk* arrangerer hovedscenen hvor der kan opleves etablerede navne såvel som upcoming indenfor dansk rap/hiphop. Der vil være masser af dj's og mc 's til at præsentere deres skills på mikrofonen og bag pladespillerne. Her vil være repræsentanter indenfor booking/management, musikudrustning, dj-udstyr, dj foreninger og mange andre. rappere vil dyste mod hinanden om den bedst skrevet og udførte tekst- et trækplaster i sig selv.





D. 24 Feb.2012

### **Street Art zone:**

**Copenhagen Cruise** & **Secret Wars:** Opføre en ny form for aktiv ”installationskunst”. Store lærred opstilles og kunstnere battler mod hinanden i hold af to vs. to, hvorefter publikum efterfølgende afgøre, hvilke af værkerne der er flottest. Her vil være rig mulighed for at blive inspireret og få indblik i de nyeste trends indenfor kunstverdenen. Der vil også være mulighed for at få lavet endagstatoveringer, tegne og farvelægning mm.

### **Dance zone:**

**Break Point** & **Ungdomsskolen:** Præsentere B-boying, som er en af hiphoppens faste elementer, og her vil være masser af street-dancere til at udføre shows og workshops.

### **Street floorball zone:**

**Idrætsfabrikken,** **KBH Floorballe** & **Cykel Polo KBH:** Præsentere floorball samt cykel polo, som er en meget unge og stadig ukendt gadesport i DK. Det er underholdende at kigge på og det går stærke når der spilles hocky på street biks.

### **Playground zone:**

**CPH Parkour** & **Line Dance:** Vil være hovedentreprenør bag et større seet op bestående af sammensatte klatre, hænge, springe, balance og kravlemoduler, så publikum får mulighed for, at teste motorikken mm.

### **Street fighe zone:**





D. 24 Feb.2012

**Malungos Copenhagen:** Vil inddrage, undervise og underholde publikum, i den ædle dansende kampsport Capoeira. Her vil man kunne opleve flikflak, kolbøtter og flyvende ben.

### **Aktivitets kalender 2012:**

#### **Organisering:**

##### **Fredag:**

**Strategi:** I første omgang har man tænkt sig at være meget begrænset i forhold til fredagen. Dvs. at inddragelsen af skoler, elever og antal udbydende foreningsworkshops, vil være nøje udvalgt, så man starter med enkelte skoler, foreninger og klasser de første par år. Og på den måde får opbygget et langsigtet, stabilt og fornuftigt fundament. Festivalen er opbygget omkring foreningslivet og den frivillighed der ligger, så det skal også være sjovt at arbejde med festivalen.

**Fremgangsmetode:** En af de vigtige spillere i inddragelsen af folkeskolerne, er Ungdomsskolen. Konceptet er at ungdomsskolen primært har ansvaret for, at udvælge, kontakten og etablere den daglige kommunikation/kontakt til de folkeskoler, som skal være en del af Copenhagen Street Festival om fredagen.

**Praktisk udførsel:** Workshops dagen er tænkt i:

- Seks skoler, alle fra 8 klasse, udvælges fra forskellige områder i KBH og inviteres.
- Seks foreninger udbyder workshops af 45 min. til hver street aktivitet.  
Dvs. ca. 15 min til at bevæge sig fra område til område, samt kort intro inden start.





D. 24 Feb.2012

- Skolerne ankommer på location. Her vil de blive modtaget og introduceret for hvilke workshops der står til rådighed.
- Hver elev kan kun melde sig til to ting ud af de seks. Dette skyldes tid og koordinering.
- De seks skoler vil være delt op i to tids blokke: De første **TRE** skoler kommer kl. **08.30** og de næste **TRE** skoler møder ind kl. 11.30. Så for en klasse vil dagen typisk vare ca. tre timer.
- Alle workshops starter samtidig, dvs. kl. 09.00 – 09.45 & kl. 10.00 – 10.45. Pause kl. 11.00 – 11.30.
- Workshoppen vil være udviklet af den enkelte forening/ organisation og tilpasset den fælles røde tråd (*Eksposering, inddragelse, indlæring og indmeldelse*)
- Workshops skal fungere som en smagsprøve og har man lyst til at prøve en aktivitet mere, har man mulighed for at komme igen dagen efter, lørdag mellem kl. 10.00 – 13.00.

	Paquer	Rap	Dans	Basket	Bmx	Fodbold	Øvrige zoner
09.00 -09.45							
10.00 -10.45							
11.30 -12.15							
12.30-13.15							

**PR strategi:** Det er styregruppens overordnet ansvar, at informationsmateriale og andet flyer/PR bliver distribueret ud til skolerne og ender i de rigtige skuffer.





D. 24 Feb.2012

Festivalens generelle design i forhold til undergrunds look, tryk, signal, tekst mm. udformes og besluttes i store træk, af foreningerne.

### Lørdag:

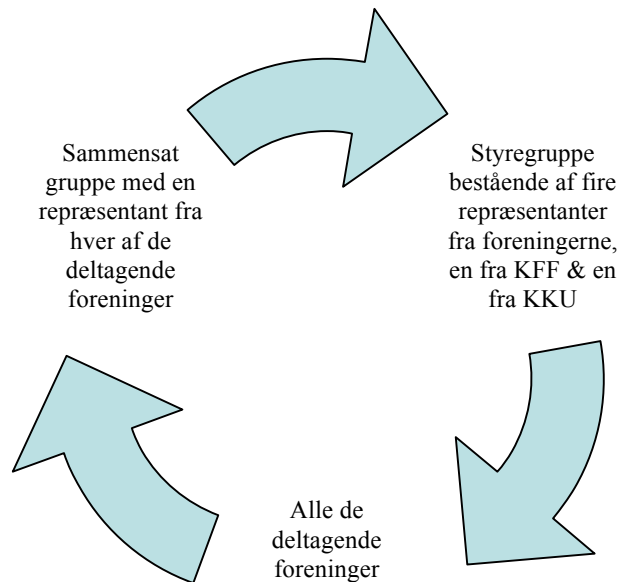
**Strategi:** Dag to, lørdag, skal fungere som en ommer, hvor man bygger -op -omkring de samme værdier, sammensætninger, programmer og samarbejdspartnere fra street festivalen 2011, men med forbedringer og justeringer, baseret på de erfaringer og den knowhow, man har gjort sig fra sidste års afvikling. En af de nye ting man har åbnet op for sidste år, 2011, er hele implementeringen af workshops/ fri lej delen, for far/søn eller mor/datter temaer! Familieinddragelsen var en kæmpe succes, så derfor vil hele formiddagen igen blive afsat til familierne. Det falder samtidig i fin tråd med festivalens ambitioner om, at blive en mere folkevenlig vinterattraktion.

**Fremgangsmetode:** Det vil være samme arbejdsmodel som tidligere, hvor det er foreningerne og organisationerne som i fællesskab, udtænker festivalens koncept, arbejdsgang, inddragelse osv. I et forsøg på at strukturere festivalen bedst muligt, har man lavet en intern standartopbygning, som skal sikre at man får det optimale ud af de energier og gode ideer som ligger derude. Modellen er sammensat ud fra folks tid, prioriteter, kompetencer mm.:





D. 24 Feb.2012



**Praktisk udførelse:** Der vil være fastlagte aktiviteter løbende gennem hele dagen:

- Åbent for alle hele dagen.
- Zonerne repræsenteres, planlægges og afvikles, udelukkende af foreningerne og organisationerne selv. På den måde, får hvert område deres personlige look og afspejler bedst muligt, den profil den pågældende forening ønsker. Der vil også, ligesom sidste år, blive udarbejdet individuelle rekrutteringsstrategier, så foreningerne får de mest optimale vilkår, for at få nye medlemmer.
- Formiddagstimerne tilbyder familie temaer, samt workshops og fri lej.
- Eftermiddagsprogrammet vil byde på flere planlagte aktiviteter med konkurrencer og høj underholdningsværdi.







D. 24 Feb.2012

**PR strategi:** Eksponeringen har hele tiden været afhængig af, at de deltagende foreninger tager ejerskab af festivalen og får trukket deres gruppering med. Dvs. at en meget stor del af PR og kommunikationsansvaret, ligger ude i den enkelte forenings lokalnetværk! Festivalen har en design, PR og kommunikations sektion, bestående af en gruppe repræsentanter fra de deltagende foreninger. Gruppen arbejder udelukkende med brand og distribuering af festivalens materiale og hjælper bl.a. de enkelte foreninger og organisationer med, at udforme lokale flyers og løbesedler, som målrettet eksponere den pågældende forening i miljøet, *sammen* med festivalen.

#### **Formål:**

- At give de unge, ældre, familier og foreningerne, en 2 dags årlig tilbagevendende vinterevent, der giver muligheden for, at man kan vise sine evner gennem et større udstillingsvindue end normalt og samtidig kunne være med i et større fællesskab, hvor man netværker og inspirere på tværs af bygrænser og aldre.
- At man gennem aktiviteten får tilgang og mulighed for, at nedbryde de negative fordomme der ligger blandt de unge, bydelene i mellem.
- At alle de deltagende parter skal tage ejerskab af Festivalen, så den konstant kan være i bevægelse og under udvikling i samarbejde med lokale kræfter.
- At foreningerne får flere medlemmer og eksponering gennem workshops.
- At deltagerne får inspiration/ ideer som kan smitte af på de enkelte lokalområders foreningsliv.





D. 24 Feb.2012

**Kalender:**

Jan.–Mar.	Etablering af samarbejdspartner og udvalg (opsøgende/trækker på eksisterende netværk)	PR strategi Skoler Foreningerne	Udvælgelse af lokalområder.	Godkendelse af dato for location afvikling
Maj- Nov.	Marketing/PR	Opsamling, status, møder og opfølgning på arbejdsgrupper og foreninger.	Afvikling af stævner og aktiviteter løbende.	
<b>Nov. 23-24</b>	Afvikling af festival i Tappe 1 på Vesterbro			
Dec.		Evaluering, aflæggelse af regnskab og opfølgning i arbejdsgrupperne	Ansøgning og fastlæggelse af afviklings location for 2013	





D. 24 Feb.2012

### Budget:

Udgifter		Kommentar
Opsætning / Nedtagning	5.000	
Lys, lyd	20.000	
Kommunikation	10.000	Xtern, presse mm.
PR	50.000	Plakat, web. design mm.
Leje af lokation	50.000	
T-shirts	15.000	
CODAK,	5.000	Musikafgift
Paquer	5.000	Workshop, baneleje, transport af materialer
Dokumentationsmateriale	10.000	Film, billeder, grafisk mm.
Forplejning	10.000	Mad, frugt, til deltagerne.
Basket	10.000	Workshop,baneleje,transport
BMX & Skate	10.000	Materialer,Workshop,transport
Musik	10.000	Workshop,materialer,transport
Street Art	10.000	Workshop,materialer,transport
Fodbold	20.000	Workshop,baneleje,transport
Dans	10.000	Workshop,materialer,transport
Administration / Opsøgende arbejde	50.000	
Eventuelle	10.000	
<b>Samlede udgifter i alt:</b>	<b>310.000</b>	

Indtægter		Kommentar
Selvfinansiering	40.000	Bevilligede
<b>Kultur og- fritidsudvalget</b>	<b>130.000</b>	<b>Søges hos Kultur og- Fritid</b>
KKU	30.000	Bevilligede
Vesterbro Lokaludvalg	20.000	Afventer
Valby Lokaludvalg	20.000	Afventer
Klar, Parat puljen	10.000	Afventer
Byfornyelse Vesterbro	30.000	Afventer
Fonde og sponsorater	30.000	div.
<b>Samlede indtægter i alt:</b>	<b>310.000</b>	

