

# 48 TIMER Festival 2022

*Københavns farverige og mangfoldige  
samskabelsesfestival på Nørrebro.*



*Hvert år når foråret kommer og solen begynder at lunge, går foreninger og borgere, private og offentlige aktører sammen om at skabe en 48 timers festival på Nørrebro. Indholdet leveres af en række lokale aktører - kunstnere, erhvervsdrivende, uddannelsesinstitutioner, borgere, ildsjæle mm. Indslagene og de mange events er fordelt over hele Nørrebro, og de bliver faciliteret, samlet og synliggjort af et koordinerende festivalkontor under Foreningen af Blågårds Plads.*

## Formål

48 Timer Festival vokser ud af Nørrebros og Københavns frodige kulturmiljø, og den skal fremme byens og bydelens sammenhængskraft. Vi vil være Danmarks mest rummelige, givende og borgerdrevne kulturfestival.

Vi overrasker og inspirerer byens borgere og turister ved at præsentere og tematisere mangfoldigheden af kulturudtryk i vores by. Vi dyrker og styrker kulturmøder og fællesskaber, og vi fremmer netværk mellem aktører, frivillige, institutioner, private erhvervsdrivende mm til gavn for byens kulturliv. Selvom festivalen kun varer 48 timer, gøder den hele Københavns kulturliv, som vi har glæde og gavn af i 365 dage om året.

Festivalen eksperimenterer. Vi ved ikke præcis hvad indholdet bliver, kun at vi fremmer det mangfoldige og nye samarbejder. Ligeledes afprøver vi hvert år nye måder at bruge bydelens forskellige rum, ved at afvikle events på forskellige uventede steder. Det giver nye perspektiver på både stedet og det kunstneriske indhold.

Det er et mål at favne så bredt som muligt i forhold til målgrupper, aktører og kulturudtryk. Samtidig hjælper festivalkontoret med, at events bliver planlagt og udført på en professionel måde. Kulturmøder, fællesskaber og mangfoldige, kvalitetsrige kulturudtryk er kerneelementer i vores hverdag på Nørrebro, som det er nødvendigt at pleje og udvikle i opnåelsen af et stærkt og inspirerende lokalsamfund.

Hvert år inddrager vi nye, mindre erfarne aktører på Nørrebro og gør dem til arrangører og medafsendere på festivalen. Ved selv at planlægge, afvikle og medfinansiere et event, får de kompetencer indenfor entreprenørskab og bevidstheden om at kunne have en positiv og relevant indvirkning på lokalområdet. Der er jævnligt ballade på Nørrebro, og festivalen er med til, at borgerne indtager byrummet på en styrkende, bidragende og tryk måde uden at ekskludere nogen.



Billeder fra 48 Timer Festival 2020

## Lokal forankring

48 Timer Festival fandt sted første gang i 2012 på initiativ af kulturhusene på Nørrebro. Målet var at fremme samarbejde mellem kulturaktører på Nørrebro og at præsentere bydelens mangfoldighed på en positiv måde for Københavnerne og turister. Fra 2021 har Foreningen af Blågårds Plads overtaget ledelsen af 48 Timer festival. Samtidig er fokus i endnu højere grad drejet i retning af at inkludere og involvere alle foreninger, aktører og befolkningsgrupper i bydelen.

Forudsætningen og grundkernen for 48 Timer Festival er samskabelse, fællesskab og matchmaking på tværs af bydelen, organisationer, foreninger og private. Der er et krav om samarbejde og nærlokal forankring i hvert enkelt arrangement under festivalen og cirka 90 lokale aktører bidrager til festivalens indhold. Et eksempel herpå fra 2019 var da Folkebevægelsen mod Ensomheds fællesspisningsinitiativ, Danmark Spiser, blev ført sammen med Osrarhuset, jazzmusikere, en gratis 'krea workshop' for børn, en danseoptræden og bålhygge. Et match som gav mening for alle parter, og som der efterfølgende var potentiale for at videreudvikle på.

Festivalen styrker lokalsamfundet ved at knytte det lokale foreningsliv sammen med dels socialt udsatte unge fra Nørrebro og dels 165 unge mennesker, som studerer e-design og multimediedesign på hhv. Københavns Erhvervsakademi (KEA Nørrebro) og Sjællands Erhvervsakademi Zealand. På den måde inddrages de socialt udsatte unge i det forenings- og organisationsliv, som vi ønsker, de kan lære at begå sig i. Desuden er de unge studerendes engagement en stor gevinst for festivalen. På KEA Nørrebro har 85 e-design studerende en månedens undervisning, hvor de skal bygge 10 installationer og fylde dem med indhold under festivalen.

## Festivalens aktiviteter

Programindholdet kan være alt fra kunst på metrohegnet, til rullende live koncerter på den mobile jazzmobil, undervandskoncert i svømmehallen, byvandring med unge fra helhedsplanerne og de store åbnings- og afslutningsevents med livemusik, DJ's, dans og spændende streetfood. Der etableres info- og event-spots på Nørrebro med generel information om festivalen og flere kulturaktiviteter, skabt igennem matchmaking.

Overordnet sigter festivalen efter at gøre kulturen lettilgængelig og levende for både skabere og besøgende. Vi efterstræber et 'spraglet' og alsidigt program, med mange små, usædvanlige, sjove og lærerige arrangementer indenfor kunst, musik, bevægelse, mad og debat. Vi leger med, hvad en svømmehal, en grønthandler eller en pladebutik kan være ramme om. Hvad sker der med vores forventninger til omgivelserne, når deres normale funktioner vendes på hovedet? På hvilke måder kan dette gøre os klogere på os selv, vores kultur og vores fælles rammer?



*Keep Nørrebro Weird*

Til Keep Nørrebro Weird paraden i 2019 gravede vi ned i undergrunden og eksponerede de musiske aflejringer i brokvarteret. Flankeret af Ungdomshusets demovogn besøgte vi fire selvudgivende musikforhandlere til en tour de force ud i kompromisløs nichemusik på vejen gennem bydelen og afslutningsvist til den store åbningsfest på Den Sorte Plads.

Festivalen starter fredag med en større åbningsevent. I 2016 var åbningssevenen ved Hans Tavsens Park i Rabarberlandet, i 2017 i Stefansgadekvarteret, i 2018 på Blågård's Plads og i 2019 på Den Sorte Plads på Ydre Nørrebro. Hvert år samarbejder vi med lokale aktører, som hjælper med planlægningen og afviklingen af eventet. Festivalens afslutningsevent foregår normalt på Sankt Hans Torv, i år i en mindre udgave i baggården på Union. Årets åbningsevent måtte desværre aflyses på grund af coronarestriktioner.

## Udvælgelse og matchmaking

Alle, som har en idé til et indslag på festivalen, som har lyst til at lægge scene til en event, eller som gerne vil medvirke på en anden måde, kan byde ind ved at udfylde en formular på 48 Timers hjemmeside. Herefter tager vi kontakt til aktøren og sørger for at få alt på plads, så eventet og indholdet passer til festivalen og de logistiske rammer.



Aktørerne er primært selv ansvarlige for planlægning, afvikling og finansiering. Festivalkontoret forpligter sig til gengæld til at give aktørerne en massiv synlighed via intensivt PR-arbejde for festivalen. Begge parter forpligter sig dermed og holder hinanden oppe på at levere et kulturelt arrangement under festivalen.

Festivalkontoret er ikke smagsdommer. Der er højt til loftet, hvad angår de forslag, som kommer ind, fordi mangfoldighed er en vigtig del af festivalens identitet. Vi ønsker events som er noget helt særligt, og som repræsenterer Nørrebro-aktører og arenaer eller forholder sig til Nørrebros sociale, kulturelle og historiske virkelighed.

Man skal helst samarbejde med minimum én anden aktør. Har man ingen samarbejdspartner, så hjælper festivalkontoret med at matche aktøren med en eller flere spændende partnere. Det gør vi for at få mindre erfarne kræfter i spil og for at styrke netværk og kontakter mellem aktører, hvilket i længden styrker sammenholdet internt i bydelen.

Hvis idéen man kommer med ikke er færdigudviklet, kan vi assistere med logistik, erfaring, teknisk support, udlån og transport af udstyr eller andre ressourcer, så aktørerne kan afvikle deres arrangement med succes. Vi giver også må økonomiske saltvandsindsprøjtninger til udvalgte projekter, for at fremelske de helt særegne og vedkommende, intime kulturproduktioner.

Festivalkontoret hjælper således mere uprøvede aktører og giver dem et skub, så de kan prøve kræfter som kulturentreprenører. Det er med til at give festivalen sit snørklede, men også særlige og vedkommende præg. I festivalens DNA ligger også et ønske om at styrke de små kulturaktører, så de står stærkere efter festivalen. Alle aktører får tilbud om inddragelse i beslutninger vedrørende festivalens udformning og udvikling i form af tilbud om diverse workshops op til festivalen og evalueringer efter festivalen.

## 48 TIMER Festival i 2022, 2023 og 2024

De kommende tre år, vil vi udvikle og konsolidere festivalen. I år er første år, hvor Foreningen af Blågårds Plads leder festivalen, og der foregår derfor meget overlevering af viden fra den tidligere ledelse i forbindelse med 2021 festivalen.

**I 2022** har vi fokus på at udvikle en form for, hvordan foreningen skal drive festivalen videre i samarbejde med kommunen og de forskellige aktører. Vi introducerer vores 'Kulturkompass', som beskrives nærmere herunder.

**I 2023** har vi fokus på flere strategiske samskabelsesprojekter med organisationer i stil med vores samarbejde med KEA. Det kunne fx være NEXT og deres bygge & anlægs uddannelser. Målet er, at organisationerne får konkret udbytte af samarbejdet og føler ejerskab for deres del af festivalen.

**I 2024** har vi fokus på, at Kulturkompasset bliver en ledetråd og et kreativt 'benspænd' for alle festivalens aktiviteter og samarbejdspartnere. Målet er, at 48 Timer Festival på Nørrebro nu er en etableret og velkendt event i hele regionen, og at foreningen har den viden og erfaring samt de værktøjer og samarbejdspartnere der skal til, for at drive festivalen succesfyldt videre

### Kulturkompass

Kulturkompasset bliver et inspirations- og styringsværktøj for festivalen, som er inspireret af FNs verdensmål for bæredygtig udvikling. Med kompasset vil man kunne vurdere hvordan festivalens forskellige aktiviteter ligger i forhold til de værdier og mål vi ønsker at styre efter. Gennemgående mål vil være bæredygtighed, ligestilling, samskabelse, lokal forankring, inklusion af alle befolkningsgrupper, fokus på mental sundhed og sårbare mennesker mm. Der vil desuden være skiftende mål de forskellige år.

Festivalens støtte til forskellige aktiviteter i form af vores 'saltvandsindsprøjtninger' kan være betinget af, at man i en hvis grad opfylder de mål og værdier, som defineres gennem Kulturkompasset. Det kan også være et redskab i forhold til at tilskynde aktører til at indgå relevante og givende samarbejder.



## Målgrupper

De primære målgrupper er:

- **Københavnere**, der får muligheden for at besøge og stifte bekendtskab med et Nørrebro, de måske ikke ser til daglig. Målgruppen består af alt fra børnefamilier, unge, voksne og ældre. I denne målgruppe findes også lokale fra Nørrebro, som får muligheden for at tage del i en byfest, der fejrer og viderefører 'Nørrebro-ånden'.
- **Børn og unge**, som udgør ca. halvdelen af nørrebroerne (39.868 personer ud af 80.066, dvs. 49,8 %. Kilde: statistikbanken, 2016. [www.kk.dk](http://www.kk.dk)) Børns mulighed for at udfolde sig og deltage i kulturelle oplevelser er vigtig for det gode barneliv og en vigtig del af børns udvikling og dannelse.
- **Nørrebro aktører**, som får eksponering og forbindelse til et bredere lokalt netværk i bydelen, som følge af at få klarlagt nye samarbejdsmuligheder.
- **Unge aktører** herunder socialt udsatte. Vi samarbejder bl.a. med Fritidsakademiet (FRAK), Ressourcecenter Ydre Nørrebro, studerende fra fx. Københavns Erhvervsakademi og Zealand Erhvervsakademi, som lærer, hvordan et større kulturarrangement koordineres, udvikles og afvikles, og således inddrages i det danske foreningsliv. 48 Timer vil bidrage til at skabe demokratiske borgere og fællesskaber, som er en vigtig opgave for Nørrebro som helhed.

Oprydningen efter åbningsfejeren i 2019 blev forestået af Ressourcecenter Ydre Nørrebro, som arbejder med at engagere unge, socialt udsatte på Nørrebro, så de kan opleve at være en positiv del af samfundet. En lignende organisation, FRAK (modtager af Kronprinsparrets Sociale Stjernedryspris), samarbejdes der ligeledes med.

I 2019 var et nyt tiltag et 'børn og unge-åbningsevent i samarbejde med Vores Kvarter og Idrætsprojektet, specifikt henvendt til socialt udsatte børn og unge fra Nørrebro. Her fremførte de musik, som de havde lavet op til begivenheden i lydstudier, ungdomsklubber, foreninger og på musikskoler. På den måde fik de unge anerkendelse og en anden slags opmærksomhed, end de er vant til i hverdagen, og det sikrede samtidig, at de havde noget at arbejde frem imod. Desuden bidrog det til at bygge bro mellem unge, etablerede klubber, foreninger, festivalen og kulturlivet på Nørrebro.

Projektet var en succes, som vi arbejder videre med og udvikler på i samarbejde den lokale helhedsplan Vores Kvarter, der anser projektet for at være en god model for et tryghedsskabende og positivt initiativ for de unge. Konceptet er blevet videreudviklet, så der kommer en større og mere professionel udendørscene foranlediget af de unges og samarbejdspartnerne efterspørgsel.

### Samarbejde med andre festivaler

48 Timer Festival samarbejder med flere andre kulturarrangører og events, hvilket giver gode synergieffekter. To nyere samarbejder er med Blågårds Festival og Talk Town.

Gennem Foreningen af Blågårds Plads har vi et tæt samarbejde med Blågårds Festival. Den har en anden profil end 48 Timer, men festivalerne har det tilfælles, at de foregår på Nørrebro med stor lokal forankring, at de begge vil fremme tryghed i området og at udsatte grupper er et fokusområde både som publikum og aktører.

Talk Town er en festival med debatter, workshops og koncerter, som har køn, ligestilling og feminisme i fokus. Talk Town finder i 2021 sted i ugen efter 48 Timer Festival, hvor de bidrager med 'Talk Town og SIGNS lørdagsbar', der handler om repræsentation af kvinder i musikbranchen, hvilke problemstillinger der imødekommer, konkrete løsninger dertil og efterfølgende koncert.

## Årets 48 TIMER Festival

48 Timer Festival 2021 afholdes som én af de allerførste festivaler i Danmark i 2021 efter en lang corona-vinterhi. Det skal være en corona-venlig festival! De store arrangementer er undladt eller lavet på en anden måde, så vi overholder alle retningslinjer.

Se programmet her: <https://www.48timerfestival.dk/program/>





## Markedsføring

Vi sørger for synlighed af alle festivalens enkelte events i et samlet festivalprogram, der udgives digitalt på hjemmeside og formidles via Facebook og andre sociale medier. Vi producerer også små videoer, historier og grafisk indhold, som folk får lyst til at dele på Facebook og Instagram mm. Derudover sørger vi for synlighed af festivalen overordnet set i byrummet (Info- og Eventspots, Åbnings- og Afslutningsevent, plakater, flyers, bannere m.v.) og på de sociale medier samt i medier som ex. diverse dagblade, lokalavisen, radio m.v.

Vores aktører kommunikerer tæt med festivalkontoret i forhold til festivalens formidlingsarbejde og udbreder deres egne indslag samt det samlede festivalprogram ud i egne netværk. Vi har en meget stor samarbejdsplatform, og vores aktører vil på forskellig vis invitere folk i lokalområdet. Festivalen sørger for, at alle bruger vores udarbejdede pressemateriale, logoer mv.

I månederne op til festivalen, ansætter vi en erfaren PR-medarbejder, der også vil være mentor for frivillige med kompetencer indenfor kommunikation og markedsføring. De skal sammen danne et hold, som sørger for placering af historier, pitches og generel pressedækning af festivalen.

Vi vil vurdere og evaluere markedsføringsindsatsen i forhold til følgere på sociale medier, hvordan vores følgere interagerer med opslagene og hvor mange, der kommer til de enkelte events. Vi vil også evaluere i forhold til presseomtale i forbindelse med festivalen.

## Forventede resultater

48 Timer er blevet en fast del af Nørrebro for både besøgende og aktører, og fra 2012-2019 voksede festivalen år for år med stadigt flere deltagere, besøgende og mere synlighed i pressen. 48 Timer rundede i april 2019 festival #8, med lidt over 100 deltagende Nørrebro aktører og samarbejdspartnere, 116 unikke kulturarrangementer og ca. 12.000-15.000 besøgende fra hele København. Den udvikling betyder også, at festivalen er blevet mere attraktiv for frivillige at engagere sig i. Der var i 2019 ca. 400 frivillige fordelt på festivalkontor, arbejdsgrupper og aktører.

I 2020 og -21 bliver festivalen præget af corona restriktioner. I 2022 forventer vi minimum samme tal som i 2019 og muligvis også en stigning, ud fra festivalens udvikling og vores store kontaktholdes tilkendegivelser.

48 Timer Festival sætter rammen for det gode kulturliv, med høj kvalitet for alle, og udviklingen af kulturen understøtter Københavns Kommunes ambition om social inklusion og øget medborgerskab. Vi understøtter og formidler det lokale forenings, musik og kulturliv, og vi indgår i tæt samarbejde med kultur- og uddannelsesinstitutioner. 48 Timer Festival vil inkludere, løfte og synliggøre alle de positive fællesskaber og fortællinger, der er i bydelen, så alle kan møde kulturen i deres lokale kvarter. Resultatet er et styrket tværgående samarbejde, ligesom vi fremmer brobygningen mellem borgere og foreningslivet.

## Evalueringsproces

**Vi måler projektets succes på nedenstående parametre:**

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

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



## Organisation

48 Timer Festival skabes af lokale foreninger, aktører og frivillige i samarbejde med kulturhuse og institutioner som Støberiet, Kapelvej 44, Nørrebrohallen, Osramhuset, Nørrebro Bibliotek, Blågårds Bibliotek, Korsgadehallen, Union og KEA Nørrebro. Det koordinerende festivalkontor består af repræsentanter herfra, og den overordnede ledelse er forankret hos Foreningen af Blågårds Plads. [Se mere her](#)  
Via underliggende arbejdsgrupper har vi kontakt til de omkring 100 aktører på festivalen. Arbejdsgrupperne er:

1. **Festivalkontoret**  
Ansvarlige for økonomi, fundraising, sikkerhed og den overordnede koordination af arbejdsgrupperne. Endvidere økonomistyring og udarbejdelse af regnskab, afrapportering og evaluering.
2. **Frivilligkoordinering**  
Står overordnet for koordineringen af hele frivilligdelen på festivalens festivalkontor og i arbejdsgrupperne. Herunder at udarbejde frivilligstrategi, som indeholder en plan for rekruttering, mobilisering, fastholdelse og pleje af de frivillige.
3. **PR og Kommunikation**  
Står for den overordnede PR-strategi og formidlingen af festivalen på relevante platforme.
4. **Program og indhold**  
Ansvarlige for den indholdsmæssige del af festivalens program. Kontakten til aktørerne/arrangørerne frem til det færdige program samt koordinationen. Administration af de økonomiske saltvandsindsprøjtninger til events.
5. **Aktørservice**  
Ansvarlige for den tekniske support til aktører. Herunder hjælp med udlån af AV-udstyr og vejledning inden for ansøgninger om afholdelse af events i byrummet, renhold, sikkerhed m.v.
6. **Info- og eventspots**  
Ansvarlige for planlægning og afviklingen af festivalens ti spots overalt på Nørrebro.
7. **Åbnings- og afslutningsevent**  
Ansvarlige for de to events i begge ender af festivalen, som hhv. markerer åbning af og afslutning på festivalen.

Vi ønsker i 2022 at ansætte en deltids projektleder samt i månederne op til festivalen en PR-medarbejder. Dygtige professionelle indenfor forskellige områder engageres desuden som mentorer for et hold af frivillige eksempelvis indenfor markedsføring, foto, SoMe, eventafvikling mm.

De frivillige vil få en masse hands-on erfaring med kulturproduktion. De vil også deltage i en eller to udviklingsdage, hvor de lærer om festivalen, om samarbejde, foreningsarbejde og arbejde med kulturprojekter. Vi vil også undersøge mulighederne for at give de frivillige en form for betaling i form af gratis kulturoplevelser, da vi ønsker at de frivillige engagerer sig og føler en stor grad af ansvar i forhold til festivalen.

## Deltagende aktører og samarbejdspartnere de sidste år

OHOI! - 85 studerende fra KEAs e-design linje - Videomøllen - Blågårdens Apotek - MakerShirt - Kimia - Natha Yogacenter - Bioteket - Huda Al-Kazwine - Verdenskulturcenteret - Områdesekretariatet Lundtoftegade - Arthur Lederer og Angela Østergaard - Solibus - Sjællandsgade Bad - Sahaj J. Porslund - GRO SELV - Garagen - Global Kidz - World Dance Academy - Ghetto Tours / Ydre Nørrebro Ressourcecenter - Eventivists - Rapolitics - Cafe Mellemrummet, Ravnsborggade 11 - KBH+ - SheZone - Osramhuset - Trashy Bitches - Foodsharing CPH - TagTomat - Descroix Vin - Bubble Bike - Byhaven 2200, Nørrebroparken - Madsamling Nørrebro - Decideret - BLAA GALLERI - TIL VÆGS i Lundtoftegade - Isværkstedet Stefansgade - Blågården Bibliotek - Støberiet - Clinton Stewart (Craftsman) - Buddha Bikes - SideCar - ØEN - Spillestedet Stengade - BAGHAVEN - KNAS - Turning Tables - Empire Biograf - Barkowski - Spise/Bar20 - Teater GROB - Nørrebro Jazzklub - Kaffebaren Heimdalsgade22 - Know Your Bro - LetsGo - United Sound Systems - L.O.W - KoncertKirken - Send Flere Krydderier - KulturSkaberne - Dinner & Docs - MuteState - The Flower of Life - Klovnene Antoine Innocente - Urban Explorer Copenhagen - ElStudio - DOF Skole for Orientalskdans - Sisha - Nour Amora - DiGusto Italian Streetfood - YARD, KK Ungdomsskole - WhiskeyOrdn - Raining Poetry Nørrebro - Spillestedet Alice - Astrid Noacks Atelier - YOGA v/ Anna Anuttara Pihlgren - Behind Handlebars - Insekt KBH - Brorsons Kirke - Copenhagen Bike Polo Club - Caféen Skjolds Plads - Copenhagen Visitor Center - Danish Muslim Aid - Ensemble Blæst - Small Press CPH - Øen Records - Percy Records - Rekords, Palmespre - Joy - Insula Music - The Lake - Tjili Pop - Team Coordinator - Jepal - Lars Fucse - Sorte Firkant - LitteraturHaus -





Matt Makes Stuff - VINK - Anna Kirken - 2200 Fortællinger - Solidaritetshuset - ContainerBy Detour - Projekt16 & KBH+ - Silent Event - Tiny House - T.N.G. PROJECTS - Caribbean Culture Drop - AKB Lundtoftegade - Almen Modstand - Forlaget Hunov & Haffgaard - Byræv - UNION - Golden Days Festival - Talk Town x SIGNS - Kapelvej 44 - Menneskebiblioteket - Nat Pod'en - Relational Spaces - DOKU-Teater - Nørrebro Pladespiller Laug - Dub Manza Soundsystem - Freetown Sound - Nørrebro Bibliotek - MAN CAVE - Street Under Buen - Kommunal Kunst og Teknik - Yujin Jung - Maria Nadia Nielsen - Copenhagen Music Maker Space - LCCC - Lyonne - Building Communities - Dusty Rag Jazz Band X Soundtrack Café - Super Power Sound - Little Pink Maker - Natureventyr - Weekend for børn - RDG - Super Power & Roots Resonance.

Vi håber, at Københavns Kommunes Kultur- og Fritidsudvalg vil give os en treårig støtte, så vi kan fortsætte denne givende og succesrige festival i en endnu mere lokalt forankret udgave. Det er en festival, hvor der skabes meget kultur og meget udvikling for et relativt beskedent beløb, men vi har brug for en vis finansiering for at kunne lave festivalen. Vi svarer gerne på uddybende spørgsmål eller stiller op til et møde, hvis det skulle være nødvendigt.

Med venlig hilsen

Ebbe Hede, Festivalleder

**48 TIMER FESTIVAL** - Foreningen af Blågårds Plads – Blågårds Plads 2 – 2200 København N

Mail: [kontakt@48timerfestival.dk](mailto:kontakt@48timerfestival.dk) – Tlf.: 22 67 66 39 (Ebbe Hede)

CVR: 40710647 - Vi er ikke momsregistrerede

## Budget

Tilskudsmodtagers navn: Foreningen af Blågårds Plads			
CVR: 40710647			
Festivalens/eventets navn: 48 Timer Festival			
Projektperiode: 1. jan. 2022- 31. dec. 2024			
<b>Indtægter</b> (Festivalpuljen gav ikke tilskud til 2021 festivalen. Vi har tidligere modtaget tilskud)	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Tilskud fra Københavns Kommune, ansøgt	250.000 kr.	250.000 kr.	250.000 kr.
Nordea-fonden (gav tilskud i 2021)	30.000 kr.	40.000 kr.	50.000 kr.
Tuborgfondet (gav tilskud i 2021)	50.000 kr.	50.000 kr.	50.000 kr.
Nørrebro Lokaludvalg (gav tilskud i 2021)	80.000 kr.	80.000 kr.	80.000 kr.
KODA projektpuljen o.l.	30.000 kr.	40.000 kr.	50.000 kr.
A.P. Møller Fonden		60.000 kr.	80.000 kr.
William Demant Fonden	80.000 kr.	80.000 kr.	80.000 kr.
Toyota-fonden og andre fonde	77.800 kr.	85.000 kr.	130.000 kr.
Egenfinansiering	190.000 kr.	190.000 kr.	190.000 kr.
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>787.800 kr.</b>	<b>875.000 kr.</b>	<b>960.000 kr.</b>

<b>Udgifter</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	
<b>Aktørstøtte og Matchmaking</b>	<b>131.000</b>	<b>180.000</b>	<b>230.000</b>	
<i>2022 tal:</i>				
Programrelease (snacks, transport, honorar)				10.000
Tilskud events (saltvandsindsprøjtninger)				100.000
Udstyrstransporter, Aktørservice				12.000
Teknikservice (ekstra teknisk support)	9.000			
<b>Åbnings- og afslutningsevent</b>	<b>124.000</b>	<b>130.000</b>	<b>140.000</b>	
Musikerhonorarer	50.000			
Forplejning frivillige	4.000			
Lysmand	4.000			
Konferencier	3.000			



	<i>Kunstnerforplejning</i>	4.000			
	<i>Leje af scene, lys- og lydudstyr</i>	10.000			
	<i>Lys-, lyd- og sceneteknikere</i>	7.000			
	<i>Toiletvogne</i>	9.100			
	<i>Udsmykning</i>	2.000			
	<i>Transport</i>	1.500			
	<i>Renhold af pladsen</i>	7.100			
	<i>Leje af el-generator og kabelbakker</i>	7.300			
	<i>Afspærring af område (Dansk Vejsikring)</i>	15.000			
	<b>Infospots, 10 spots fordelt på Nørrebro (KEA)</b>		<b>43.000</b>	<b>50.000</b>	<b>50.000</b>
	<i>Transport</i>	10.000			
	<i>Leje af værktøj</i>	10.000			
	<i>Værkstedsløje</i>	10.000			
	<i>Materialer m.m.</i>	13.000			
	<b>Frivilligpleje og workshops</b>		<b>58.300</b>	<b>65.000</b>	<b>65.000</b>
	<i>T-shirts</i>	7.000			
	<i>Nøglesnore og IDkort</i>	1.800			
	<i>2 udviklingsdage, forplejning og oplægsholder</i>	20.000			
	<i>Bespising, snacks, sandwich</i>	4.000			
	<i>Afslutningsmiddag/fest for frivilligteam</i>	7.500			
	<i>Velkomstarrangement</i>	3.000			
	<i>Frivilligansvarlig</i>	15.000			
	<b>PR og kommunikation</b>		<b>125.500</b>	<b>130.000</b>	<b>130.000</b>
	<i>Blandede materialer til byrumsreklamer</i>	6.000			
	<i>48TIMER cykelsæde covers</i>	5.000			
	<i>Trykt program, 4.000 stk</i>	8.000			
	<i>Plakater - tryk og ophæng</i>	11.500			
	<i>Grafisk arbejde</i>	20.000			
	<i>Hjemmeside og programmør</i>	21.000			
	<i>Sociale medier</i>	5.000			
	<i>Fotograf teamkoordinator</i>	5.000			
	<i>Klistermærker</i>	1.000			
	<i>Videoproduktion (dokumentation)</i>	5.000			
	<i>PR og kommunikationsansvarlig</i>	30.000			
	<i>Busstander i byrummet</i>	8.000			
	<b>Administration og projektledelse</b>		<b>219.000</b>	<b>230.000</b>	<b>250.000</b>
	<i>Projektledelse mm. 10 mdr.</i>	150.000			
	<i>Programansvarlig</i>	20.000			
	<i>Koordinator: KEA o.l., kulturhuse, foreninger</i>	40.000			
	<i>Revision</i>	9.000			
	<b>Faciliteter</b>		<b>52.000</b>	<b>55.000</b>	<b>60.000</b>
	<i>Produktionsindkøb</i>	22.000			
	<i>Evt. værnemidler og relateret udstyr</i>	10.000			
	<i>Festivalkontor, leje fire md. /3.000</i>	12.000			
	<i>Nedskrivning af udlånt A/V udstyr</i>	8.000			
	<b>Diverse</b>		<b>35.000</b>	<b>35.000</b>	<b>35.000</b>
	<i>KODA afgifter</i>	10.000			
	<i>Uforudsete udgifter (ca 3%)</i>	25.000			
	<b>UDGIFTER I ALT</b>		<b>787.800 kr.</b>	<b>875.000 kr.</b>	<b>960.000 kr.</b>

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

# ANSØGNING TIL KBH KOMMUNE FESTIVALPULJE

## Kontaktoplysninger

Rapolitics, Emblasgade 175, 2100 KBH Ø, att. v. Mathias Findalen, mathias@rapolitics.org, 60734347  
CVR-nr: 32040217. Rapolitics er ikke momsregistreret.

## Titel på projektet:

Re:Act Human Rights Festival

## Projektbeskrivelse

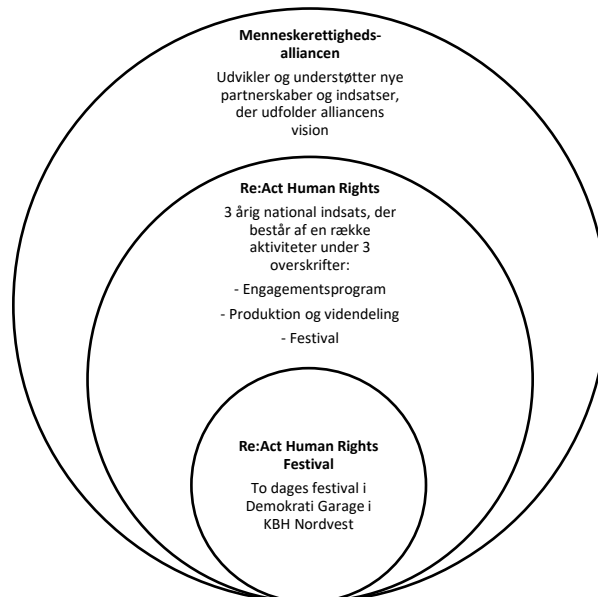
Vi søger midler til Re:Act Human Rights Festival - Danmarks første ungdomsfestival for menneskerettigheder. Festivalen foregår over to dage og finder sted i foråret i midten af maj de næste tre år (2022-2024) i den nye Demokrati Garage, som har til huse i Københavns Nordvestkvarter. Vi søger således en treårs bevilling.

## Formål, omfang og forventede resultater/succeskriterier

### Baggrund

Re:Act Human Rights Festival er udviklet af den almennyttige forening Rapolitics, den almennyttige forening Roskilde Festival og Institut for Menneskerettigheder som en del af en ny Menneskerettighedsalliance, der engagerer unge i udviklingen af et mere frit og lige samfund. Det er alliancens mål at styrke unges kendskab, opbakning og engagement i menneskerettighederne. Alle unge skal kunne bruge menneskerettighederne som et meningsfuldt fundament og værktøj til at løse de svære og vigtige samfundsudfordringer og -dilemmaer, de som generation står overfor i dag og i fremtiden. Samtaler om menneskerettighederne skal derfor fra Folketinget og ud i lokale sammenhænge, der er rammen om unges liv, uanset om det er Falster, Faaborg eller Nordvest. Unge, der kender egne rettigheder og har mod og kompetencer til at handle på dem, står langt stærkere i forhold til at sige fra, gribe ind og engagere sig i udviklingen af vores samfund og demokrati.

Festivalen er en del af en flerårig indsats, som vi kalder Re:Act Human Rights, og som har til hensigt at engagere flere forskellige unge i menneskerettighederne gennem kunst og kultur. Festivalen er et centralt, samlende element i indsatsen og vil spille sammen med andre af indsatsens aktiviteter (som vi søger støtte til hos Tuborgfondet og Udenrigsministeriets Engagementspulje).



## **Formål med Re:Act Human Rights**

Den politiske opbakning til menneskerettighederne vakler i store dele af verden, men også i Danmark. Som et foruroligende billede på den modstand, har bl.a. kunstnere og musikere i de seneste år oplevet stigende chikane, tilbageholdelse, fængsling og sågar henrettelse. Den voksende indskrænkelse af den kunstneriske frihed er derfor en vigtig tendens at sætte ind overfor, hvis kunsten skal vedblive at stille de svære spørgsmål, forstyrre politiske dagsordener og bidrage til et levende demokrati med respekt for vores grundlæggende menneskerettigheder. Det kræver blandt andet et styrket kendskab til menneskerettighederne og den kunstneriske friheds vilkår.

Måler vi specifikt på unges viden om menneskerettigheder, er der også grund til bekymring; En undersøgelse fra Unicef og Institut for Menneskerettigheder fra 2019 blandt unge i Danmark viser, at knap halvdelen af ikke kan nævne en eneste menneskerettighed. Også på spørgsmål om accept af fysisk afstraffelse (både politiets brug af tortur og forældres afstraffelse af børn) går det den forkerte vej.

Samtidig viser en undersøgelse fra Amnesty fra 2018, at langt over halvdelen af de 18-29-årige i Danmark mener, at menneskerettighederne under ingen omstændigheder må brydes, og derudover har en stime af banebrydende globale bevægelser – MeToo, Fridays For Future og Black Lives Matter – de seneste år engageret, mobiliseret og samlet en bred skare af unge på tværs af Danmark.

Det er de unge, der skal bære menneskerettighederne videre til de kommende generationer, og der viser sig et akut behov for at styrke kendskab og opbakning til menneskerettighederne og til den kunstneriske frihed, men også et stort og aktuelt potentiale for at mobilisere en bred skare af unge i Danmark.

I den mobilisering kan konkrete møder og oplevelser med kunstnere og musikere, der kæmper for at fremme menneskerettigheder og demokrati, motivere og inspirere til yderligere dialog og fordybelse. Derfor vil vi med fokus på kunst, musik og ungdomskultur inspirere og mobilisere til folkeligt ungdomsengagement i hvad frihed og lighed er, og hvordan vi kan arbejde for det både herhjemme og udenfor landets grænser.

Ved at formidle og debattere nogle af de for unge væsentligste menneskerettighedsspørgsmål gennem kunst og ungdomskultur, henvender vi os til en bred skare af unge. Rappere og poeter som fx Tessa, Jada, Mikas Lang og grønlandske Josef Tarrak-Petrussen sætter racisme, retten til egen krop og historie, diskrimination og ytringsfrihed på dagsordenen i et sprog, som mange unge kan relatere til og som ikke kun henvender sig til intellektet. De vækker i høj grad også følelser og holdninger, og er på den måde med til at skabe et engagement hos en langt større og mere broget skare af unge. Også unge, der ellers ikke er engageret i menneskerettighedsarbejde.

Det er vores mål med Re:Act Human Rights at:

- Udvikle og understøtte ungefællesskaber, der giver mod, lyst og værktøjer til at forholde sig til menneskerettighederne både lokalt og globalt.
- Styrke unges forudsætninger for at genkende og kritisk forholde sig til menneskerettighedskrænkelser som fx diskrimination, censur og frihedsbegrænsninger.
- Øge unges viden om kunstens demokratiske betydning og kampe for kunstnerisk frihed og menneskerettigheder.

## **Festival for Menneskerettigheder**

*Kan man diskutere ulighed, cancel-kultur, diskrimination eller ytringsfrihed gennem breakdance, musik og performance? Kan man scratche et feministisk statement? Kan man blive klogere på sig selv og egne holdninger gennem rap og poesi? Og kan man nuancere en-sporede kønsidealiser igennem moderne dans?*

Som et centralt element i Re:Act Human Rights vil vi afholde Danmarks første ungdomsfestival for menneskerettigheder.

Re:Act Human Rights festival foregår over to dage og består af to spor: **Menneskerettighedsakademiet** hvor elever fra skoler og erhvervsuddannelser rundt omkring i landet, med fortrinsret fra Københavns nordvestkvarter, præsenteres for musik, kunst, engagerende fortællinger, artist talks og debatter, med fokus på menneskerettigheder.

Festivalen vil arbejde med involverende formater, der giver eleverne konkret viden med afsæt i tidens store samfundsspørgsmål og dagsordener, som fx diskrimination og racisme eller ligestilling og køn. Ungdomskultur og kunst bruges som løftestang, når deltageres opmærksomhed skal rettes på et område, der ligger mange unge fjernt. Fokus er på, at menneskerettigheder handler om dig og mig.

Festivalen skal give deltagerne mod, inspiration og værktøjer til at engagere sig. De kan møde unge menneskerettighedsaktivister og træne i Menneskerettigheds Fitness, som er konkret og engagerende træning i menneskerettighedernes og demokratiske værdier særligt målrettet unge.

Menneskerettighedsakademiet er en åben festivaldag for unge i aldersgruppen 15-25 år, som kan deltage som en del af en normal skoledag med læreren.

Det andet spor er: **Menneskerettighedsværkstedet**, hvor unge sammen med en række kunstnere går på opdagelse i aktuelle menneskerettighedsdilemmaer og -udfordringer, deler perspektiver, holdninger og udvikler løsninger, som de formidler i egne udtryk. Det gør de på 10 forskellige værksteder, hvor de fordyber sig i nogle af de mest politiske kunstdiscipliner i verden, herunder: rappen, poesien, scenekunsten, dansen og streetart som talerør for både dialog og sameksistens, men også for modstand og kritik. Hvert værksted munder ud i en manifestation og et værk med udgangspunkt i de problemstillinger og løsninger, unge oplever har betydning for at komme et friere og mere lige samfund nærmere. Værkerne og produktionerne bliver efterfølgende formidlet digitalt med den klare hensigt, at menneskerettigheder skal være noget, vi forholder os til hver dag. Deltagerne på værkstederne, festivalens anden dag, er ikke skoleklasser, men unge, der selv tilmelder sig via vores tætte samarbejde med relevante, lokale aktører som fx Dansekapellet, Projektakademiet, lokale ungdomsklubber og uddannelser.

Festivalen bygger på tre principper:

### 1. Musik og kunst viser nye veje til engagement

Musik, kunst og kreative udtryk er en katalysator for social forandring, kritisk bevidsthed og dialog mellem mennesker. Samtidig er det også i musikken og kunsten, vi forenes, bevæges og fyldes med håb og drømme for vores liv og samfund og derfra handler og engagerer os for at forsvare fx respekten for menneskerettigheder. Især i ungdommen er musik og andre kreative udtryk et altafgørende fundament for at møde andre unge, opdage sig selv, reflektere over eget liv og danne holdninger. Kunsten og kulturens mange former og facetter har på den baggrund potentiale til at stimulere nye forståelser og give et andet sprog for at diskutere menneskerettigheder. Samtidig understøtter musik, kunst og andre kreative udtryk vores ungdom i at vokse i fællesskab. Unge, der selv skaber fx raptekster, danseformater, fortolkende portrætter, skæve beats, lyriske taler og kropslige udtryk, kan i den kreative proces udfordre etablerede forestillingsevner, opdage sig selv på ny og udvikle holdninger og visioner for eget liv og samfund, som de ikke vidste, de var i besiddelse af. Kulturen henter næring i at være i opposition og kan derfor også tilbyde unge, der ikke oplever at passe ind i de klassiske demokratiske fora, et ståsted, en stemme og et fornyet håb om forandring.

### 2. Vi tror på ungdommen

Undersøgelser foretaget af bl.a. Dansk Ungdoms Fællesråd viser, at vores unge medborgere i Danmark har en stor viden om politik og demokrati, men et lavt politisk selvværd. De tror ikke deres stemme og engagement er noget værd. Over en fjerdedel af unge mellem 16 og 25 mener ikke, at de har politiske holdninger, der er værd at lytte til. I 2010 havde 75 procent af unge en holdning til, hvordan man løste udfordringer i samfundet. I 2017 var tallet faldet til 41 procent. I Re:Act Human Rights vil vi gerne vende undersøgelserne om, og se det som en mulighed for at undersøge og anerkende andre måder at udvikle og udtrykke holdninger, som forhåbentlig kan være med til at gentænke rammerne for vores demokrati

og inspirere unge til at gøre det samme. Der er nemlig et større behov end nogensinde før for at få unge stemmer fra alle kanter af samfundet i spil. Derfor vil festivalen lægge en stor indsats i at bruge kunsten og kulturen til at engagere unge, som normalt ikke bevæger sig i de klassiske engagementsformer og for hvem demokratiet ikke altid opleves repræsentativt, men som på godt og ondt også er politiske aktører i vores samfund. Det kan være alle slags unge, men festivalen vil især række ud og fokusere på unge fra de almene boligområder, unge fra erhvervsuddannelserne og unge fra yderområderne i landet, som i seneste demokratirapport fra DUF og Mandag Morgen beskrives som nogle af de ungegrupper, der er længst væk fra demokratisk deltagelse.

### 3. **Menneskerettigheder og demokrati fra hjerne til hjerte**

Vi skal have menneskerettighederne i øjenhøjde og tydeliggøre, at det handler om dig og mig. Menneskerettigheder er grundlæggende værdier i vores samfund, som der er brug for at unge perspektiverer til eget liv og fører videre til de kommende generationer. Især i en tid, hvor vores menneskerettigheder bliver udfordret både globalt og til tider også i en dansk sammenhæng. Menneskerettighederne er ikke en kamp, der én gang for alle er vundet. Lige som demokratitænkningen Hal Kochs pointe om, at demokratiet er noget der skal vindes i enhver generation, kan vi heller ikke tage menneskerettighederne for givet. Da FN i 1948 vedtog Verdenserklæringen om menneskerettighederne var hverken sociale medier, identitetspolitik, klimaflygtninge eller digitale fodspor på radaren. Så hvordan gør vi menneskerettighederne nærværende, operationelle og relevante i unges hverdag i dag? På Re:Act Human Rights festivalen er menneskerettigheder ikke en intellektuel øvelse. Med kunstneriske oplevelser, personlige historier og aktivering af krop og sanser vil vi rykke menneskerettighederne fra hjerne til hjerte.

#### ***Ny platform for borgersamlinger i Nordvest***

Københavns nordvestkvarter er mangfoldigt og beboet af unge fra forskellige social lag og baggrunde. Der er unge, der allerede er interesserede i menneskerettigheder, og som vil være meget tilbøjelige til at øge deres engagement via Re:Act Human Rights Festivalen. Men der er også mange unge, der kan kategoriseres ved flere af de parametre, som Tænk tanken Mandag Morgen beskriver som kendetegnende for lavt engagement: *etnisk minoritetsbaggrund, kort uddannelse, lav indkomst og det at stå uden for arbejdsmarkedet*. Derfor er Nordvest et oplagt og interessant sted at holde Re:Act Human Rights Festival.

Festivalen vil foregå i Demokrati Garage. Demokrati Garage er Danmarks nye demokrativærksted og mødested for demokratiinnovation og hverdagsdeltagelse i København Nordvest. Her samles byen, borgere og organisationer, der arbejder med demokrati, omkring demokratidagsordner og hverdagsfællesskaber. Demokrati Garagen indeholder adskillige rum og lokaler, som har potentiale til at være et spirende, eksperimenterende demokrativærksted, vis rum under festivalen vil blive omdannet til et mødested for samtidens menneskerettigheder igennem politiske og kunstneriske samtaler, menneskerettighedsfitness, debatter og værksteder for refleksion, dialog, produktion og handling.

Demokrati Garage har bæredygtighed som værdigrundlag og festivalen vil bestræbe sig på at sætte så lavt et CO2 aftryk som muligt. Derfor afholdes festivalen med en 100% baseret grøn profil. Alle madvarer, der bliver solgt på festivalen, er økologiske og i de fleste tilfælde handlet lokalt, ligesom at maden vil være plantebaseret. Der vil ikke være plasticemballage, tallerkner og bestik vil være lavet af genbrugeligt materiale og der vil være en klar affaldssortering. Roskilde Festival har stor erfaring med dette og bidrager til at sikre den grønne profil på Re:Act Human Rights Festivalen.

#### ***Tentativt Program***

Re:Act Human Rights Festival indeholder både inspiration, indtryk, opråb og refleksioner samt kreative processer, egne udtryk og optrædener:

<b>DAG 1: Menneskerettighedsakademiet Fredag kl. 09-17</b>	<b>DAG 2: Menneskerettighedsværkstedet Lørdag kl. 10-02</b>
#1: Fælles optræden og artist talk #2 Menneskerettigheds Fitness med træning i 5 forskellige menneskerettighedsmuskler #3: 15 forskellige samtalesaloner med forskellige emner #4: Lektion 1 (opdelt i 5) #5: Frokost #6 Fælles lyd-kollage og refleksion #7: Lektion 2 (opdelt i 5) #8: Fælles afsluttede koncert	#1: Morgenbattles (rap, breakdance, debat) #2: 10 værksteder - Valg af tematikker #3: Frokost #4: Kunstnerisk intervention #5: 10 værksteder fortsat – Kreative udtryk #6: Aftensmad #7: 10 værksteder fortsat – Produktion #8: Åben scene – Visninger af deltagernes produktioner #9: Koncert med kunstnere, der sætter menneskerettigheder på dagsordenen. #10: Natprogram: 00-02.00: Træd ind i forskellige menneskerettighedshubs i løbet af natten. Her kan man se film, gå på lytte-arbejde i lyd-kollager og podcasts, møde inspirerende kunstnere og lyrikere, deltage i battles eller indspille eget track.

### **Aktiviteter ud over Festivalen**

Udover festivalen består Re:Act Human Rights af en række andre aktiviteter, som dog spiller sammen med festivalen.

- **Engagementsprogram**

- **Workshops:** På i alt 60 workshops for ca. 1600 unge bringer kunstnere fra Re:Act Human Rights festivalen debatten ud videre i klasserummene på erhvervsskoler, produktionsskoler og grundskoler. Her vil de sætte fx ytringsfrihed, økonomisk- og social ulighed, diskrimination eller retten til informationsfrihed på dagsordenen.
- **Kulturevents:** I samarbejde med relevante kulturinstitutioner i hele landet vil unge udvikle 10 kulturevents for i alt 1000 andre unge, der sætter menneskerettigheder på dagsordenen
- **Højskoleforløb:** Roskilde Festival Højskole og Ryslinge højskole realiserer henholdsvis en række artists talks og en højskolelinje, som sætter fokus på, hvordan kunstnere fra det globale syd kæmper for menneskerettigheder gennem deres kunst.
- **Re:Act Human Rights område på Roskilde Festival:**  
I 2022-2024 etablerer vi et Re:Act Human Rights område på Roskilde Festival, hvor NGO'er, unge bl.a. fra Re:Act Human Rights Festivalen, danske artister, kunstnere fra det globale syd samt relevante moderatorer samles i udforskning af musikken som platform for forandring og fremme af menneskerettigheder. Der stilles skarpt på de store globale forskelle i artisternes muligheder og frihed.
- **Menneskerettighedsdonationer:** Afhængigt af overskuddet i 2022, har Roskilde Festival ambition om at oprette i efteråret 2022 en større donationspulje til at støtte unges egne initiativer til at engagere flere unge i menneskerettighederne, heraf stærke initiativer der udspringer af Re:Act Human Rights' aktiviteter.

- **Produktion og videndeling**

- **Podcastproduktion**  
Hjemme i stuerne, på cyklen eller i toget kan unge (og ældre) udvide deres horisonter ved at lytte til i alt 10 podcast-produktioner, der tager udgangspunkt i unges manifestationer fra festivalen. Her vil unge fordybe sig i tematikkerne og sætte forskellige synspunkter i spil akkompagneret af musikken og de kreative udtryk, de har produceret på festivalen.

- **Mediesamarbejde** med P3, SEIN, LOUD og Koncentrat bringer menneskerettighedsdilemmaer og -udfordringer ud til en bred lytterskare blandt unge.
- **Kampagne**  
Endeligt vil Roskilde Festival og Freemuse på Roskilde festival lave en fælles event målrettet dansk og international presse omkring baggrunden for Re:Act Human Rights projektet: det voksende globale pres på kunstnerisk frihed og rettigheder.

### Resultater for Re:Act Human Rights Festival

- De unge, der har deltaget på festivalen har øget deres kendskab til og forståelse af menneskerettighederne. Det vil vi måle på ved at undersøge kendskab og engagement før og efter festivalen og desuden sammenholde det med resultaterne fra Institut for Menneskerettigheder og Unicefs landsdækkende kendskabsundersøgelse.
- 100 unge fra Nordvest, som har været deltagere på festivalen opbygger et fællesskab omkring Re:Act Human Rights Festival og forbliver aktive i forbindelse med andre af indsatsens aktiviteter i projektperioden og være tilknyttet Demokrati Garage som ambassadører for demokrati og menneskerettigheder. Det kan fx være ved at deltage i Re:Act Human Rights området på Roskilde Festival, i kulturevents i Demokrati Garage eller ved at formidle deres manifeste i enten podcasts, oplæg eller i forbindelse med medieindslag.
- Vi har skabt et spirende engagement i globale menneskerettighedsudfordringer hos festivalens målgruppe. Vi vil bruge engagementstrappen til at vurdere interesse og engagement, og målet er at: 25 % har flyttet sig fra intet engagement til at være tilskuer. (Det måler vi bl.a. ved følgeskab på sociale medier og i refleksioner og dialoger mellem vennegrupper); 50 % har flyttet sig fra tilskuer til deltager (det ser vi ved aktiv deltagelse i værksteder og debatter); og 25 % har flyttet sig fra deltager til medudvikler (det ser vi bl.a. ved at grupper af unge fra forskellige sociale lag i projektperioden afholder 4 events om året i Demokrati Garagen med fokus på menneskerettigheder).
- En kampagne med 10 ungefortællinger, der har sat menneskerettigheder på dagsordenen herhjemme ferniseres på festivalen.
- 30 af de unge, der har deltaget på festivalen udvikler nye indsatser, der sætter menneskerettighederne til debat blandt unge. Det ser vi bl.a. ved at de søger Roskilde Festivals menneskerettighedspulje.

### Succeskriterier for Re:Act Human Rights Festival

- 1000 unge har i alt deltaget på festivalen.
- 500 unge primært fra skoleklasser har deltaget på Menneskerettighedsakademiet.
- 500 unge har deltaget på Menneskerettighedsværkstedet.
- Festivaldeltagerne har produceret mindst 30 manifeste og produktioner, der sætter fokus på vigtige menneskerettighedsudfordringer og -dilemmaer, de selv har udvalgt.
- Demokrati Garage og Re:Act Human Rights Festival har fået mindst 10 lokale presseomtaler og har dermed manifesteret Demokrati Garage som lokalt epicenter med fokus på menneskerettigheder.
- Re:Act Human Rights festival har fået landsdækkende presseomtale.
- Vi har udviklet nye kreative lærings- og undervisningsformater til at engagere unge gennem festival- og værkstedskoncepterne.
- En række af deltagerne udvikler deres egne inspirationsoplæg med udgangspunkt i egne produktioner, som efterfølgende præsenteres på højskoler, erhvervsskoler, gymnasier og ungdomsklubber.



- 10 ud af de 30 manifeste bliver præsenteret på Roskilde festivals Re:Act Human Rights scene og Ungdommens folkemødet 2022, 2023 og 2024.

### Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum

Vi forventer et gennemsnitligt deltagerantal på 1000 unge mellem 15 og 25 år over to dage på hver festival. Deltagerne består af:

- **50 frivillige**  
Vi rekrutterer frivillige fra Rapolitics hiphopnetværk, Roskilde Festivals frivillignetværk, KEA, NEXT og Smedetoften i Nordvest samt det spirende frivilligmiljø, der er opstået omkring Demokrati Garagen herunder bl.a. Ung Kunst gruppen.
- **250 værkstedsdeltagere**  
Vi henvender os til flere forskellige målgrupper – både de der allerede er engagerede, og særligt de, der ikke er engageret i forvejen. Vi arbejder derfor med følgende målgrupper:
  - **Unge i udsatte boligområder:** Vi vil samarbejde med lokale aktører som biblioteket på Rentemestervej, Smedetoften, den boligsociale helhedsplan PULS og kreative start up's (FRAK og Mind Your Own Business)
  - **Unge på kortere uddannelser som FGU og erhvervsuddannelserne:** Vi samarbejder med Modstøm, FGU København og Erhvervsskolernes Elevorganisation om at udvikle og forberede festivalen, så den er interessant og aktuel for denne målgruppe. Fx vil vi involvere lokale unge fra NEXT og KEA i at forme og bygge festivalen op, markedsføre og dokumentere under vejs.
  - **Unge på højskoler** Det er ofte på højskolerne, at nye ungdomsinitiativer opstår. Fx er den Grønne Studenterbevægelse vokset ud af Krogerup Højskole. Derfor ser vi et potentiale i at engagere netop højskoleelever i festivalen, da det kan tænde en gnist, som brænder videre i højskoleregion. Vi samarbejder specifikt med Roskilde Festival Højskole og Ryslinge Højskole.
- **200 publikummer til performances og optrædener**  
Vi henvender os især til unge, som er bosat i Nordvest. Vi vil rekruttere gennem ovenstående samarbejdspartnere og lokale erhverv, skoler, klubber, træningscentre og andre mødesteder.
- **500 unge fra skoler fra både nærområdet, men også yderområder i Danmark.**  
Vi opsøger aktivt alle skoler i nærområdet og inviterer til deltagelse i Menneskerettighedsakademiet. Desuden vil vi via indsatsens øvrige landsdækkende aktiviteter få kontakt med en række skoler og unge i hele landet. Her vil vi promovere festivalen og rekruttere deltagere til især Menneskerettighedsakademiet.

### Beskrivelse af projektets relevans for København

Re:Act Human Rights skaber værdi ved at:

- Menneskerettighederne rykkes helt ind i hjertet i hverdagens Nordvest
- Forankre en større alliance for menneskerettigheder i Nordvest
- Understøtte at nye handlingsfællesskaber opstår i Nordvest
- Motivere og styrke en platform hvor unge er kunst og kulturskabere i Nordvest
- Motivere folkelig debat og deltagelse i Nordvest.
- Skabe en platform for unge, der mødes på kryds og tværs af sociale skel
- Skabe sammenhængskraft mellem en række veletablerede og mindre etablerede foreninger og organisationer, der kan understøtte og løfte hinanden.

## **Samarbejdspartnere og typer af samarbejde**

Indsatsen er en del af Menneskerettighedsalliancen, som Institut for Menneskerettigheder, Roskilde Festival, Ungdomsbureauet, MinoDanmark, DUF og Amnesty har taget initiativ til at starte. Alliancen har udviklet den overordnede vision og inviterede i efteråret 2020 halvtreds (ungdoms)organisationer på en todages camp med fokus på at zoome ind på kerneproblemstillinger for og skitser til alliancens indsatser. Ved at danne en alliance er det ønsket at samle, inspirere, uddanne, mobilisere og igangsætte nye initiativer og partnerskaber, der gør menneskerettighederne relevante og nærværende i unges hverdag.

Bag Re:Act Human Rights festival står Rapolitics, Foreningen Demokrati Garage, Roskilde Festival og Institut for Menneskerettigheder, der i samarbejde har udviklet indsatsen. Rapolitics er projekter og har ansvar for udvikling, afvikling, fremdrift og økonomi i tæt samarbejde med Roskilde Festival og Institut for Menneskerettigheder, der begge afsætter ressourcer til samarbejdet. Foreningen bag Demokrati Garagen faciliterer rammerne og sporet Demokrati Fitness.

## **Udvikling og fornyelse**

Re:Act Human Rights festival er Danmarks første folkelige ungdomsfestival for menneskerettigheder. Festivalen eksperimenterer med, hvordan man i et krydsfelt mellem borgersamlinger, kreative værksteder og performances kan skabe nye måder at skabe dialog, ny viden, indlevelse, lyst og handlekraft.

Festivalen er en del af en større indsats forankret i menneskerettighedsalliancen, som er dannet af nogle af tidens stærkeste organisationer, der arbejder med unge og menneskerettigheder i dagens Danmark.

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

Rapolitics har mange års erfaring med at skabe engagement i aktuelle dagsordener gennem hiphopkultur og kreative udtryksformer. Rapolitics har arbejdet med unge med flygtningebaggrund og unge fra udsatte boligområder, som har opbygget fællesskaber og udviklet holdninger. Rapolitics har desuden etableret 3 regionale fyrtårne for ungdomskultur. I juni 2021 afholder Rapolitics og Roskilde Festival en mindre 24 timers festival for kreativ aktivisme på Ungdomsøen, hvor unge arbejder med emner som ytringsfrihed, klimaretfærdighed og beskyttelse af data. Denne festival fungerer som en pilot på det større format, som vi planlægger i Demokrati Garage. Rapolitics har derfor mulighed for at afprøve formatet for festivalen, der ligesom Re:Act Human Rights byder på kunstneriske oplevelser og kreative værksteder, der træner alternative deltagelsesformer.

Den almennyttige Foreningen Roskilde Festival arrangerer Nordeuropas største musikfestival, der hvert år samler og bevæger 130.000 deltagere og frivillige gennem musik, kunst og aktivisme. Hvert år uddeles det fulde overskud til børn og unges fællesskaber. Roskilde Festival vil fungere som solid sparringspartner, der med fokus på programlægning, festival produktion og afvikling, rekruttering og kommunikation kan kvalificere og kvalitetssikre festivalen.

Desuden vil Roskilde Festival støtte op om Re:Act Human Rights festivalen ved at invitere unge herfra til at deltage i at forme et Re:Act Human Rights område på Roskilde Festival i 2022-2024. Her vil et udvalg af de unges manifestationer blive videreformidlet til et endnu bredere publikum.

Institut for Menneskerettigheder har i sin 2021-2024 strategi fokus på unges engagement og opbakning til menneskerettighederne. Derfor er instituttet vært for sekretariatet for Menneskerettighedsalliancen, som vil sparre og bidrage især til det tematiske fokus på menneskerettigheder. Her kan instituttet tilbyde nyeste viden på området, undersøgelser og sikre et bindeled og dialog mellem unge deltagere på festivalen og forskere og fagpersoner, der arbejder med menneskerettigheder.

Demokrati Garagen bidrager med at sætte rammen for Nordvest nye demokratihus og mødested for deltagelse. På Demokrati Garage skabes rammer og aktiviteter, der viser at demokrati er noget vi alle kan deltage i – året rundt. Demokrati Garage består af +1000 m2 istandsatte autohaller med masser af plads til deltagelse og udfoldelse. Demokrati Garage er et netværk af lokale og nationale personer og organisationer, der alle går op i at udvikle og styrke demokrati på tværs af livssyn og interesse - både i hverdagen og i vores institutioner. Nordvest er på mange måde det mest mangfoldige område af København, en bydel med mange unge og samtidig den bydel, der i mange henseender har mindst indflydelse. Derfor vil placeringen af en treårig festival med unge som målgruppe og menneskerettigheder som tema, være oplagt ift. at få sat lys på bydelen Nordvest som en særlig arena for deltagelse og lokaldemokrati i København som by og hovedstad.

Desuden vil vi samarbejde med Freemuse, Roskilde Festival Højskole, Ryslinge Højskole, Modstrøm, FGU København, Erhvervskolernes Elevorganisation, NEXT og KEA i Nordvest.

## Budget

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Rapolitics (Menneskerettighedsalliancen)
<b>CVR:</b> 32040217
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Re:Act Human Rights Festival

<b>Projektperiode:</b> 1.11.21-1.11.24
--

Indtægter	Budget	Budget året før	
<b>Tilskud fra Københavns Kommune</b>	<b>2.951.330</b>		
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Tuborgfondet	4.966.262		Ansøgt
b) CISUs Engagementspulje	978.750		Ansøgt
c) Egenfinansiering: Rapolitics (206.000), Roskilde Festival (3.399.000) og Institut for Menneskerettigheder (398.121) i alt	4.171.500		Bekræftet
d) Beløb, der skal fundraises i år 2 og 3	566.500		
Øvrige indtægter, specificeret:			
Salg af mad og drikke på festival	97.500		Denne indtægt fordeles mellem KBH kommune og Tuborgfondet, således at 47.000 af de 97.500 indgår som indtægt i ansøgningen til KBH kommune.
Salg af workshops (60 stk af 6.000)	360.000		Denne indtægt fordeles mellem Engagementspuljen og

			Tuborgfondet og har derfor ikke betydning for budgettet i ansøgningen til KBH kommune
a) <b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>13.923.463</b>		

Udgifter til festivaldelen, som vi søger midler til hos KBH kommune (dvs. øvrige aktiviteter, som vi søger midler til andetsteds ikke er medregnet i nedenstående)	Budget for 3 år	Budget året før
Løn og honorarer til projektledelse	1.170.000	
Honorarudgifter til undervisere på værksteds- og akademiforløb + udgifter til udvikling af værksteder	561.000	
Materialeudgifter	100.000	
Overnatning til undervisere, frivillige og kunstnere	200.000	
Brug af Demokrati Garage som sted og platform	150.000	
Fortæring på festival (til 250 værkstedsdeltagere, 100 frivillige og 28 undervisere og kunstnere)	75.000	
Teknik, lyd og lys	300.000	
PR, markedsføring og dokumentation	80.000	
Kontorhold (3% administration)	87.330	
Evaluering og revision	50.000	
Øvrige udgifter, specificeret:		
a) Performances	125.000	
b) Re:Act Human Rights område på Roskilde festival	100.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>2.998.330</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>2.951.330</b>	
-----------------	------------------	--

**Kommentarer/forbehold:**

Re:Act Human Rights festival er en del af en større indsats, som består af flere aktiviteter end selve festivalen. Budgettet, der ansøges om hos KBH kommune er til at realisere festivalen, mens beløb ansøgt hos de andre fonde dækker dele af festivalen og derudover andre aktiviteter, herunder et landsdækkende engagementsprogram, videndeling og ungeproduktioner. Det samlede budget kan sendes ved behov.

# Festivalspuljen

**Kulturforening for unge i København søger 104.800 kroner til leje af Den Grå Hal, ink. leje af lys og lyd samt til obligatorisk dørkontrol og sikkerhed til afholdelse af Alerta Festival**

**Kontakt oplysninger:** kulturungkbh@gmail.com

**CVR:** 40705643

**Titlen på projektet:** Alerta Festival.

**Projektbeskrivelse af ALERTA FESTIVAL:**

## Festivallens formål:

- Vi vil skabe en festival, med en bred folkelig platform, hvor unge mødes omkring kultur, dialog og aktivisme på tværs af køn, seksualitet, sociale og etniske baggrunde.
- Festivalen vil have et dagsprogram med workshops og oplæg, som fokuserer på demokratiseringsprocesser, aktivisme, interseksionalitet og antiracisme. Det er centralt for os at vi i dette program skaber et rum for dialog og udveksling af erfaringer, mellem aktivister fra forskellige bevægelser og udsatte grupper i samfundet.
- Festivalen vil have et musikalsk dags- og aftenprogram af etablerede artister såvel som ny undergrundsmusik. Vi vil lave et arrangement der støtter op om spirende undergrunds musik og kunst på tværs af både bydele og landegrænser. I både vores musik og debat program, vil vi have fokus på at engagere aktører der markerer sig ved at skabe kultur fra bunden, i et bredt favnende mangfoldigt spektrum.
- Vi vil skabe en festival med stor mangfoldig blandt både kunstnere og gæster. Vi har fokus på at skabe en bred diversitet i blandt de inviterede musikere, debatører og fordragsholdere, således at festivallens program repræsenterer et bredt spektrum af minoriteter. Vi håber at denne diversitet i programlægningen vil smitte af på sammensætningen af vores deltagerskare.
- Festivalen har fokus på at engagere og involvere udsatte og stigmatiserede grupper i det danske samfund, herunder flygtninge, minoritetsgrupper, grønlandske unge og beboere i socialt udsatte boligområder.
- Festivalen er organiseret af unge under 30 år, der arbejder frivilligt. Det vil være et fokuspunkt for arrangementet at inspirere andre unge, til at engagere sig frivilligt i kultur og foreningslivet samt den offentlige debat.
- Festivalens arrangører rækker i planlægningsprocessen ud, til andre aktører i det københavnske kulturliv med henblik på erfaringsdeling og udveksling.
- Arrangørgruppen har en vision om at arrangementet skal være årligt tilbagevendende.

## Projektbeskrivelse:

Alerta Festival er en endags festival med musik og dialogbaserede workshops, der bliver afholdt lørdag den 8. oktober 2022, i Den Grå Hal og på Fredens Eng på Christiania. Arrangementet er ikke et af Christianias egne arrangementer, men afholdes af Kulturforeningen for unge i København der lejer sig ind i den Grå Hal og Fredens eng.

Festivallens formål er at skabe dialog og erfaringsudveksling mellem unge på tværs af baggrund og aktivistbevægelser, og inspirere unge til at tage del i samfundsdebatten og det frivillige kultur og foreningsliv.

Festivalen har to programmer, et workshopprogram og et musikprogram der kører i forlængelse af hinanden.

De forskellige workshops finder sted fra kl.11 til kl.19, og afvikles i og udenfor et cirkustelt opslået til lejligheden på Fredens Eng, foran Den Grå Hal.

Dagsarrangementet indeholder ca 10 forskellige punkter i form af workshops, foredrag og debatmøder.

Vi forventer 4-500 deltagere i løbet af dagen til dagsarrangementet. Dette er et estimat på baggrund af tidligere lignende arrangementer. Der vil være fri entré til dagsarrangementet.

Musikarrangementet finder sted fra kl.18 til kl.01 i Den Grå Hal på Christiania og der vil blive opkrævet entre. Musikprogrammet indeholder cirka 6 forskellige optrædere fra lokale såvel som internationale kunstnere. Den Grå Hal har kapacitet til 1800 betalende gæster og vi forventer 12-1700 betalende deltagere.

Vi mener at projektet vil have relevans for København, da festivalen vil skabe en bred og mangfoldig platform for dialog, inspiration, vidensdeling og sammenhold for beboere i København på tværs af forskellige skel. Projektet vil være demokratiskabende gennem oplæg, workshops og debatter samt det fokus der ligger i festivallens program på at opfordre unge til at engagere sig i aktivisme. Da det vil være gratis at deltage i dagsarrangementet, er dette tilgængeligt for alle. Festivallens program vil centrere sig omkring emner der fylder meget blandt Københavns unge borgere. Derfor synes vi at det er vigtigt at skabe en platform, hvor københavnere og andre interesserede sammen kan dele erfaringer, viden og mødes omkring kultur og politik. Det er centralt for os at vi i dette program skaber et rum for dialog og udveksling af erfaringer, mellem aktivister fra forskellige bevægelser, samt udsatte og undertrykte grupper i samfundet.

I arrangementet vil vi gerne engagere og give platform til unge med flygtninge- og minoritets baggrund samt unge beboere i socialt udsatte boligområder. Derfor inviterer vi en række grupper som vi håber vil deltage med deres aktivistiske erfaring og dele ud af denne. Vi håber at flygtninge vil blive repræsenteret af grupper som arbejder med dem, som for eksempel, Together We Push, Close the Camps, og lignende. Vi håber at minoritetsgrupper vil blive repræsenteret af organisationer som for eksempel Marronage, The Union, Afro Danish Collective, Danmarks Interseksionelle Højskole og Black Lives Matter danmark og at beboerne i de socialt udsatte boligområder vil blive repræsenteret af Almen Modstand og andre initiativer. Vi ønsker desuden også at invitere både unge Grønlandske aktivister og Grønlandske musikere til at være involveret i arrangementet.

Arrangementet planlægges af en frivillig arrangørgruppe der består af 10 unge under 30 år. Arrangørgruppen trækker på erfaring fra folk over 30 år der har mangeårigt kendskab til organisering af større kultur og debatarrangementer.

Foreningens bestyrelse består af personer med en række forskellige kompetencer og erfaringer.

## Foreningen:

### **Marie Lorenzen, forperson:**

Marie har mere end 10 års erfaring med frivillig kultur og event management indenfor kultur og musikområdet. Hun har bl.a. været en fast del af at organisere og facilitere Antifascistisk 1.Maj i fælledparken siden 2015, som har til formål at samle unge mennesker på tværs af kultur og socioøkonomisk

ståsted, og arbejder aktivt for at fremme mangfoldighed og inklusion. I 2015 var Marie ydermere en organiserende del af det Europæiske Cykelbuds Mesterskab, som blev afholdt i København. Med mere end 500 unge deltagere fra hele Europa samlet til denne sports- og kulturbegivenhed, var Marie hovedansvarlig på afvikling af alle efterfester samt prisceremonien. Dette ledte bla. til hendes efterfølgende involvering i de Nordiske Cykelbuds Mesterskaber i 2018, og efterfølgende ledende rolle i at afvikle fester og events for København og Nordens cykelmiljø. Marie har derfor bred erfaring med kultur og eventmanagement indenfor både musik, sport, og kultur. Marie brænder for at skabe events der samler unge på tværs af lande, og etnisk, social, og økonomisk baggrund.

Maries arbejdsopgaver i forbindelse med ALERTA Festival består af, at være en del af arrangørgruppen og herunder har hun ansvar for booking af kunstnere til musikprogrammet og er arrangementets officielle kontaktperson.

**Rasmus Emil Hjort, næstformand:**

Rasmus var som 17-årig bestyrelsesmedlem i Socialistisk Ungdomsfront i 2015, som han også har ageret talsperson for. Han har desuden været frivillig i Bogcaféen Barrikaden, hvor han bl.a. har været med til at planlægge og afvikle arrangementet Anarkistisk Bogmesse der blev afholdt i august 2019. Han har også været engageret i fagligt arbejde, hvor han bl.a. som frivillig har været en del af FH's jobpatrulje i flere år, og i dag er han faglig aktiv hos 3F Københavns chauffører.

Rasmus' arbejdsopgaver i forbindelse med ALERTA Festival består af, at være en del af arrangørgruppen og herunder har han ansvar for opreklamering af arrangementet og planlægning af debatarrangementet.

**Simon Bünger, kassér:**

Simon har siden sine teenageår i 00'erne været engageret i det frivillige forenings og kulturliv. Her i blandt i Svendborg Ungdomsråd fra 2006 til 2008, hvor han beskæftigede sig med at afholde kulturarrangementer for unge i Svendborg.

I september 2012 var han med til at organisere og afvikle den antifascistiske konference Århus2012, der var en konference om antifascistisk politik og strategi, og havde til formål at udveksle erfaringer og idéer mellem aktivister på tværs af byer og organisationer.

Siden 2013 har Simon været ansvarshavende redaktør for det frivilligt drevne medie Researchkollektivet Redox. Udover at fungere som skrivende redaktør har Simon i Researchkollektivet Redox også arrangeret foredrag, filmvisninger og debatarrangementer om racisme og den yderste højrefløj i Danmark.

Simons arbejdsopgaver i forbindelse med ALERTA Festival består af, at være kassér, administrativt arbejde og bistå med råd og vejledning i planlægningsprocessen af debatarrangementet.

**Rasmus Emil Preston Rasmussen, menigt bestyrelsesmedlem:**

Rasmus har erfaring med frivilligt kulturarbejde bl.a. fra Svendborg Ungdomsråd, hvor han var formand i mere end tre år (2006 til 2010), her var han bl.a. med til at organisere endagsfestivalen Ungdomskulturdagen, der var en del af det officielle program for Svendborg Festdage i både 2009 og 2010.

De senere år har Rasmus været engageret i det frivilligt drevne medie Researchkollektivet Redox, hvor han har taget del i det redaktionelle arbejde, samt planlægning og afvikling af kultur og debatarrangementer som filmvisninger, foredrag og debatmøder.

I forbindelse med ALERTA Festival består Rasmus' arbejdsopgaver bl.a. i rådgivning og vejledning i hvordan man planlægger og afvikler større kulturarrangementer, og specifikt i forbindelse med musikarrangementet.



## 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.*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Kulturforening for unge i København
<b>CVR:</b> 40705643
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Alerta festival

<b>Projektperiode:</b> 1/7-22 til 1/11-22
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	104.800 kr		Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) Københavns Kommunes festivalpulje	104.800kr		
b) Tuborgfonden kreative erhverv	50.000kr		
c) 3F	10.000kr		
d) Nordea Fonden	30.000kr		
e) Erda og Christian Scrøders fond	9.2000kr		
f) Beckett Fonden	12.000kr		
g) Christianshavn lokaludvalg, underskudsgaranti	50.000kr		
<b>Billetindtægter</b>	<b>300.000kr</b>		
a) Billetgebyr (estimeret indtægt på salg af billetter: 1.500 betalende gæster af 200 kr hver.)	300.000kr		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>566.000kr</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>
<b>Koncertsted</b>	104.800kr	
Koncertsted specificeret		
a) Lyd og Lys ved Den Grå Hal	42.800kr	
b) Leje af Den Grå Hal	17.000kr	

c) Sikkerhed og dørkontrol	45.000kr	
<b>Booking af musik</b>	230.000kr	
Honarerer til artister	200.000kr	
a) Nadia Theran	6.000kr	
b) Goldie/Tamak	20.000kr	
c) Nadia Rose	25.000kr	
d) Benny Jamz	25.000kr	
e) Drey Mac	54.000kr	
f) Shaybo	70.000kr	
Transport af artister	30.000kr	
<b>Booking debatprogram</b>	80.000kr	
Transport af debattøre	5.000 kr	
Honorarer til debattøre	25.000 kr	
a) Almen Modstand	5.000 kr	
b) The Union	5.000 kr	
c) Maronage	5.000 kr	
d) Danmarks Intersektionelle Højskole	5.000 kr	
e) Black Lives Matter Denmark	5.000 kr	
<b>Debattøre fra Grønland</b>	50.000 kr	
Fem flybilletter (Nuuk-KBH tur/retur)	40.000 kr	
Logi	5.000 kr	
Honorar oplægsholdere fra Grønland	5.000 kr	
<b>Promovering</b>	88.550kr	
Produktion af PR materiale til tryk og web ved. Rabotnik	17.000kr	
Tryk af plakater og klistermærker ved. Eksskolens trykkeri	13.000kr	
Digital annoncering	9.700kr	
Opsætning af plakater ved Outdoor Media	17.350kr	
webside	31.500kr	
<b>Forplejning</b>	7.400kr	
Forplejning til 65 aktivister (frokost og aftensmad)	5.200kr	
Forplejning til 18 antal artister	1.320kr	
Forplejning 22 debattøre (kaffe, te, frugt, sodavand og sandwich)	880kr	
<b>Logistik</b>	<b>36.243kr</b>	
Leje af telt til debatprogram ved Christianias Udlejningsservice	15.625kr	
Leje af borde og stole ved Christianias Udlejningsservice	750kr	
Leje billetscannerer	2.640kr	
Leje af stillads elementer til 10 boder	4.670	
Leje af biler til transport	2.000kr	
Leje af infrastruktur til ekstern/ ekstra backstage	5.700kr	
Leje af projektor og projektorlærred	4.600kr	
Leje af scenemodul til debatprogram i telt, ved Christianias Udlejningsservice	900kr	
Diverse oprydning	2.000kr	
<b>Produktion af merchandise</b>	19.005kr	
Producering	2.500kr	
Grafiker	4.505kr	



Produktion af 300 t-shirts	12.000kr	
<b>I ALT</b>	<b>566.000kr</b>	

<b>RESULTAT</b>		
-----------------	--	--

**Kommentarer/forbehold:**

**Til:** Københavns Kommunes Festivalpulje / Kulturarrangementer, att: Maria Ørsted

**Vedrørende:** Ansøgning om tilskud i 2022 til Kulturforeningen artFREQ.

**Ansøgt beløb:** Kroner 250.000, -

Vi har i 7 år modtaget 250.000 kroner årligt i tilskud.

Det er et passende beløb til at drive vores non-profit-forening og del-finansiere vores koncertrække og festival. artFREQ. laver hvert år 8-12 events samt en todages festival. Det er indlysende, at det koster mere end det ansøgte beløb, men via egenfinansiering og andre tilskud lykkes det mod alle odds at få verdensklasse-kunstnere til København. artFREQ. fylder i 2022 14 år, hvilket vidner om, at vi har slidstyrken til fortsat at levere på højeste niveau.

**Moms:** artFREQ er fuldt momsregistreret.

**Titel:** Koncertrække samt en festival.

**Periode:** Vores koncertrække dækker hele kalenderåret 2022 med 8-12 events. Festivalen afvikles i første kvartal af 2022.

**Events 2022:** 4 events er beskrevet. Vi regner med at præsentere yderligere 4-6 events.

### **Jim Jarmusch og Carter Logan i DRs Koncertsal**

SQÜRL - i skikkelse af filmlegenden Jim Jarmusch og Carter Logan - optræder i DR Koncerthuset med deres første koncert i Danmark nogensinde. Musikken vil samtidig fungere som lydspor til udvalgte film af den afdøde avantgarde-kunstner Man Ray. SQÜRLs koncertrepertoire i Koncerthuset vil eksklusivt omfatte musik komponeret specifikt til fire film af Man Ray. Filmene har stor betydning kulturhistorisk og har fungeret som livslang inspiration for Jim Jarmusch. Dermed mødes pionererne. SQÜRL vil fremføre deres originale kompositioner til unikke historiske kunstmalerier. Jim Jarmusch er en sand legende. Han har præget filmkunsten og -sproget siden 1980'erne med film som 'Stranger Than Paradise', 'Down By Law', 'Mystery Train' og 'Coffee & Cigarettes'. Vi sætter København på den anden ende i en uge med koncert, filmkavalkade i Cinemateket og kunstnermøde med Jim Jarmusch. Forventede deltagere: 1800 (koncert) + 400 (masterclass & symposium) + 800 (filmserie)



### **Elizabeth Fraser i Marmorkirken**

Elizabeth Fraser er kendt for at være forsanger i det definerende skotske band Cocteau Twins og for sit samarbejde med Bristol-legenderne Massive Attack. Hendes vokal er pompøst og respektindgydende blevet beskrevet som 'Guds stemme'. Frasers musikalske rækkevidde er enorm, og vi har via vores netværk fået mulighed for at præsentere et helt nyt værk, som endnu ikke har fået en titel. Hun har et specifikt ønske om at optræde i kirker, og den scenografi findes ikke bedre end i Marmorkirken.

Forventede deltagere: 500

### **Blixa Bargeld, Damo Suzuki & Alva Noto på Copenhagen Contemporary**

Vi har haft stort succes med at hylde den særegne tyske Krautrock, der var stilskabende i 70'erne og 80'erne – og som i dag har genfundet et stort publikum. Tidligere har vi solgt cirka 6000 billetter over flere omgange til koncerter med Einstürzende Neubauten, Neu! og Can. Det hele bliver bundet sammen af et stærkt community, der kommer rejsende fra hele Skandinavien for at se legenderne. Denne gang er planen, at vi fusionerer tre af de største forsangere og komponister for at skabe en helt enestående aften, der ligger i naturlig forlængelse af vores øvrige fokus på tysk musik.

Forventede deltagere: 800

### **Twin Peaks, Julie Cruise & Angelo Bardalamenti i DRs Koncertsal**

Vi har fået en unik mulighed for at få opført musikken fra David Lynch's klassiske TV-serie Twin Peaks. Musikken blev banebrydende for den poetiske melankoli i serie-regi. Julie Cruise havfrue-tema, 'Falling', står for mange som et af 90'ernes væsentligste numre. Vi har fået sammensat det oprindelige hold, der komponerede og fremførte musikken – der aldrig tidligere har været opført i Danmark. Vi har desuden kontakt til Sherilyn Fenn, der spillede Audrey Horne i serien. Planen er, at hun skal være vært for opførelsen.

Forventede deltagere: 1800



### **Festival 2022: Radical Audience Participation**

#### **6 performances: FEIST på Teater Sort/Hvid**

Vi vil gerne lave en festival, hvor vi giver publikum en helt vild oplevelse.

Vi har planlagt en special performance hvor Leslie Feist laver en helt særlig kunstmusikalsk optræden. Der er ikke noget publikum i almindelig forstand – publikum bliver integreret i showet. Hun inddrager de tilstedeværende i sit show ved at tildele dem roller og funktioner. Publikum bliver indhyllet i videoinstallationer, massiv lyd og medvirker selv som kor på Feists optæden.

Det bliver kun opført to gange i USA og i København.

Vi planlægger seks performances på to dage. Hver performance er unik – hver opførelse er helt sin egen. Det vil betyde, at mange publikummer vil købe billet til flere forestillinger for at få tilført den samlede oplevelse nye dimensioner.

Feist er en af de nye førende kvindelige performere, der konstant arbejder med nye og voldsomme udtryksformer. Hun har vundet adskillige priser for sit arbejde – og har desuden været nomineret til 4 Grammy'er for sine plader.

Vi kombinerer de seks opførelser med artist talks.

Forventet deltagerantal: 2.000 til koncerterne og 400 til artist talks.



### **2022 bliver det store comeback for fællesskabet**

Der er brug for verdensklasse i København. Vi skal have impulserne fra de afgørende kunstnere, der inspirerer og udvikler os som kulturnation. Vi vil gerne have events, der gendanner fællesskabet. Vi har været adskilt alt for længe, og vi synes, at der er behov for koncerter, hvor publikum føler sig som en del af showet. Derfor går vi efter kunstnere, der ønsker den kontakt til publikum. Det kan være via kunstnermøder eller (som i vores festival) hvor publikum bliver en integreret del af værket.

### **Baggrund:**

artFREQ. præsenterer radikal finkultur. Koncerter, udstillinger, artist talks med verdensklasse kunstnere. Foreningen drives 100% non-profit, hvor ingen af de involverede får løn for det daglige arbejde. Alle pengene går til arrangementer og drift af foreningen.

### **Relevans & branding-værdi for København:**

artFREQ. tilbyder København verdensklasse og uforudsigelighed – vi udfordrer publikum med kunstnere, udtryk og scenografi, de færreste andre arrangører tør præsentere. Vi vil gerne bidrage til, at København fremstår cool, avantgarde og modig. Det sker gennem events, hvor vi er alt andet, end publikum kan finde på de etablerede spillesteder. Vi mener, det er vigtigt, da al mainstream udspringer af den smalle kunst og den kompromisløse kulturforståelse. De værdier som artFREQ.s kunstnere repræsenterer vil med sikkerhed øge byens *brand value*.

Vi kan gennem billetsalget konstatere, at vi konstant øger tilstrømningen af publikum fra Skandinavien, England og Tyskland. Dermed bidrager vi til kulturturismen og anerkendelsen af Københavns position som en afgørende kulturby.

### **Faste samarbejdspartnere:**

I mange år har vi arbejdet tæt sammen med festivaler, udstillingssteder, koncertsale, kirker og kuratorer om events, afvikling, frivillige og projektering af koncepter. Det er ofte langvarige affærer at få vores kunstnere til landet, så det kræver tit flere gode navne på samme henvendelse. Vores principper om samarbejde og udvikling af fælles ånd og styrke kan mærkes i vores projekter, hvor vi også arbejder med et fast team af frivillige og produktionsfolk. Det giver en afviklingsikkerhed, der igen giver tryghed hos kunstnerne og dermed top-events for publikum.

### **Erfaring med afvikling af lignende projekter:**

Lars Top-Galia og Søren Høy står bag artFREQ., der på 14. år henvender sig til et publikum, der ønsker unikke oplevelser i unikke omgivelser. Oplevelsen bliver genereret gennem kunst, arkitektur og stemning. Vores store internationale netværk betyder, at vi hele tiden kan opgradere vores ambitioner og dermed give byens koncertgængere og kulturfeinsmækkere ekstraordinære oplevelser. Vi har fået tillid hos det krasne publikum, da vi konstant har leveret koncerter gennem alle årene.

### **artFREQ. i tal 2008-2021:**

- 178 kunstnere på 108 events.
- Samarbejde med +55 organisationer, partnere, institutioner.
- Stærkt organiseret netværk og social medie community.
- Relationer til kunstnere og bureauer internationalt.
- Kontinuitet for og dedikation til publikum.

### **Kulturel kontinuitet:**

Ligeledes har vi bygget partnerskaber op med over 50 forskellige institutioner, organisationer, foreninger og festivaler. Det betyder, at vores samarbejde på tværs af kunstformer giver vores publikum uforudsigelige oplevelser med verdensklasse-kunstnere. Vores støtte fra Københavns Kommune (og Statens Kunstfond) gør, at vi kan præsentere grænsesøgende kunst, der ikke svømmer i den mainstream, som er rigeligt repræsenteret i København. Vi planlægger vores events til primært at foregå i starten af året og i slutningen af året da vores erfaring er, at publikum på de tidspunkter trænger til inspiration og oplevelser. Samtidig vil disse særlige events ikke kolliderer med byens andre mere kommercielle tilbud.

### **Tilskud fra Københavns Kommune**

- 2021: 250.000 (endnu ikke endelige tal)
- 2020: 250.000 (12 kunstnere på 8 events)
- 2019: 250.000 (11 kunstnere på 9 events)
- 2018: 250.000 (10 kunstnere på 8 events)
- 2017: 250.000 (9 kunstnere på 8 events)
- 2016: 250.000 (11 kunstnere på 8 events)

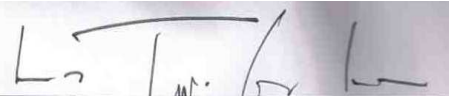
**Bestyrelse (udvalgte):**

- Michael Kvium, kunstner
- Peter Stenbæk, reklamebureau-direktør
- Jesper Elg, gallerist
- Kim Foss, biograf-direktør
- Lena Bredlund, Akademiet for talentfulde unge

Med venlig hilsen



Søren Høy, Administrativ leder



Lars Top-Galia, Kunstnerisk leder

## Budget 2022

### BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

<b>Tilskudsmodtagers navn: Kulturforeningen artFREQ</b>
<b>CVR/CPR: 31120187</b>
<b>Projektets navn: artFREQ</b>

<b>Projektperiode: 2022</b> <i>Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.</i>
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget 2022</b>	<b>Budget 2021</b>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget .</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	250.000	250.000	Ansøgt 15.5.21
Øvrige tilskud:			
a) Statens Kunstfond	100.000	150.000	Søges august 2021
b) Sponsorer	50.000	50.000	
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	500.000	600.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Overført overskud			
b) Overført underskud		209.619	
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>900.000</b>	<b>840.381</b>	

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget 2022</b>	<b>Budget 2021</b>
Løn og honorarer	200.000	250.000
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter		
Transportudgifter	100.000	100.000
Opholdsudgifter	150.000	100.000

Forplejning, herunder møder	50.000	50.000
Diverse repræsentation	5.000	5.000
PR og markedsføring	100.000	50.000
Kontorhold (telefon, husleje, porto, revisor.)	120.000	120.000
Leje af venues og produktionsomkostninger	75.000	50.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) løn teknikkere	70.000	50.000
b) Koda	30.000	25.000
c) Diverse teknik		40.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>		

<b>RESULTAT</b>	<b>900.000</b>	<b>840.000</b>
-----------------	----------------	----------------

**Kommentarer/forbehold:**

Vores indtægter ud udgifter hænger uløseligt sammen.

Hvis vi har billetindtægten, har vi også diverse udgifter i forbindelse med afviklingen.

Hvis vi samarbejder med en organisation eller institution, der har billetsalg, har partneren også det

primære udgiftsniveau.

Dermed kan vores indtægt og vores udgift på et år variere meget.





# Bio-Bio festival: Den grønne biograf

Et fællesskab af oplevelser med film,  
kunst og kultur

- Ansøgning: Københavns Kommune, Kultur- og fritidsudvalget. Festivalpuljen
- Ansøgt beløb: 140.000 kr.
- Ansøger: Foreningen Bio-Bio, CVR 40 78 44 97 (momsregistreret)
- Titel på projekt: Bio-Bio Festival.
- Hvor: Jernbanebyen / BaneGaarden, Otto Busses vej, 2450 Kbh. SV
- Kontaktperson: Marlene Schiött Rasmusen, info@bio-bio.dk, +4523440233

## Foreningen Bio-Bio

Bio-Bio er en kulturforening, der formidler grøn omstilling til alle. Vi mener, at vejen til handling er mangfoldig, og at der ikke findes én måde at tilgå klimakrisen – derfor bruger vi både film, teater, talks, musik og mad til at åbne for nye perspektiver. Klimakrisen er noget vi alle kommer til at forholde os til, og i Bio-Bio åbner vi op for en omstilling drevet af æstetik, humor, alvor og sanselighed. Fokus er, at mødes på tværs af alders- og befolkningsgrupper. Overliggeren er den grønne dagsorden, og det er denne, vi har til fælles.

## Bio-Bio festival

Til august 2021 afvikler Bio-Bio den første festival med openair-biograf, dokumentarfilm, madlavning, workshops og deltagelse fra kunstnere og organisationer. Projektet bygger videre på en to dages openair-biograf, som det lykkedes os at få op at stå i august 2020 (se billeder). Vi oplevede i denne forbindelse stor interesse fra lokalområdet og visningerne blev hurtigt udsolgt. Vores vision er at udvikle det fællesskab vi oplevede og gradvist få flere kulturgerner og aktører involveret.

Arrangementet i 2020 blev afviklet under de gældende, Corona retningslinjer. Det er en sådan en platform vi ønsker at videreudvikle. Fokus vil være at skabe stærke oplevelser ude, hvor der er højt til loftet. Frem for alt et sted, hvor alle kan deltage, hvor vi sikrer diversitet og hvor man kan være til stede på trods af behov for forøget afstand, eller f.eks. syns og høre-udfordringer. Se mere om brug af hovedtelefoner senere i ansøgningen. Det samlende for fællesskabet er hyggelige oplevelser

med fokus på klima, miljø, natur og biodiversitet. Det skal være et sted, hvor alle kan deltage i et arrangement børn, unge og ældre. Hvor man kan opleve de af FN's verdensmål kreativt formidlet gennem alt fra dokumentarfilm til videnskab, lydkunst, spoken word m.m. En sanselig og emotionel formidling af emner, der ofte bliver præsenteret i CO2 regn-skaber og grafer.

Bio-Bio programmet vil have oplevelser for både børn og voksne, og særligt fokus på samarbejder med ungdomsorganisationer.

## Jernbanebyen/BaneGaarden

På DSBs baneterræn mellem Vesterbro og Sydhavn i København, ligger et stykke 'uopdaget' land som flere er kommet til at kende efter, at en grøn verden fyldt med sanselighed er åbnet med BaneGaarden. Et grønt fyrtårn med bæredygtighed, planter, smagsoplevelser og naturlig sanselighed som omdrejningspunkt. Et sted i lokal-samfundet som både lokale og turister bejstres over og vender tilbage til.

I 2022 er det planen at rykke lærredet ud i nærområdet i Jernbanebyen, som det også afspejles i budgettet, BaneGaardens faciliteter benyttes (nøjagtig placering besluttet i forhold til udviklingen i området).

I samarbejde med BaneGaarden ønsker vi på sigt at bygge en fast openair-biograf. Vi er i færd med at finansiere det nødvendige udstyr. Denne udgift holder vi ude af festival budgettet. Således kan festivalen gennemføres uafhængigt.



## Hvornår

Aug 2022. Endelige dato TBC. Da vi er en ny festival kan vi justere ind efter erfaringer og den endelige afviklingsdato i år samt øvrige kulturtilbud, hvor der vil være løbende corona-rokkeringer.

## Deltagere

Forventet antal publikum 3.000

Forventet antal frivillige 25

Eksempler på partnere:

- BaneGaarden
- Klimabevægelsen
- DFS
- Concito
- Økologisk Landsforening
- CAFX
- SV:Folkemøde
- Kbh. Universitet
- Den Grønne Studenterbevægelse
- Fridays For Future
- Bedsteforældrenes Klimaaktion
- SilentEvents
- CPH Foodspace
- m.fl.

I takt med programmets udvikling over en række temaer involveres disse eller lignende eksempler på partnere samt en række filmproducenter, kunstnere og kulturpersonligheder.

## Finansiering

Det samlede budget for Bio-Bio Festivalen er estimeret til DKK 638.000. Vi forventer at festivalstøtten fra DFI (Det Danske Filminstitut) på kr. 200.000 vil fortsætte, hvis vi lever op til det forventede i 2021. Øvrige fonde ansøges straks 2021 festivalen er overstået. Se vedlagte finansieringsplan.

DFI skriver i deres indstilling:

***”Projektet fremstår alt i alt gennemtænkt og originalt og med potentiale til at blive en markant og oplevelsesrig nichefestival for et ret bredt københavnsk publikum”.***

## AKTIVITETER OG UDVIKLING

BaneGaarden er et fællesskab i rivende udvikling. Deres brugere og følgere på sociale medier vokser stødt hver dag og det er tydeligt, at stedets fokus på grønne tiltag har mange indfaldsvinkler og appellerer bredt. Vores målsætning med Bio-Bio er at skabe et fællesskab, hvor stærke kultur- og kunstoplevelser bliver en del af den grønne agenda og fortællingen i den nye bydel, som er ved tage form omkring det gamle DSB baneterræn. Med Corona og mulige lignende situationer er det at skabe en fleksibel ramme om udendørs kulturoplevelser blevet et vigtigt mål i sig selv.

2021-22 arbejder vi på at etablere et set-up med udstyr til at kunne lave filmvisninger, debatter, lyd-kunststillinger, debatter m.m. Dette sker uafhængigt af festival budgettet men vil komme dette til gavn med flere scener eller et mindre budget hvis det lykkes.

Når vi starter med en filmfestival drevet af dokumentarfilm er det fordi flere af os har mange års erfaring på området. Film kan skabe store oplevelser og refleksion, hvis de opleves i smukke naturomgivelser og i et fællesskab. I sommer måtte vi desværre afvise mange borgere, som gerne ville deltage. Det peger på, at der et ønske om, at samles om grøn kultur. Vi har derfor et stort ønske om at gentage og arbejde videre med konceptet og den udendørs biograf. Vi ønsker ikke at konkurrere med festivaler som f.eks. CPH:DOX for hvem premiererstatus for film er centralt. Vi er derimod det lille fællesskab på tværs af udtryksformer.



Fællesspisning inden film, Bio-Bio 2020. Grundet COVID-19 forsamlingsforbud måtte vi have 100 gæster.

## Målsætning

Vores mål er ikke at blive en stor festival eller konkurrent til f.eks. biografer, men at skabe en platform, hvor vi har kendskab til og fællesskab med vores publikum. Målet er at skabe en platform for stærke kultur-oplevelser i et fællesskab, hvor klima, miljø og FNs Verdensmål går op i en højere enhed.

**Diversitet:** I Bio-Bio lægger vi vægt på at alle, der er interesserede i grøn omstilling er repræsenterede. Vi vil i 2022 have særligt fokus på dette. Ligeledes har vi i 2021 både film, talks og spoken word og det er vigtigt for os, at vores program afspejler etniske minoriteter - en gruppe, der ikke er velrepræsenteret i medierne i forbindelse med grøn omstilling. Vores standpunkt er dette: Hvis ikke alle spillere kommer på banen, så har vi ikke en chance for at vinde klimakampen! Derfor har vi sammensat et program, der udover at være af høj kunstnerisk kvalitet, tilgodeser en divers brugergruppe.

*Bio-Bio ønsker at fokusere på fællesskabet og det, mødes på tværs af alders-, fag- og befolkningsgrupper med interesse i en grøn dagsorden. Fællesskab, identifikation og arrangementer med en gennemtænkt sanselighed og kvalitet skal være det, der gør, at f.eks. en arrarkitektur-interesseret person kommer til arrangementer, men efterfølgende deltager i andre middage, workshops og f.eks. filmvisninger med familiens yngre medlemmer. Overliggeren er den grønne dagsorden. Det er den grønne dagsorden, vi har til fælles.*

**Hvad:** Bio-Bio Festivalen vil forme sig om en stor openair-biograf og scene for debat og anden optræden, samt en mindre indendørs biograf i Kulturladen, som kan vise film i dagtimerne. Det vil blive suppleret af f.eks. workshops, debat, lyd- og videokunst samt fællesspisning.

Hver dag formes programmet om et nyt tema og nye samarbejdspartnere (Se 'Deltagere').

## Hovedtelefoner som en fast del af Bio-Bio:

Ved de tidligere openair-arrangementer var hovedtelefoner medvirkende til en særlig stemning og koncentration. Oplevelsen er stærk, også for dem, som ikke deltager men blot befinder sig i området. Man træder ind i et helt særligt rum oplyst af smukke billeder fra det store filmlærred, mennesker, som koncentrerer sig omgivet af total stilhed, siddende blandt gamle smukke træer og lader.

Hovedtelefoner er en forholdsvis dyr investering, dog vigtig for det kommende projekt. Høretelefonerne giver os mulighed for at skabe et fleksibelt rum i naturen, hvor man kan placere sig i "corona-sikker" afstand fra hinanden. Samtidig kan vi skabe en fantastisk lydlig oplevelse som vi vil kunne benytte til alt fra podcast, walks, film, dans koncerter m.m. Derudover er det muligt at være en del af BaneGaardens liv, uden at forstyrre de andre gæster og brugere og vice versa. Er der personer blandt publikum som har dårlig hørelse vil også de have gode vilkår for oplevelsen, da de får lyden direkte, og selv kan justere volumen. Endelig forstyrrer Bio-Bio ikke lokalmiljøet - og billetsalg er muligt uden vi skal hegne os ind og det giver os bl.a. mulighed for at kunne iscenesætte nye dele af Jernbanebyen år for år.

## Program 2022

Filmprogrammet formes om et nyt tema hver dag. I 2022 kører vi syv dage (mod seks i 2021). For hver dag vil aftenens store openair-filmvisning være et hovedelement. Temaer opstår derfor løbende i takt med, at vi lægger filmprogrammet og/eller finder interessante værker fra kunst- og teaterscenen som tapper ind i den grønne dagsorden. (Dette er lige nu alt for tidligt. Lige nu er vi f.eks. ved at lukke film for 2021). Men nedenfor er eksempler.

Måden at arbejde med programmet i tema, dag for dag, understøtter et ønske om skiftende målgruppe og at etablere samarbejder på tværs af skoler, arbejdspladser og organisationer. Ligeledes vil sådanne samarbejder kommunikere arrangementerne bredt ud på SoMe platforme.

Kriterierne vægtes på 1) filmisk/kunstnerisk kvalitet og 2) tema - med tema, mener vi tema, hvor vi kan finde de mest interessante samarbejdspartnere og ramme forskelligt publikum.

### Eksempler på filmarrangementer er

■ *Vores bestyrelsesmedlem, Fahad Saeed, der bl.a. står for Fahads Forsamlingshus i Teater Grob, har et stærkt netværk ind i minoritetsmiljøerne. Fahad er tovholder for et tema, der omhandler klimaforandringernes sammenhænge med kolonialisme og strukturel racisme. I dette tema oplever vi bl.a. spoken word af den fremadstormende kvindelige digter Naiha Khiljee og debatter med direktør for Dansk Flygtningehjælp Ungdom, Natasha al Hariri om sammenhængene mellem flygtningekrise og klimaforandringer. Altsammen i et sanseligt miljø, hvor naturen danner ramme for den samtale vi allesammen er fælles om.*

*Film: Dear Future Children & 70/30, sidste bakkes op med workshops om klimaaktivisme i samarbejde med Den Grønne Studenterbevægelse, Fridays For Future. Fokus hvem møder vi i de grønne ungdomsorganisationer og kan det gøres bedre?*

■ *Filmen Spaceship Earth er et portræt af en visionær gruppe mennesker, der drømte om at skabe et bæredygtigt og harmonisk samfund. I 1992 lukkede de døren ind til en kæmpe kuppel, Biosphere2, hvor de skulle være isolerede væk fra resten af verdenen i to år. Det går ikke helt som planlagt... Vi viser filmen i samarbejde med Kristoffer Tejlgaard, der er arkitekten bag bl.a. Dome of Visions, der står på havnen i Århus og er bygget over de samme principper som Biosphere2.*

*Om dagen arbejder vi ind i biodiversitetens historie og temaer i kunst med bl.a. Jakob Kudsk Steensen som har bekræftet sin deltagelse.*

■ *Filmen Brachen of Berlin som et samarbejde med CAFX samt Københavns Universitet, Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning. Filmen taler ind i den indflydelse, som historien har på naturen og ind i diskussionen om bæredygtig byudvikling (FNs Verdensmål 11). Et eksempel ser vi i baneterrænet ved Otto Busses Vej, hvor en helt særlig artsrigdom er opstået idet godstog gennem tiderne tog fremmede sorter og frø med ind i Sydhavnen. Filmen bærer et stort videnskabeligt oplæg, som danner grundlag for spændende samarbejds muligheder.*

■ *En dag om fødevarer og havet med filmen From the wild sea af Robin Petré med Gro Selv, Kollation/Madfest, Havhøst m.fl.*

■ *En dag om is med 2022's nok stærkeste dokumentarfilm oplevelse på det store lærred med filmene The Green Land og Into the Ice af Lars Ostfeld.*

■ *En dag om biodiversitet og respekt for naturen med filmen Organiseret Vildskab af Phie Ambo, Gåden om livet af Anders Riis Hansen, og med selvstændig funding fra det her ansøgte en VR installation af f.eks. Jakob Kudsk samt VR projektet Elsewhere af Vibeke Bryld.*



## Samarbejdet med BaneGaarden

Midt i København, på DSBs baneterræn, ligger et stykke 'uopdaget' land med vild natur, brombærkrat, buske og gamle træer. En grøn verden fyldt med sanselighed og magi. Her er BaneGaarden i gang med at udvikle et grønt fyrtårn, hvor æstetik, bæredygtighed, sundhed, planter, smagsoplevelser og naturlig sanselighed er omdrejningspunktet. Stedet består af ni trælader, som en gang var DSBs opbevaringslagre til træ, men de sidste 50 år har forfaldet og som holdet bag BaneGaarden nu istandsætter nænsomt og bæredygtigt.

Der kommer gradvis flere bygninger, flere gæster og flere aktiviteter (bl.a. planteskole, en butik og udstillingsplatform for bæredygtige produkter og et rum for unge iværksættere med fokus på bæredygtighed). Stedet vil gradvist skabe et bredere fællesskab og et miljø som vil give os mulighed for en direkte kontakt med et potentielt stort publikum. Placeringen giver os ligeledes adgang til et stærkt netværk blandt de mange spillere i omstillingen. Efter vores første testvisninger kom til eksempel både kultur og grønne organisationer samt en større virksomhed og spurgte til samarbejdsmuligheder.

BaneGaarden bakker op med lokaler, logistik/faciliteter, netværk og sparring.



## Bydelen får

- Et fællesskab der krydser målgrupper på tværs af borgere med en interesse i natur, kunst, arkitektur, politik m.m.
- En grøn biograf i Kbh SV. En platform for film og andre udtryksformer i naturen.
- En platform hvor vi med en positiv og kunstnerisk tilgang kan tage komplekse forhold op.

### ....også når det er koldt!

Ved første openair havde vi publikum i alt fra sommer-kjoler til islænder og sovepose.

Vi håber, at ånden fortsætter, at publikum føler sig som hjemme og at de som os er med på at fortsætte det meste af året, med korte formater og varme drikke mellem hænderne.

## Bilag 1: Budget 2022

<b>Budgetdato:</b>	15. maj 2021		
<b>Projekt navn:</b>	Bio-Bio Festival - En grøn biograf		
<b>Tilskudsmodtager:</b>	Foreningen Bio-Bio - CVR: 40 78 44 97		
<b>Projektperiode:</b>	1. feb 2022 - 1. okt. 2022		
		<b>Budget året før</b>	<b>Ex moms</b>
<b>Udgifter</b>		<b>Kr.</b>	<b>Kr.</b>
<b>AFVIKLING:</b>			
Teknisk udstyr og opsætning (vagt sover der)		320.000	101.000
Leje af lokaler		-	-
Opsætning af afspærringsmateriel, teltleje bar, køreplader, områdeplej, terror sik.		-	40.000
Filmleje, licenser m.m.		40.000	50.000
Filmtransport m.m.		2.000	5.000
Event, workshop, walks m.m.		25.000	40.000
Panel, kunstnerindlæg, moderator		45.000	50.000
Teknikertimer og ekstra el materiel		14.000	18.000
Forplejning: deltagere, team, frivillige		14.000	17.000
Transport, overnatning m.m.: panel, personale, udstyr		13.000	7.000
Regnafdækning: Strech-tent, mørklægning m.m.		39.000	-
Andre omkostninger: rengøring, hygiejnemidler, tæpper mm.		10.000	10.000
<b>I alt afvikling</b>		<b>522.000</b>	<b>338.000</b>
<b>PR, MARKETING OG FORMIDLING:</b>			
Grafiker timer		8.000	13.000
Annoncering, web m.m.		13.000	20.000
Tryk/Undervisningsmaterialer uddelt til deltagende, skoler og daginstitutioner		5.000	4.000
Dokumentation		-	-
PR og SoMe ansvarlig (herudover laves SoMe indsats v. projektansvarlige)		35.000	40.000
<b>I alt PR, marketing og formidling</b>		<b>61.000</b>	<b>77.000</b>
		-	-
<b>ADMINISTRATION OG HOLD:</b>			
Projektledelse, kontor, SoMe + Hold til afvikling		143.000	196.000
Husleje (Er støttet af BaneGarden)		-	-
Revisorhonorar og bogføring		15.000	14.000
Andre omkostninger: forsikring, telefon, apps, møder, porto .mm.		10.000	13.000
<b>I alt administration</b>		<b>168.000</b>	<b>223.000</b>
<b>I ALT</b>		<b>751.000</b>	<b>638.000</b>
<b>Indtægter</b>			
Københavns Kommune, Festivalpuljen (2021 løbende bevilg.)		50.000	140.000
DFI, festival	Imødekommet 2021	200.000	200.000
Vesterbro Lokaludvalg	Imødekommet 2021	32.500	30.000
Realdania	Imødekommet 2021	115.000	100.000
Nordea lokal	Afvist 2021	-	38.000
Spar Nord Fonden	Afvist 2021	-	50.000
Tuborgfondet	Sendt. Afventes 2021	70.000	80.000
Øvrige fonde	Sendt. Afventes 2021 (ansøg om fast udstyr)	243.500	
Billetindtægter		40.000	
<b>I ALT</b>		<b>751.000</b>	<b>638.000</b>



## Bilag 2: Hvem er Bio-Bio

### Hovedkræfterne er:

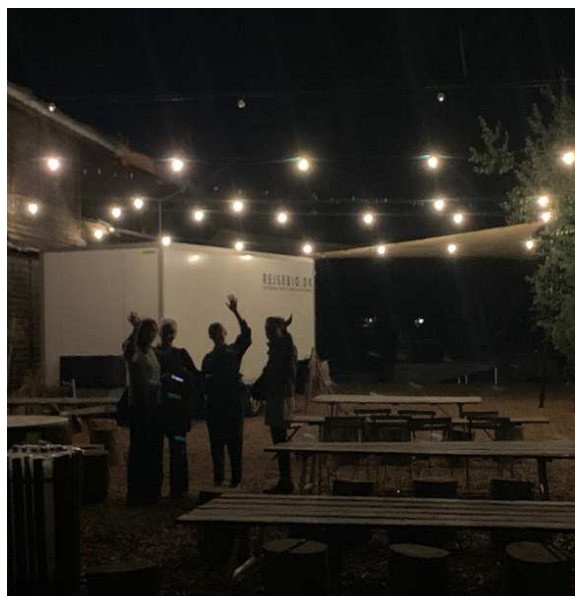
- **Fahad Saeed**  
Har de seneste 13 år arbejdet med mangfoldighed og diversitet. Bl.a. som projektchef i Mino Danmark, som medstifter af foreningen Sabaah og vært på Fahads Forsamlingshus.
- **Phie Ambo**  
Dokumentarist/instruktør. Sidder i Oscar udvalget for dokumentarfilm. Desuden bestyrelses-forperson for Den Grønne Friskole og bestyrelsesmedlem af Andelsgaarde.
- **Hanne Halbye**  
Uddannet indenfor miljø og bæredygtighed med mange års erfaring som projektleder.
- **Camilla Wargo**  
Teaterinstruktør af teater og danseforestillinger.
- **Marlene Schiött Rasmussen**  
Projektleder og afvikler med mange års erfaring. Senest sekretariatsleder for Madens Folkemøde startet i fællesskab med flere af fødevarerområdets ledende skikkelser. Tidl. chef og co-grundlægger af biograf- og lanceringsplatformen for dokumentarfilm DOXBIO med mange openaircinema- og landsdækkende liveevents. Marlene er uddannet kunsthistoriker.

*Fælles for alle er et stort og mangfoldigt netværk, som sammen kan danne bund for nogle tværfaglige og fællesskabende oplevelser. Fælles er også ønsket om at gøre kunst og kultur let tilgængeligt og skabe gode oplevelser på tværs af aldersgrupper og baggrund.*

*I 2021 inviteres yderligere medlemmer til bestyrelsen og advisory board. Dette sker med fokus på at skabe en mere alsidig bestyrelse som afspejler Danmark og kulturområdet i det enogtyvende århundrede.*

### Advisory board m.fl.

- Anders Morgenthaler (særligt SoMe strategi og netværk).
- Søren Ejlersen (Medstifter af Aartiderne og BaneGaarden)
- Janne Axelsen (Direktør BaneGaarden),
- Jacob Elkjær Hansen (tidligere salg- og marketingdirektør hos Nordisk film biografer).
- Sarah Hellebæk (underviser på Krogerup Højskole og medstifter af Den Grønne studenterbevægelse)
- m.fl.



*Bio-Bio arbejdsgruppen vinker farvel efter en lang aften oprydning og to dages vellykkede arrangementer*

**Ansøgning**  
Kultur- og fritidsudvalget  
Københavns Kommune

# COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL 2022-24

**Ansøger:**  
Copenhagen Architecture Festival  
Sankt Thomas Allé 11  
1824 Frederiksberg C

**Att.:**  
Direktør Josephine Michau  
josephine@cafx.dk  
Tlf: 60664842

---  
CVR: 30543947  
Festivalen er fuldt momsregistreret

# RESUMÉ

Vi søger Kultur- og Fritidsudvalget i Københavns Kommune om en tre-årig bevilling til udvikling og afvikling af Copenhagen Architecture Festival (CAFx) 2022-2024 på 650.000 kroner i 2022, 900.000 kroner i 2023 og 1.000.000 kroner i 2024.

**Bevillingen skal hjælpe festivalen til at opbygge sin kapacitet og dermed blive en væsentlig løftestang for byens bæredygtige udvikling og styrkelsen af hovedstadens brand position.** Vi mener, tiden og festivalorganisationen er moden til en ekstra indsats nu, der kan løfte CAFx op til at være arkitekturens svar på CPH:DOX i København.

Festivalen er allerede nordens største årlige arkitekturbegivenhed og verdens største film- og arkitekturfestival. Denne position kan styrkes og konsolideres yderligere, og det kan støtten fra Kultur- og Fritidsudvalget hjælpe med! **En ambitiøs flerårig støtte vil gøre det muligt for festivalen, at udvikle og styrke langsigtede, strategiske projekter og indsatser** – både ift. programdelen, men især ift. udviklingen af solide og bæredygtige samarbejder med relevante partnere og aktører, der kan forpligte sig over flere år.

Besøgstillene viser, at der er stor interesse for festivalens aktiviteter: 90.000 i 2019, et nyt og voksende publikum digitalt i kølvandet på COVID-19-omlægningerne samt gode besøgstal øvrige år med tilrejsende fra ind- og udland (læs nærmere under 'Besøgstal').

For at styrke vores position, arbejder vi med tre udviklingsmål, der sigter mod nye samarbejder og målgrupper, som helt kort er:

- 1) En styrket indsats på online indhold -og formidling,
- 2) En styrket indsats for at formidle og inddrage børn og unge i arkitektoniske og bymæssige beslutningsprocesser med særligt fokus på udsatte by- og boligområder,
- 3) En styrket indsats på bæredygtighedsaspektet i både form og indhold. Udvikling smålene beskrives mere detaljeret i ansøgningen.

Arkitektur og urbanisme er grundlæggende for vores samfundsudvikling og individuelle livsbetingelser, ikke mindst i relation til den bæredygtige omstilling. **Det er helt afgørende, at arkitekturen formidles bredt og nuanceret for at skabe en oplyst og demokratisk diskussion.** Vi er godt i gang, men med en substantiel flerårig støtte fra Københavns Kommune, vil vi kunne sætte større og mere varige spor i københavnernes bevidsthed. Samtidigt kan vi løfte opgaven med at **manifestere København som en central national, nordisk, europæisk og global scene for nytænkning indenfor bæredygtig arkitektur og byudvikling** både socialt, kulturelt, økonomisk og klimamæssigt.

Siden sin start i 2014 har festivalen eksisteret på et forholdsvis lille budget, og ageret som en mindre organisation. Det er lykkedes os at lave over 1100 arrangementer siden start i 2014, og vi har opbygget et stærkt netværk i ind- og udland, der hjælper os med at levere kvalitetsindhold og relevant og aktuel diskussion og formidling. **Vi har nået loftet for hvad vi kan udrette med den nuværende størrelse, men har så meget mere at tilbyde byen og dens borgere.**

Vi har sendt en ansøgning til udvalget i slut april mhp. at få stillet et projektrum til rådighed, der kan agere fysisk ramme for aktiviteter året rundt, og som løbende kan formidle og adressere arkitektoniske og bymæssige udfordringer via forskellige formater. Udvalget må derfor gerne tænke en evt. støtte ind parallelt med muligheden for at etablere et evt. projektrum.

**I det følgende vil vi beskrive CAFx' visioner, aktiviteter, udviklingsmål og organisation til at understøtte vore ambitioner som beskrevet ovenfor.**



film

lyd

talks

udstilling

byvandring

performance

foredrag

debat

seminar

Copenhagen

Architecture

Festival

“

*Det er vigtigt med en arkitekturfestival af flere grunde: En af dem er, at en arkitekturfestival kan hjælpe med at give et sprog til arkitektur, der kan samle os alle, inklusive dem, der ikke er arkitekter. Så en arkitekturfestival giver billeder og tekst, og den giver os et fællesskab som samfund, og det synes jeg er vigtigt.*

Tina Saaby - Arkitekt, tidl. Stadsarkitekt København, nuværende stadsarkitekt Gladsaxe (i forbindelse med festivalen i 2019)

“

*CAFx er en fantastisk formidling af arkitektur som profession og værk, men også af kulturhistorie, ideologi, og kunstneriske perspektiver. Der er på (alt for) få dage en fantastisk samling af viden og oplevelser om arkitektur fra flere perspektiver, lande, eksempler og med kompetente diskussioner på tværs af fag og grænser. Man griber sig i at ønske, at festivalen varede hele året, hvilket ville være en stor berigelse af dansk arkitekturformidling til et bredt publikum.*

Lone Feifer - Direktør for bæredygtighed og arkitektur, Velux Gruppen (i forbindelse med festivalen i 2019)

“

*Vores byer og bygninger er jo de rammer, vi skaber for det liv, vi gerne vil leve. Så det er ret væsentligt hvad det er for nogle muligheder, hvad det er for nogle møder, og hvad det er for nogle barrierer, som vore byer og bygninger skaber. Fordi det ender med at have ret meget at sige i forhold til, hvad det er for et liv, der kan udspille sig, og hvad det er for nogle historier, der kan ende med at blive fortalt.*

Bjarke Ingels - Arkitekt (i forbindelse med festivalen i 2020)

“

*Det er enormt vigtigt, at vi får flere stemmer ind i diskussionen om, hvordan vi bygger for hinanden, hvad det er for nogle rum vi skal leve i, og det er det som en arkitekturfestival, som CAFx kan, fordi den rækker langt ud over den lille kreds, der har det som sit fagområde.*

Ellen Braae, professor på KU Landskab og forperson for Statens Kunsthøjskoles Arkitekturudvalg (i forbindelse med festivalen i 2020)

# OM COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL

## OVERORDNET VISION

Overordnet arbejder Copenhagen Architecture Festival for at understøtte og styrke sammenhængskraften i Danmark gennem målrettede aktiviteter, der tager udgangspunkt i en tese om den brede arkitekturforståelse som forandringsdrivende og relevant for alle – ikke blot fagfolk. Vi ser os selv som en formidlende, faciliterende og forbindende organisation. Vores strategi er at skabe nye og større kontaktflader på tværs af skel – fra Hellerup til Gellerup, på tværs af fagligheder og discipliner, på tværs af det offentlige og det private, på tværs af bydele, landsdele og transnationale geografier med fokus på videns- og erfaringsudveksling som understøttende for målsætningen om bevidstliggørelse og adfærdsændring, (uddybes under 'Værdiskabelse')

Vi vil gerne gennem vore aktiviteter skabe en organisation, der er med til at sætte dagsordenen i byerne ved at tage relevante emner op i forhold til klimamæssige, urbane og samfundsmæssige udfordringer. Herigennem undersøger vi arkitektoniske og urbane fænomener fra forskellige, tværfaglige vinkler samt lokale danske forhold, der inddrager stemmer og erfaringer fra andre dele af verden.

Vi stiler efter at komme med anbefalinger til beslutningstagere indenfor feltet og engagere borgerne omkring bolig- og byudvikling på nye måder, også – og måske især - de borgere, der ikke er det gængse kulturpublikum, men som kan se en relevans i at undersøge forhold omkring byen og boligen, som danner rammen om deres hverdag.



samtale og debat

## VÆRDISKABELSE

Festivalen satser på at bidrage til bevidstliggørelse og til skabelsen af vidensværktøjer, der resulterer i adfærdændringer i form af: 1) øget analyseevne og borgerengagement i nærområder og offentlige debatter, 2) fagkritisk styrkelse hos fagudøvere og fagmedier med øget fokus på arkitekturens betydning for den sociale og økonomiske udvikling i samfundet såvel som for den enkelte medborger, herunder også fokus på æstetikens betydning for den almennyttige effekt af kvalitativt byggeri. 3) fagkritisk styrkelse hos medborgeren med fokus på bæredygtig, æstetisk og social kvalitet som parametre for øget trivsel, tryghed og langtidsholdbarhed m.m., 4) bevidstliggørelse og praktisk erfaring med den brede arkitekturforståelse hos børn og unge, der giver erfaring med egen rolle i formuleringen af løsningsmuligheder og dermed øget forståelse for medborgerens rolle, 5) årlige anbefalinger til beslutningstagere.

Dette bidrag skulle gerne udmunde i, at vi om 15-20 år ser en øget sammenhængskraft gennem nye kontaktflader og forøget engagement, analyseevne og ansvarstagelse hos alle de nævnte i forhold, der knytter sig til den brede arkitekturforståelse og dennes betydning for vores sameksistens.

## HVORDAN UDSPILLER VORES OVERORDNEDE VISION SIG I PRAKSIS?

Målsætningen udfoldes gennem en lang række samfundsengagerende, netværksskabende og publikumsrettede aktiviteter, såsom filmvisninger, guidede ture, seminarer, debatter, udstillinger, workshops, mm. hvert år. Det sker i et samarbejde med - og involvering af - et bredt netværk af både etablerede og mindre etablerede institutioner, organisationer og virksomheder samt gæster fra ind- og udland. Alle aktiviteterne er med til at vise spændvidden i det arkitektoniske felt og uddybe dets relevans for et bredt udsnit af lægfolk, professionelle og beslutningstagere.

Festivalens tilgang er altid tematisk, så hvert års program tilrettelægges ud fra et overordnet tema, som vi inviterer byens institutioner og selvstændige aktører til at samarbejde om, så vi får den bredde og tværfaglige tilgang i programmet, som vi ønsker for festivalen. Det betyder, at vi hvert år lander på en bred skare af samarbejdspartnere fra det etablerede til undergrunden, fra forstæderne til centrum, og fra mange forskellige fagligheder. Tematikkerne bruger vi til at skærpe indholdet og skabe en grundlæggende referenceramme, der kan forstås af et bredt publikum og give en blikretning i en, for mange, ny måde at se verden på.

I år arbejder vi således med den overordnede tematiske ramme 'Omsorgens Landskaber' til at kigge på hvordan omsorg praktiseres og manifesterer sig i arkitektur og byudvikling i et historisk, samtidigt, og fremtidigt perspektiv, med udgangspunkt i de mange udfordringer, vi står overfor som velfærdsstat, ikke mindst set i lyset af den nuværende COVID-19-krise, men også andre forbundne kriser som klima, ulighed og demokrati.

Sidste år havde vi temaet 'Velfærdsbyen i forandring' der kiggede på paradigmeskifterne i byens udvikling siden 2. verdenskrig til i dag med et bud på forskellige fremtidsscenerier. I 2019 havde vi 'Skiftende idealer' og i 2018 'Hjem'. Vi vil længere nede beskrive, hvordan vi forestiller os 2022-2024 udspille sig.

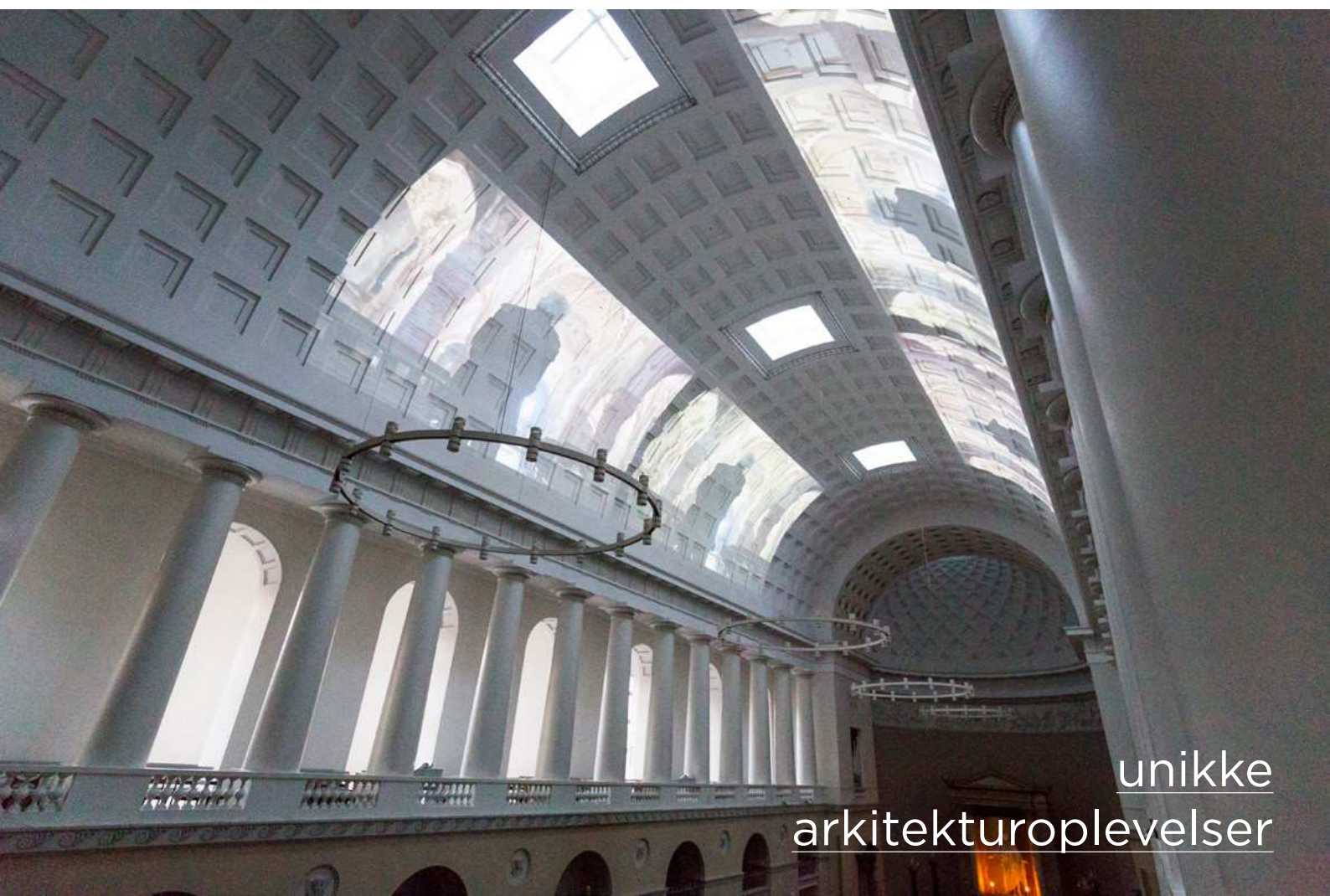
Afledt af erfaringerne fra 2020, hvor vi pga. COVID-19-situationen var tvunget til at gentænke vores programflade og således rykkede mange planlagte aktiviteter online, vil vi gerne udvide aktiviteterne til også at kunne foregå online og således nå bredere ud og have en længerevarende tilstedeværelse - altid med årets overordnede tematik som den styrende indholdsmæssige ramme.

Festivalen har siden 2014 akkumuleret helt unikke indsigter i forskellige perspektiver på samfundsudviklingen, og fungerer dermed allerede som en platform for at undersøge politiske, kulturelle og samfundsrelaterede temaer gennem arkitekturen.

Vores gode erfaringer fra 2020 udgør et forstudie af nye arbejdsgange og digitale potentialer, og har givet os et kvalificeret afsæt for at forfølge det digitale spor strategisk og målrettet i 2021 og fremefter.

Det naturlige skridt i organisationens videre udvikling har derfor været at skabe et digitalt medie, som kan reagere hurtigere, distribuere bredere og fastholde længere end den fysiske festival formår. Således kan digitalt indhold informere og understøtte offline indhold, som igen kan informere og understøtte heraf afledt digitalt indhold. Det giver muligheden for en større dybde og bredde i de planlagte aktiviteter og tematiske foki. Vores online platform kalder vi 'CAFx Journal' - læs mere her: <https://www.cafx.dk/journal/journal-home>

Vi arbejder simultant med at skabe stor synlighed om festivalens aktiviteter og dertilhørende forskellige dagsordener gennem en fokuseret indsats på markedsføring, kommunikation og presse i både ind- og udland i samarbejde med en lang række aktører. Siden festivalens opstart i 2014 har vi haft over 1100 arrangementer i samarbejde med flere hundrede forskellige samarbejdspartnere. Nogle af festivalens mange samarbejdspartnere er institutioner og aktører så som Glyptoteket, Medicinsk Museion, Cinemateket, Dansk Arkitektur Center, Nationalmuseet, Kunsthal Charlottenborg, Thorvaldsens Museum, Københavns Museum, Louisiana Museum, Grand Teatret, Urban13, DemokratiGarage, Råhuset, Space10, Nikolaj Kunsthal, Det Kgl. Akademi, Bibliotekerne, Gloria Biograf, en lang række boligforeninger som KAB, FSB, DAB, BoVest og deres beboere, en lang række arkitektfirmaer og andre festivaler som Chart, Distortion, Folkemødet Sydhavn og Golden Days.





Festivalen har faciliteret produktionen af over 100 film gennem de sommerskoler for film og arkitektur, den har kørt årligt rundt i landet siden 2016, og gennem sine åbne filmkonkurrencer 'Mit København' og 'Almene Hjem' samt udgivet publikationer i form af en antologi med indsamlede 49 arkitekturmanifeste i 2019, en samling af 46 breve til Københavns tidligere overborgmester Frank Jensen med idéer og konkrete bud på en grøn omstilling i 2020 og en bog i samarbejde med Arkitektens Forlag under 2020-festival-tematikkens overskrift "The Welfare City in Transition".

I august 2019 modtog stifter af festivalen, Josephine Michau, Henning Larsen Fonds pris for:

*".. sit utrættelige og fascinerende engagement i at forstå, formidle og involvere mennesker i det landskab arkitekturen udgør for vores liv... For os i Henning Larsens fond er der en flot og lige linje mellem Henning Larsens tidlige bestræbelser på at udbrede og åbne arkitekturens felt og Josephine Michaus nutidige og imponerende indsatser på at gøre det samme, men med nye vinkler og i nye medier,"*

Kent Martinussen, Henning Larsen Fonds direktør + direktør i Dansk Arkitektur Center.

## **BESØGSTAL**

I 2019 havde festivalens aktiviteter lidt over 90.000 besøgende (inkl. udstillingsbesøgende). I 2020 kom vores besøgstal til vores digitale indhold over april – juni op på ca. 180.000 og til de fysiske aktiviteter i oktober 3.000 publikummer. Hertil kommer de ca. 600.000 årlige læsere af årets programavis + det brede reach vi har via presse, udendørs kampagner og sociale medier.

I 2021 regner vi med et besøgstal på 4.500 fysisk (givet evt. corona-restriktioner og manglen på større signatur-events i 2021) og 150-300.000 online besøgende. Med en forøget støtte håber vi på i 2022 at kunne øge det fysiske besøgstal til tidligere tiders 50-90.000 besøgende igen og samtidig have en velbesøgt online-plattform med min. 300.000 årlige besøgende, i 2023 at kunne bruge World Capital of Architecture og UIA-året til at generere endnu flere besøgende online, som vi fastholder ind i 2024. Fysiske besøgstal vil forblive på mellem 40-90.000. De årlige fysiske besøgstal afhænger også af muligheden for at etablere et projektrum med KKs støtte eller ej.

I de 7 år festivalen har eksisteret har den haft flere millioner af publikummer qua dens samarbejder med DR K og DSBs s-togsskærme som platforme for sit indhold af arkitekturrelaterede film og i hundredetusinde publikummer, hvis de to platforme ikke tælles med. Gennem årene er en stor del af publikum tilrejsende fra udlandet, både indenfor og udenfor Europa, i takt med et voksende internationalt kendskab til festivalen og vores strategiske samarbejder med bl.a. Visit Denmark og mediepartnerskaber med Architonic og Dezeen.

*"The Copenhagen Architecture Festival is not only a great experience to share knowledge but an extraordinary display of quality, which has been for me a simple source of pleasure."*

Clement Blanchet - Direktør for OMA, Frankrig.



udveksling og fællesskab

## FORMIDLING

### HVORFOR OG HVORDAN NÅR VI VORES PUBLIKUM?

Gennem en flerspektret formidling af arkitekturen og dens relevans for borgerne, byen og samfundet kan vi skabe en større forståelse for, hvorfor de fysiske omgivelser ser ud, som de gør og hvordan de påvirker os. Dermed udvides vores publikums oplevelse af deres omverden, deres kvarterer og rummene i og omkring deres bolig. Målet er at gøre mødet med arkitekturen nærværende for borgerne ved at skabe en forståelse for det byggede miljø som identitetsskaber, adfærdsregulator og æstetisk fænomen.

Til at formidle vores egne aktiviteter har vi en massiv mobiliserings- og aktiveringskampagne med gennemgående kommunikations- og PR-indsats. Vi har en stærk alliance med interessenter, som giver bred og effektiv spredning af festivalens program, herunder samarbejde med over 60 forskellige venues og ditto sponsorer og andre samarbejdspartnere. Sammensætningen af partnere varierer fra år til år afhængig af ressourcer og tematik. Hvert år distribueres vores programavis til relevante interessenter og med Politiken til hele Danmark med estimeret 600.000 læsere. Dertil kommer informationsstandere, plakater og strøgbannere i byen, en aktiv SoMe-strategi på Facebook og Instagram, trailers i biografene og online, et aktivt nyhedsbrev til relevante interessenter, en velbesøgt hjemmeside, samarbejde med Visit Denmark om internationalt pressebesøg, en stærk indsats på national og lokal presse, mediesamarbejder med både nationale og internationale medier som Politiken, Dezeen, Architonic + et stærkt internationalt netværk, mmm.

Vi har ligeledes haft lange feature-artikler i Børsen, Weekendavisen, Berlingske, Politiken samt TV-dækning alle år – både de bredt populære udsendelser som Go’morgen Danmark og Aften-showet såvel som DR2 Morgen, Deadline, m.fl og radioudsendelser som P1 Morgen, P4 Eftermiddag, og diverse kulturprogrammer. Men også udenlandske magasiner som DOMUS, Abitare, DAMN Magazine, ArchDaily, Dezeen og mange flere har skrevet om og besøgt festivalen.

Alt sammen er med til at udbrede forståelsen for og engagementet i byen og det byggede miljø for den almene borger, og nå længere ud end det gængse kulturpublikum.

Se film fra åbningen af festivalen i 2019: <https://vimeo.com/330801051> og 2020: [https://youtu.be/tf\\_6IO\\_SzBU](https://youtu.be/tf_6IO_SzBU) samt trailere fra 2018 + 2019: <https://vimeo.com/258799518> + <https://vimeo.com/315646019>

*”Festivalens store berettigelse er evnen til at forene det filmiske og billedskabende med det arkitektoniske. Programmets høje kvalitetsniveau og spændvidde (film, events, talks, byvandring) kombineret med viljen til at aktivere byen og inddrage det offentlige rum, gør festivalen til en af de vigtigste og mest aktuelle.”*

Jens Bager og Søren Leth fra SLETH

## PUBLIKUM / MÅLGRUPPER

Festivalen har siden 2015 været verdens største festival af sin slags med sit ekstraordinære fokus på krydsfeltet mellem film og arkitektur og Nordens største årlige arkitekturfestival. Siden festivalens opstart har et bredt udsnit af lægfolk, studerende og branchefolk deltaget aktivt i visninger og debatter, spredt på tværs af alder, køn, bydele og andre gængse segmenteringer. Det er væsentligt, at festivalens program afspejler det samfund, festivalen ønsker at præge gennem den årligt tilbagevendende kulturfestival.

I festivalen arbejder vi derfor med fire overordnede målgrupper. Dette skaber en dynamisk bredde i tilgange, interesser, berøringsflader og påvirkningsmuligheder, der alle understøtter målsætningen om bedre sammenhængskraft i samfundet gennem øget engagement, analyseevne og ansvarstagelse:

**Fagudøvere**, herunder alle der har et professionelt virke med relation til arkitektur, f.eks. arkitekter, byplanlæggere, antropologer, sociologer, designere, geografer, økonomer, kunsthistorikere, etc. men også de fagkritiske udøvere som journalister, akademikere, kuratorer.

**Medborgere** fra ungdommen til pensionisterne, fra beboerforeningsmedlemmer til filminteresserede.

**Beslutningstagere**, herunder politiske aktører på lokalt og nationalt niveau samt private aktører der formulerer, påvirker og udfører projekter med relevans for den brede arkitekturforståelse.

**Børn og unge**, herunder særligt folkeskoleelever i udskolingsfasen og fra udsatte by- og boligområder, (læs mere under udviklingsmål, pkt. 2)

Det er herigennem ambitionen hos Copenhagen Architecture Festival at skabe arrangementer, hvor indholdet demonstrerer diversitet i forhold til både køn, alder, etnicitet og sociale grupper. Sekretariatet arbejder ikke med kvoter, men har løbende diskussioner ift diversitet for bedst

muligt at skabe balance mellem repræsentation af køn, alder, etnicitet og demografiske parametre ved festivalens arrangementer, dvs. en løbende vurdering i relation til oplægsholdere, tematikker, publikum og venues.

*”Festivalen ser ud til at nå et bredt publikum, dvs. der er en form for folkelighed over den forstået således, at den også foregår andre steder end København og henvender sig til et stort publikum.”*

Olafur Eliasson – Kunstner (i forbindelse med festivalen i 2019)

## CAFx 2022 - 2024

I det følgende vil vi uddybe vores tanker om de tematikker, begivenheder og strategier, vi kommer til at beskæftige os med i 2022-2024, og som en flerårig støtte fra KK vil kunne hjælpe os med at realisere.

### CAFx 2022

I 2022 arbejder vi ud fra en overordnet titel, vi pt. kalder ‘Stedsans’. Med denne titel vil vi undersøge og formidle byens kvaliteter: hvad giver et sted karakter? Hvad skaber kvalitet – for den enkelte og for fællesskabet? Og hvordan opnår man det gennem politik, formgivning, debat, kultur? Hvordan kan vi i fællesskab skabe et tilhørsforhold og en atmosfære, hvor folk kan føle sig trygge og inkluderet? Hvordan kan vi som kollektiv håndtere rumlige udfordringer og skabe meningsfulde rammer for hverdagen?

Vi vil med vores program for 2022 skabe bredere forståelse for de økonomiske, kulturelle, klimaetiske, sociale og rumlige sammenhænge, der præger byen gennem samarbejder på tværs af faglige discipliner, institutioner, organisationer, selvstændige aktører, mv. og forsøge at finde svar og løsningsmodeller på nogle af ovenstående spørgsmål i fælleskab med borgere, beslutningstagere og fagfolk.

Festivalen kommer til at køre over et par uger i starten af oktober ligesom i 2020 og 2021 og fortsætter med stor sandsynlighed at ligge i oktober efter 2023 igen.

### CAFx 2023

I 2023 arbejder vi mere eksplicit end hidtil med de 17 verdensmål, da de også er rammen for den store verdenskongres UIA 2023 CPH, som finder sted i juli måned i København. Her fungerer festivalen som især københavnernes, men også tilrejsendes, adgang til de store klimaetiske og sociale spørgsmål, der adresseres på kongressen, gennem festivalens offentligt tilgængelige program af arrangementer, der sædvanligvis spænder fra film og debatter, guidede ture, udstillinger, workshops, performances, seminarer, mv.

Allerede i løbet af 2021 lancerer festivalen både en global filmkonkurrence via bl.a. en masse workshop-samarbejder rundt i verden, der resulterer i en global filmmosaik af hverdagsstemmer samt en global manifeststafet i samarbejde med bl.a. Det Kgl. Akademi og UIA 2023 CPH, der forholder sig til FN’s ‘Leave No One Behind’-agenda, som en paraply for de 17 verdensmål. Begge dele kommer til at udgøre en del af det indhold, som festivalen bygger sit program op omkring, og de 17 verdensmål bliver et afsæt for festivalens øvrige program samt digitale indhold.

Festivalen kommer i 2023 til at lægge de fleste af sine aktiviteter over 2 uger i forbindelse med UIA 2023 CPH i juli måned.

#### CAFx 2024

Vi har endnu ikke et tema for 2024 defineret, men umiddelbart kunne det give mening at samle op på og arbejde videre med den viden, der er blevet skabt under World Capital of Architecture og UIA 2023 CPH, og således skabe en sammenhængende udvikling i CAFx's aktiviteter fra år til år.

Med hver festival forsøger vi gennem vore aktiviteter, og skabelsen af nye netværk og forbindelser, at sætte ringe i vandet, og sætte en bevægelse i gang mod en mere bæredygtig og samskabende fremtid. Hvert år skaber vi nye unikke forbindelser, der forholder sig til sin samtid og de udfordringer, vi står overfor, med det formål at igangsætte, engagere, inspirere og skabe en positiv indvirkning på samfundets udvikling.

*"Set overordnet, som en 'kuratering' af viden, diskussioner, personer, film mm. har CAFx udviklet sig til et væsentligt forum og en platform for udviklingen indenfor arkitektur og planlægning, ikke mindst med henblik på hvordan de påvirker vores liv."*

Kjeld Vindum. Arkitekt samt lektor KADK.



# UDVIKLINGSMÅL - 2021-2024

Copenhagen Architecture festival arbejder med tre udviklingsmål for 2021 og frem for at styrke sin position som værende et uafhængigt sted for udveksling, udvikling og formidling af den kritiske debat og tænkning og herigennem være medvirkende til at skabe bedre sammenhængskraft i samfundet gennem øget engagement, analyseevne og ansvarstagelse.

## 1) EN STYRKET INDSATS PÅ ONLINE INDHOLD -OG FORMIDLING

Nogle af vore nyerehvervede erfaringer fra en tvungen nedlukning af fysiske arrangementer har vi taget med os ind i 2021, så festivalen fremover både strækker sig over længere tid og indholdsmæssigt også tænkes ind i et digitalt kulturliv og kommunikationsrum. Det digitale rum er fuld af potentiale for at styrke det demokratiske aspekt i festivalen, idet flere personer kan tilgå det, ligesom det giver mulighed for en arkivering over aktiviteter og bidrag. Det skal ikke ske som en erstatning for det fysiske rum, men som et supplement.

Dermed håber vi også på at kunne tage aktuelle emner op løbende henover året, og således have en løbende nyhedsrelevans, der kan udspille sig parallelt mellem både off- og onlineaktiviteter.

Vi vil over de næste år udvikle vores digitale spor yderligere i forlængelse af de gode erfaringer og de gode tilbagemeldinger høstet under corona-nedlukningen. Således har vi over det seneste halve år arbejdet med at opdatere vores hjemmeside til at håndtere vores online ambition og begyndt at planlægge digitalt indhold parallelt med det fysiske off line indhold. Både platform og indhold skal styrkes yderligere over de næste år.

Online-tilstedeværelsen giver festivalen mulighed for at være aktiv udadtil hele året rundt.

## 2) EN STYRKET INDSATS FOR AT FORMIDLE OG INDDRAGE BØRN OG UNGE I ARKITEKTONISKE OG BYMÆSSIGE BESLUTNINGSPROCESSER

Vi vil højne vores indsats overfor børn og unge gennem en fokuseret indsats overfor især udskolingen med henblik på at integrere arkitektur i undervisningen. Vi starter således et nyt projekt op i 2021, der skal køre over tre år i Gellerup i Aarhus i samarbejde med forskellige lokale kræfter under titlen 'Vi fællesskaber Gellerup', der skal engagere de unge i skabelsen af deres kvarter og en grundlæggende læring i, hvordan man kan deltage aktivt i demokratiet. Projektet fungerer som pilotprojekt for festivalens undervisningsprogram 'Vi Fællesskaber Vores By', og skal gerne resultere i en landsdækkende udbredelse af projektet på længere sigt. Pilotprojektet er fuldfinansieret af Slots- og Kulturstyrelsen og Realdania og er ikke en del af det vedhæftede budget.

## 3) EN STYRKET INDSATS PÅ BÆREDYGTIGHEDS-ASPEKTET I BÅDE FORM OG INDHOLD

Copenhagen Architecture Festival stræber efter miljømæssig, økonomisk, kulturel og social bæredygtighed i forbindelse med festivalens afvikling og indhold.

I forhold til festivalens indhold er det en høj prioritet, at vi får diskuteret bæredygtighedsprincipper i byggeriet og planlægningen af vore byer generelt eftersom byggebranchen står for mellem 35-40% af landets samlede CO2-udslip. Arkitektstanden er generelt meget bevidst om FNs verdensmål, og det er derfor nærliggende, at vi fortsætter med at diskutere strategier for at optimere en bæredygtig udvikling indenfor faget. Corona-krisen har sat yderligere fokus på vigtigheden af grønne områder som byens livsgrundlag for trivsel. Det offentlige rum og grønne områder vil også udgøre et fokuspunkt.



## byvandring og guidede ture

Også den sociale bæredygtighed er et stort fokus for os. Således tænker vi at fortsætte vores fokus på almene boliger, som blev planlagt med gode intentioner som fysiske rammer for almindelige menneskers liv på tværs af diverse skel – en unik egalitær arv, som beundres internationalt. Den almene sektor har været et tilbagevendende fokus for festivalen, og da almene boliger danner ramme for ca. 1 million danskernes hjem og løbende befinder sig på den politiske dagsorden, finder vi dem relevante at beskæftige sig med på forskellig vis i takt med nybyggerier som Urbania og regeringens ghettoplaner. Dette fokus betyder også, at vi åbner op for dele af byen og omegnskommunerne, som en stor del af det gængse kulturpublikum normalt ikke besøger. Omvendt får vi gæster til vore arrangementer, der ikke er en del af det gængse kulturpublikum. Dermed opfylder vi også vores egen ambition om at nedbryde skel på tværs af geografier og demografier.

Til sidst tænkes bæredygtighed ligeledes ind i CAFx eget og vores publikummers klimaaftryk ifm. festivalen: der anvendes kvalitets- og miljøcertificerede trykkerier til produktion af den årlige programavis og årets festivalplakater, vi bruger ikke engangsglas, vi skærer ned på merchandise og pynt, og vi producerer eller benytter os af genbrugelige produkter. Festivalen opfordrer ligeledes folk til at anvende cyklen eller den kollektive trafik, når de deltager i Copenhagen Architecture Festivals arrangementer.

En øget flerårig støtte fra Kultur- og Fritidsudvalget i Københavns kommune vil være afgørende for at komme i mål med vore ambitioner og indsatsområder.

# ORGANISATION OG ØKONOMI

## OM COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVAL SEKRETARIAT

Festivalens sekretariat ligger i København og ledes af Josephine Michau, festivaldirektør og medstifter af Copenhagen Architecture Festival i 2014 og af den danske distributionsplatform DOXBIO i 2010. Har en mastergrad i erhvervsøkonomi og filosofi fra Copenhagen Business School fra 2002.

Hertil kommer et engageret hold af talentfulde fast- og projektansatte, i alt 3,5 fuldtidsansatte, og en god portion frivillige, der hvert år er med til at løfte festivalen. En forhøjet flerårig støtte fra KK ville sikre ansættelsen af en ekstra person til især at løfte interessent- og partnerskabsdelen. Besøg festivalorganisationens online-univers her: [www.cafx.dk](http://www.cafx.dk)

Copenhagen Architecture Festival er momsregistreret og tilknyttet CVR-nummer 30 54 39 47, under det juridiske navn: MICHAU+ ApS

Siden 2015 har festivalen været en del af det EU-finansierede paneuropæiske netværk 'Future Architecture Platform', som tæller 26 arkitekturelaterede organisationer og institutioner fra 20 lande i Europa, og som via et årligt 'open call' inviterer nye stemmer fra arkitektens verden til at lave projekter, der peger på fremtidens arkitektur. Et initiativ, der også er med til at sætte fokus på København ved både at have ansøgere derfra og få nye talenter til byen.





Siden 2016 har festivalen yderligere været med til at formidle Københavns årlige bygningsspræmierung til offentligheden, bl.a. via offentlige debatter og guidede cykel- og gåture med byens stadsarkitekt. Siden 2018 har festivalen været en del af det paneuropæiske Goethe-initierede netværk Freiraum, der undersøger og formidler begreber som frihed, identitet og solidaritet på tværs af Europa, hvilket festivalen har deltaget i fra sit arkitektur- og planlægningssprisme.

Samarbejderne på tværs af institutioner, byer, regioner og nationer, er alle med til at kvalificere festivalens indhold samt økonomisere på ressourcerne.

### **OM COPENHAGEN ARCHITECTURE FESTIVALS ØKONOMI**

Festivalen kører med en projektøkonomi, der går i nul på årlig basis. Finansieringen er et klu-detæppe af privat og offentlig funding, hvor de vægtigste er Københavns Kommune, Realdania, Dreyers Fond, Det Danske Filminstitut, Statens Kunstfond og Creative Europe. Over de næste år skal vi have styrket vores private partnerskabsstrategi. Vores mange samarbejdspartnere på afviklingen af festivalen, gør det muligt for os at holde et så relativt lavt budget, fordi de også investerer ressourcer af den ene eller anden art.

Festivalens budgetter er vokset over årene, men det er Københavns Kommunes støttebeløb ikke. Tværtimod. Vi håber dog, at denne ansøgning har overbevist udvalget om, at der er et momentum nu for at styrke indsatsen, herunder både give en flerårig -og en forhøjet støtte i forhold til de seneste par år.

Vi står til rådighed for yderligere informationer og håber udvalgte vil se på vores ansøgning med velvilje.

Med venlig hilsen

Josephine Michau

Festivaldirektør og med-grundlægger, Copenhagen Architecture Festival (CAFx)

---

Bevillinger tidligere år fra Københavns Kultur- og fritidsudvalg

Bevilgede beløb / budgetter

2014: 250.000 kr. / 1.523.500 kr.	2015: 575.000 kr. / 1.678.600 kr.
2016: 950.000 kr. / 1.709.000 kr.	2017: 600.000 kr. / 2.565.000 kr.
2018: 600.000 kr. / 2.084.000 kr.	2019: 600.000 kr. / 2.450.000 kr.
2020: 500.000 kr. / 2.670.000	2021: 500.000 / 2.680.000 kr.

Ønskede beløb / budgetter for 2022-2024 (se detaljer på næste side):

2022: 650.000 kr. / 2.700.000	2023: 900.000 kr. / 3.310.000
2024: 1.000.000 kr. / 3.250.000	



## 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.*

<b>Tilskudsmodtagers navn: Josephine Michau</b>
<b>CVR: 30543947</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Copenhagen Architecture Festival x 2022-2024</b>

<b>Projektperiode:</b> <i>Budgettet afspejler en 3-årig periode fra 2022-2024</i>
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	2.550.000	680.000	Ansøges
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Andre fonde (Realdania)	250.000		Bevilliget
b) Andre fonde	4.700.000	1.500.000	Ansøges
c) Sponsorater	1.050.000	250.000	Ansøges
Honorarer			
Billetindtægter	710.000	250.000	Forventes
Øvrige indtægter, specificeret			
a)			
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>9.260.000</b>	<b>2.680.000</b>	

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>
Løn og honorarer	5.500.000	1.460.000
Konsulentudgifter	100.000	0
Materialeudgifter	1.200.000	350.000
Transportudgifter	100.000	25.000
Opholdsudgifter	100.000	25.000

Fortæring, herunder møder	100.000	30.000
Diverse repræsentation	150.000	50.000
PR og markedsføring	1.600.000	480.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	360.000	210.000
Revisionshonorar	150.000	50.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a)		
b)		
c)		
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>9.260.000</b>	<b>2.680.000</b>

<b>RESULTAT</b>		
-----------------	--	--

**Kommentarer/forbehold:**

**Vær opmærksom på, at venstre kolonne afspejler 3 års budgetter og finansieringsplan, højre kolonne kun ét!**

**Vi kan sende udvalget nogle mere detaljerede budgetposter, hvis der er interesse for det. Vi har blot benyttet os af de budgetposter, som skabelonen lægger op til.**

**De væsentligste beløbsændringer ift. tidligere år er:**

**Under budget: Løn og honorarer, da vi håber på en forhøjet støtte og dermed en forøgelse af vores kapacitet på ansatte.**

**Under finansiering: Højere sponsor- og fondsindtægter pga. ekstra kapacitet i organisationen til at løfte den del.**

**Tallene i højre kolonne er taget fra budget- og finansieringsposterne til KK fra 2020, bevilliget i 2019, og afspejler ikke det endelige regnskab, som er blevet indleveret til KK ultimo 2020.**

**Til: Københavns Kommune**

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

**Ansøger:**

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

**Ansøgning til Festivalpuljen om økonomisk tilskud til Copenhagen Carnivals 40 års jubilæum 2022**

På vegne af Foreningen Copenhagen Carnival ansøges hermed om økonomisk støtte til afholdelse af Københavns ældste kulturelle folkefest, som holder 40 års jubilæum i pinsen den 3.-5. juni 2022.

**Opfyldelse af økonomisk tilskud for Festivalpuljen**

Idet Festivalpuljen yder støtte til "*større kultur- og idrætsbegivenheder*" og "*til kulturaktører der ønsker at vise forestillinger på pladser og i parker*" samt til "*musik og scenekunst*" mener vi, at Copenhagen Carnival er kvalificeret til at ansøge om støtte ved Festivalpuljen. Karnevallet er en kulturel begivenhed for alle Københavns borgere, hvor glæden ved musik og dans er i fokus.

Aktiviteter, som alle kan deltage i gratis, hvorved vi mener, at vi fremmer den kulturelle musikscene med et initiativ, som giver alle uanset alder, køn, etnicitet, kulturbaggrund eller økonomisk formåen, adgang til en god oplevelse.

Vi arbejder med en langsigtet strategi, hvor i genoprettelse af Copenhagen Carnivals forankring i det Københavnske kulturliv og sund økonomistyring er en del af målsætningen. Det giver unægtelig nogle udfordringer i det nuværende miljø, med en global pandemi osv. Dog er vi fortrøstningsfulde, og har en klar forventning om at det vil være muligt at afholde karneval i København 2022. Vi har valgt at medtage en post i budgettet som dækker over evt. merudgifter i forbindelse med sikring af deltagere, publikum samt artister i forbindelse med afviklingen. Det er elementer som hegn, ekstra håndvaske samt sprit. Vi arbejder på at kunne leve op til de nuværende krav om Corona pas, men det kræver en afspærring af området omkring arrangementet for at kunne sikre sikkerheden for alle. Den post frafalder dog ved en normalisering af samfundet – og tilbageføres til festivalpuljen.

Det er vigtigt for Copenhagen Carnival at fastholde en folkelighed i afviklingen, hvorfor vi ikke har planer om at indføre nogle former for brugerbetaling, ej heller i fremtiden. Derfor afspejler det sig også i vores støttebehov.

Et uddybet budget, samt en mere uddybende beskrivelse af Copenhagen Carnival findes i de vedlagte bilag.

Vi ønsker at ansøge Festivalpuljen om DKK 1.000.000 til posterne der bl.a. vedrører produktion, drift, sikkerhed, sanitetsforhold, og børnekarnevallet.

Den samlede udgift beløber sig til DKK 3.073.125 med et finansieringsbehov på DKK 1.000.000.

**Bilag**

1. Fakta ark (*baggrund, formål- og succeskriterier, usikkerhedsfaktorer, evaluering mm.*)
2. Budget

Med venlig hilsen

Louise Kubert

Formand og karnevalsleder  
Foreningen Copenhagen Carnival

## FAKTAARK

---

1. Om Copenhagen Carnival
2. Baggrund
3. Copenhagen Carnival's bestyrelse
4. Mål
5. Indhold & struktur
6. Målgruppe
7. Interessenter
8. Usikkerhedsfaktorer
11. Formidling
10. Evaluering
11. Økonomi



## 1. OM COPENHAGEN CARNIVAL

---

Miljøet omkring karnevallet besidder nogle grundlæggende kerneværdier, såsom et inkluderende fællesskab, rummelighed, glæde, musik og dans. Under karnevallet kommer det til udtryk igennem aktiviteter som kostume skabelse, vognbygning, børnekarneval, "Sambalavn" og andre arrangementer i løbet af året.

Karnevallets position som den store årlige begivenhed på tværs af foreninger, danse- og musikskoler, bruges af disse til at knytte tættere bånd. Denne del af karnevallet må ikke undervurderes, da den er essentiel for det færdige resultat; Copenhagen Carnival.

## 2. BAGGRUND

---

Karnevallet har siden 1982 været en del af årets gang i København. En stor farverig fest, hvor glæden ved dans og musik er samlingspunktet, og hvor alle er velkomne. Publikum har igennem alle årene kommet fra alle samfundslag, religioner og etniciteter. Publikum har fra start af været aktivt deltagende i karnevallet, og denne tradition er blevet videreført gennem de sidste 40 år.

## 3. COPENHAGEN CARNIVAL'S BESTYRELSE

---

Bestyrelsen i foreningen er sammensat således, at halvdelen af bestyrelsen er aktive sambaforeningsmedlemmer og den anden halvdel er udefra kommende bestyrelsesmedlemmer, som ikke er medlem af en sambaforening. Dette er gjort for at karnevallet kan blive ved med at udvikle sig selv og skabe nye traditioner samtidig med, at ånden fastholdes.

Nuværende bestyrelse består af:

Formand, Louise Kubert  
Kasser, Charlotte Petersen  
Menigt medlem, Michelle Pitt  
Menigt medlem, Claus Holm  
Menigt medlem, Tommy Brandt

## 4. MÅL

---

Formålet med Copenhagen Carnival er at bevare og videreudvikle den multikulturelle musik- og dansescene i København.

### Mål:

- At karnevallet forbliver et gratis tilbud for alle besøgende.
- At genstarte karnevallet efter to års Corona nedlukning og skabe en glædesfyldt og inkluderende musik- og dansefest for Københavns publikumsdeltagere.
- At fremme udviklingen af den kulturelle verdensmusikscene gennem præsentation af kendte og nye professionelle artister og undervisere.
- At skabe et fællesskab, hvor børn får mulighed for at mødes på en inkluderende og aktiv måde, som kan pirre deres nysgerrighed, kreativitet og skabe grobund for fremtidige sunde relationer på tværs af socioøkonomiske skel.
- Fremme en kultur, hvor musik og dans ikke er noget man kun ser på en scene, men selv aktivt deltager i.
- Give alle uanset baggrund og økonomisk formåen mulighed for at deltage i et kunstnerisk, musikalsk, kulturelt og inspirerende København.
- At give foreninger, musik- og danseskoler mulighed for at tiltrække nye medlemmer, samt styrke samarbejdet med hinanden på tværs af landegrænser.
- At sikre, at udenlandske skoler og artister deltager i kommende år, til gavn for den danske og Københavnske musikscene.

## 5. INDHOLD & STRUKTUR

---

Inspireret af brasiliansk fastelavn, afholdes karnevallet i Fælledparken og

på Strøget den 3.-5. juni 2022. I Fælledparken opsættes 4 scener til undervisning og artistoptrædener, hovedsageligt med latinamerikansk baggrund.

### Struktur:

- Fredag den 3. juni optræder en række sambagrupper fra Danmark og udlandet på offentlige pladser i indre by, som PR-optakt til karnevallet.
- Lørdag den 4. juni afholdes den store traditionelle artist parade. Paraden varer omkring 4 timer og bevæger sig ned gennem Strøget i indre by, hvor overdådige paradevogne, artister og dansegrupper fra både ind- og udland optræder.
- Lørdag og søndag den 4.-5. juni afholdes karnevallets folkefest i Fælledparken med liveoptræden, inspireret af den brasilianske og caribiske musikscene.
- Børnekarnevallet byder på børneoptrædener fra skoler og foreninger, samt inddragende aktiviteter som danse- og musikundervisning. Kreative telte opstilles med workshops, eksempelvis hovedpryd og kostume produktion, hvor alle gæstende børn har mulighed for at skabe egne kostumer og gå med i børneparaden.
- Dertil opstilles et nøje udvalgt food- og nonfoodmarked med bevidsthed omkring miljø og økologi.

## 6. MÅLGRUPPE

---

Målgruppen for Karnevallet udgør følgende grupper:

- Børnefamilier (ca. 54.000 i Københavns Kommune)<sup>1</sup>
- Turister i Region Hovedstaden (ca. 91.000 i perioden 3.-5. juni)<sup>2</sup>
- Foreninger, musik- og danseskoler i Region Hovedstaden og hele Danmark

---

<sup>1</sup> [https://www.kk.dk/sites/default/files/uploaded-files/befolkningsprognose\\_faktaark.pdf](https://www.kk.dk/sites/default/files/uploaded-files/befolkningsprognose_faktaark.pdf)

<sup>2</sup> Antallet af turister er beregnet med udgangspunkt i data fra <http://www.oresundsinstittet.dk/turisme/>

## 7. INTERESSETER

---

Københavns Kommune, Cph Volunteers, Kultur Østerbro, RF Experience (Roskilde Festival), STRØM, Royal, Mojito Factory mfl. samt en lang række foreninger, musik- og danseskoler med både børn og voksne.

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

Ved en eventuel bevilling, vil der foregå forskellige former for eksponering af støttegiver (Københavns Kommune) på hjemmeside, Sociale Medier, plakater, flyers og lignende.

## 8. USIKKERHEDSFAKTORER

---

Karnevallet er afhængig af den internationale situation ifm. Covid-19, både for de udenlandske artister og aktører som vi samarbejder med, men også de sikkerhedsforanstaltninger som regeringen stiller krav om.

Selvom store dele af karnevallet afholdes med hjælp fra frivillige, så er bidrag fra fonde og legater essentielt. Der mangler særligt støtte til produktionen, herunder telte, scener, lyd & lys, sikkerhed, afspærring, sanitære forhold, forsikringer, samt til børnekarnevallet.

Med henblik på at give projektet de bedste forudsætninger for succes, inddrages flere andre festivals i planlægning og afvikling.

Der vil være fokus på anvendelsen af salgsboder til at dække nogle af udgifterne, samt en del artister der vederlagsfrit bidrager med deres kærlighed til den musikalske scene og det kreative univers.

## 9. FORMIDLING

---

PR er af højeste prioritet, idet det spiller en helt afgørende rolle for karnevallet 2022, men i høj grad også for at reetablere og forankre Copenhagen Carnival i folks bevidsthed igen.

Fokus vil ligge på online marketing og visuel markedsføring i det urbane rum, med PR-happenings i løbet af året og særligt op til karnevallet.

## 10. EVALUERING

---

Efter afsluttet projektføreløb vil Copenhagen Carnival evaluere afholdelsen, både i henhold til de opstillede succeskriterier samt overholdelse af budgetter.

Resultatet af denne evaluering gøres tilgængelig i august 2022.

## 11. ØKONOMI

---

En del af finansieringen til afholdelse af Copenhagen Carnival, kommer fra leje af bodernes standplads.

Desuden afholdes mindre støttefester i løbet af efteråret 2021 og foråret 2022, når dette igen bliver muligt.

Copenhagen Carnival sælger selv drikkevarer, hvoraf overskuddet går ubeskåret til foreningen.

Se eventuelt vedhæftet budget.

Revisor vil sikre økonomistyringen.





## 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.*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Foreningen Copenhagen Carnival
<b>CVR:</b> 34159289
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Copenhagen Carnival 2022

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

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

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



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

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	
-----------------	----------	--

**Kommentarer/forbehold:**

Budget for 2022 er højere end de forgangne sidste par år, grundet 40 års jubilæum og Covid-19 pandemien, samt særtilbud fra underleverandører de tidligere år som ikke kan opnås i 2022.

## Ansøgning til Festivalpuljen

### En levedygtig festival

Det er med stor glæde, at vi kan præsentere Københavns kommune for et visionært og levedygtigt projekt, Danmarks største tegneseriefestival, organiseret af foreningen Copenhagen Comics. Vi søger om støtte til dækning af udgifter forbundet med festivalens gennemførelse – herunder internationale oplægsholdere, formidlingsaktiviteter samt leje af Øksnehallen. Festivalen, der er baseret på udelukkende frivillig arbejdskraft, vil i 2022 have nordisk tegneseriekultur som sit fokusområde. Vi ønsker at samle kunstnere fra hele Skandinavien, samt Færøerne, Island og Grønland. Festivalen som et nordisk kulturknudepunkt i midten af København. Ud af et samlet budget på 815.000kr. ansøges Københavns kommune om i alt 120.000 kr. til delvis dækning af ovenstående. I 2019 modtog Copenhagen Comics 100.000, - fra Festivalpuljen.

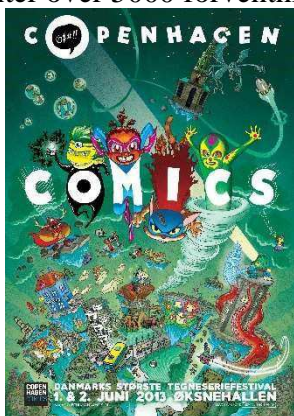
Copenhagen Comics ser fremadrettet tegneseriefestivalen som en årlig begivenhed i København. Det er en vision for festivalen som et kulturelt samlingspunkt i hovedstaden, og med utallige opfordringer fra de mange interessenter i tegneseriemiljøet, har vi valgt at arbejde for en årlig tilbagevendende festival i København.

Sundhedsperspektivet for alle aktiviteter og arrangementer i Københavns kommune, har naturligvis fyldt meget det seneste år. Copenhagen Comics vil selvfølgelig også have fokus sundhed og hygiejne for alle der deltagere, samt afholde festivalen inden for alle gældende sundhedsfaglige retningslinjer.

### Baggrund for at søge Festivalpuljen

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

Festivalens popularitet blandt byens borgere er gennem det seneste år steget markant. Vi kunne ved sidste festival byde 4050 glade gæster velkommen til Danmarks største tegneseriefestival, i 2022 forventer over 5000 forventningsfulde besøgende.



## Projektbeskrivelse

Vi er en forening drevet af frivillige. Det gælder bestyrelsen, diverse arbejdsgrupper og de mange frivillige, der hjælper med afviklingen af festivalen. Den frivillige ånd, samt en fælles interesse for tegneserier, har gennem årene bidraget et givende fællesskab blandt alle der lægger tid og kræfter i foreningen. I 2022 vil vi have særligt fokus på den nordiske tegneseriekultur, hvor kunstnerne fra Skandinavien og de nordatlantiske øer samles i fællesskab. Vi vil inspirere og vise de besøgende en levende streg fra hele den nordiske kulturskat. Tegneseriemediet har en utrolig evne til at bringe fortællingerne til live med deres fantastiske udtryk, hvilket taler til et stadig større publikum. Ved de forrige festivaler har vi haft stor succes med arrangementer og tegneworkshops for mindre børn. Det ønsker vi fortsat, og vi bestræber os derfor på at udbyde workshops mere professionaliseret. Men vi ønsker samtidig at udvide fokus til de unge/større børn, som er en målgruppe, der ofte overses. Særligt arbejder vi med inddragelse af sociale medier som Instagram, Snapchat og YouTube, til udbredelse af tegneserieinteressen blandt unge. Vi samarbejder med flere forskellige tegneworkshops, herunder bl.a. Cosplay-croquis og tegneseriekørekor, et stort tegneområde med gratis tegnematerialer, tegnerobot (som er en slags pas-automat med en tegner skjult inden i) og den dekorative planche 'byg en tegneserie', hvor figurer kan flyttes rundt. Vi har desuden en række børneværter, som forinden er blevet screenet og briefet, der sørger for, at alle føler sig velkomne på festivalområdet.

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

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



## Mere end bare festivalen

I samarbejde med andre tegneserieaktører var Copenhagen Comics til stede ved BogForum 2019 i Bellacenteret for derved at synliggøre den frivillige forening. Alt sammen i overensstemmelse med foreningens formål: "Foreningens formål er at arrangere tegneseriefestivaler og tegneserierelaterede kulturarrangementer i Danmark. Foreningen ønsker at fremme tegneseriemiljøet i Danmark og



udbrede kendskabet til tegneseriemediet generelt.” (Uddrag fra Copenhagen Comics vedtægter, stk. 1).

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

### **Samarbejde med andre aktører**

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

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

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

### **Hvem er Copenhagen Comics?**

#### **Bestyrelse i Copenhagen Comics består af:**

##### **Formand: Anthony Verniere Jr.**

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

##### **Næstformand: Thomas Friis Pedersen**

Professionel tegner og forfatter med flere børnebogsudgivelser bag sig.

##### **Kasserer: Jón Hammer**

Talnørd med færøske rødder.

##### **Thomas Berger**

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

##### **Claus Ahlmann**

Musik og popartnørd med rødder i biblioteksverdenen.

## Kristian Smith Larsen

Fanboy med mange års erfaring i dansk foreningsliv.

I 2019 afholdte vi som samlet bestyrelse vores første festival, hvilket blev en bragende succes. Med stor hjælp fra en masse fantastiske frivillige så bestyrelsen, hvordan en rigtig tegneseriefestival skulle afholdes. 2022 vil blive året, hvor masser af mennesker mødes om deres fælles passion og kærlighed til tegneserier. Som bestyrelse vil vi igen være med til at skabe et kulturelt knudepunkt i København, hvor strengen og den skrevne litteratur favnede hinanden, til glæde for børn og voksne fra hele Norden.



## Succeskriterier

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

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

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

Copenhagen Comics

Foreningen er momsregistreret (27664970).

Med venlig hilsen

Formand for Copenhagen Comics

Anthony Verniere Jr.

[Anthony.verniere@copenhagencomics.dk](mailto:Anthony.verniere@copenhagencomics.dk)



## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

*Tekst i kursiv er vejledningstekst.*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b>
<b>CVR:</b> 27664970
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Copenhagen Comics 2022

<b>Projektperiode:</b> 15.9.2021-10.03.2022
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	120,000.00		ansøgt



Øvrige tilskud, specificeret (herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)			
a) Danske tegneserieskabere	40,000.00		ansøger
b) Statens Kunstfond	85,000.00		ansøger
Honorarer			
Billetindtægter	320,000.00		
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Salg af stande	250,000.00		
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>815,000.00</b>		

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



c) Tegnematerialer	4500	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>668500</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>211,500.00</b>	
-----------------	-------------------	--

**Kommentarer/forbehold:**

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





**ANSØGNING TIL FESTIVALPULJEN 2022-24:**

# **EN BÆREDYGTIG GENSTART AF HELE MAD-KØBENHAVN**

Copenhagen Cooking søger hermed 3 mio. kr. fra Festivalpuljen, fordelt over tre år med 1 mio. kr pr. år. i hhv. 2022, 2023 og 2024.

Midlerne skal gå til Copenhagen Cookings indsatser på den grønne dagsorden, udbredelse af festivalen i hele København og en bæredygtig genstart af den levende madby.



**COPENHAGEN  
COOKING**

# EN BÆREDYGTIG GENSTART AF HELE MAD-KØBENHAVN

Den københavnske madscene er blandt de hårdest ramte brancher i Danmark. Det, der i så mange år, har været et lokomotiv for den københavnske turisme og gastronomien i hele landet, har nu og i de kommende år brug for hjælp til at komme på fode, så vi også efter krisen har en levende, attraktiv by, der kan være inspiration og forbillede for det gastronomiske miljø verden over.

Udviklingen gennem de seneste 15 år har givet København nogle af verdens bedste restauranter, en mangefacetteret madscene af høj kvalitet og tusindvis af arbejdspladser – faktisk er restauranterhvervet den branche, som skabte flest arbejdspladser i 10 år efter finanskrisen.

Den gastronomiske revolution blev startet af tanken om 'Det ny nordiske køkken', der var så kraftfuld en idé, at den har drevet kreative, iværksættere og folk uden boglig baggrund til at skabe en levende, attraktiv by fyldt af fantastiske spiseoplevelser, startende med topgastronomi og siden på alle niveauer fra bistro'er og fast food. Det ny nordiske køkken har også drevet en fantastisk udvikling blandt både de mere etablerede fødevarerproducenter og en ung generation af landmænd, kokke og mikro-bryggere. Og hvad der begyndte i København, har siden bredt sig til hele landet, hvor der i dag er dygtige kokke fra de store byer, som tager på landet og laver spisesteder, gårdbutikker, bagerbutikker og madoplevelser og dermed er medvirkende til at skabe attraktive destinationer for både sommerhusejere, fastboende og turister.

Manifestet for det ny nordiske køkken blev skrevet i 2004, samme år som Copenhagen Cooking blev afholdt for første gang. De to koncepter har levet godt af og med hinanden, hvor festivalen har trukket på energien, kompetencerne og profilerne i branchen, som så til gengæld har festivalen til at udvikle koncepter, events og ideer, som gennem årene er blevet indarbejdet som en naturlig del af hverdagen i madbranchen. Festivalen har også gennem årene sikret synlighed for branchen såvel som København og ikke mindst skabe tusindvis af unikke oplevelser for gæsterne.

Nu står vi så i 2021 med et kæmpe behov for genstart af København og byens madscene. Og samtidig har vi brug for en ny og fremadrettet fortælling om København – en fortælling, som bygger på fundamentet for det ny nordiske køkken, men som også adresserer de udfordringer vi står med her 15 år senere; Klimakrise, biodiversitetskrise og sundhedskrise - og deraf et behov for at ændre folks adfærd og vaner til en grønnere, mere sund livsstil på alle måder.

På samme tid er der brug for at sikre, at den gastronomiske revolution i højere grad bliver udbredt til hele København og ikke kun de mest hippe og populære kvarterer. Det er både godt for borgernes bevidsthed om, hvad de spiser, og deres livsglæde - men også nødvendigt for at fastholde og udvikle en levende by i takt med, at meget fysisk handel erstattes af nethandel, der risikerer at resultere i butiksdød og tomme gader. Den udfordring kan og skal madscenen være med til at løse.

Med andre ord: Vi har brug for en bæredygtig genstart og udvikling af HELE Københavns madscene – og den opgave vil Copenhagen Cooking være med til at løfte de næste mange år. Vi søger derfor 1 mio. kr. pr. år i tre år (2022-24) til indsatsen for med Copenhagen Cooking at sikre en levende, spiselig og attraktiv by, der er eftertragtet både at bo i og besøge.

De bedste hilsner  
Copenhagen Cooking



# FESTIVALEN COPENHAGEN COOKING

Kort fortalt er Copenhagen Cooking en madfestival, der løber af stablen hvert år i slutningen august, hvor der præsenteres over 100 unikke madevents i de ti dage, festivalen varer.

Copenhagen Cooking har siden begyndelsen og er stadig i dag baseret på at have en stort netværk af kreative madaktører og samarbejdspartnere, som leverer indhold, events og synlighed af festivalen. Copenhagen Cooking selv og festivalens store partnere leverer de største, dyreste, mest komplekse events i programmet, mens 90 % af det resterende program leveres af de enkelte restauranter, kokke, iværksættere, kulturinstitutioner, producenter, foreninger osv.

Hvert år bidrager mere end 200 forskellige aktører til festivalens program, og den model vi vil fastholde også i årene fremover. Den betyder nemlig, at vi hvert år kan udvikle og levere et bredt og mangfoldigt program, fordi vi har fornøjelsen af at få sjove, unikke, nytænkende events i programmet, vi aldrig selv ville have fundet på. Når f.eks. FRAKs unge rødder fra Nørrebro serverer husmandskost og deres egenproduceret læskedrik af ukrudt og vilde planter i Kulturhuset Indre By. Når Persilles Hjemmedyrk byder på 'Kunsten af gendyrke' i vindueskarmen, når Geranium inviterer to af verdens allerbedste kokke til et 8xMichelin-stjernet gæstetræf, Christian Puglisi laver Seed Exchange-festival eller når Østergro og Hahnemanns Køkken inviterer på morgenvandring i Klimakvarteret.

Når man får så meget af sit indhold fra eksterne aktører og samarbejdspartnere, er øvelsen hele tiden at have det bedst mulige og mest aktuelle netværk, så man får nye ideer og inputs med hvert år. Derfor bruger Copenhagen Cooking rigtig meget af året på hele tiden at udvikle sit netværk og følge med i, hvad der sker i bybilledet, på kulturinstitutioner, uddannelsesinstitutioner og ikke mindst blandt kokke og restauratører. Vinteren går ofte med at afholde branche-events og sparre med byens aktører om diverse udfordringer. F.eks. bruger vi mange ressourcer på Madfællesskabet, hvor en række kommuner heriblandt Københavns Kommune et gået sammen om at sikre en stærkere kobling mellem land og by og deraf støtte en mere mangfoldig produktion af fødevarer i Danmark. Vi er f.eks. også sammen med WoCo, DRC, Horesta og København Kommune en del af Restore Restaurants-projektet, hvor hovedstadens restauranter kan få hjælp og rådgivning til at komme gennem krisen.

Det arbejde fylder meget, men sikrer til gengæld, at Copenhagen Cookings events vedbliver med at være af høj kvalitet, innovative og aktuelle – og ikke mindst understøtter de øvrige indsatser, der laves for madscenen.

De events, Copenhagen Cooking selv står for under festivalen, er arrangementer, som ellers ville være for omkostningstunge eller komplekse at stå for som enkelt-aktør. Det er først og fremmest vores Festivalplads, som over fem dage præsenterer et varieret program af debatter, spiseoplevelser, workshops og events på Israels Plads. Men også mindre arrangementer som bydelsmiddage i byens yderområder eller 1500 gæster til økologiske høstmener på Frederiksberg Allé, som kræver fundraising og lang planlægning. Derudover står Copenhagen Cooking for en del af det brancheprogram, som også er en del af festivalen.

Copenhagen Cookings indhold kan præsenteres i tre ben:

1. Cooking i Byen – det 'åbne' program, hvor byens aktører byder ind med events over hele byen
2. Festivalpladsen – festivalens hjerte med fem mad-dage på Israels Plads
3. Brancheevents – symposier, netværksmøder, oplæg osv. for madaktører

Midlerne fra Festivalpuljen vil gå til at arbejde med en bæredygtig genstart og udvikling af HELE Københavns madscene med aktiviteter og indsatser inden for punkt 1 og 2.

# INDSATSER 2022-24

## A. BÆREDYGTIGHED PÅ DAGSORDENEN

Copenhagen Cooking har siden 2017 arbejdet med FNs verdensmål og udvalgte agendaer herfra. Det gælder f.eks. madspild, ligestilling mellem kønnene, bæredygtige byer, klima samt koblingen mellem land og by. Det er sket ved at tilrettelægge events med udgangspunkt i en bestemt agenda f.eks. havde vi i 2017 en middag, hvor topkokken Mads Refslund lavede en udsøgt middag af restaurant Muslings overskydende mad fra den seneste uge. Dette event var en del af en hel programrække, hvor vi satte fokus på mål 12.3 - madspild. I 2018 satte vi lys på ligestilling i restaurantbranchen med symposium for over 100 nordiske kokke og madaktører, middage lavet af kvindelige kokke og invitation af nogle af verdens dygtigste kvindelige kokke til byen under festivalen.

Fra 2022-24 vil Copenhagen Cookings bæredygtige indsats fokusere på planter; Plantebaseret mad, planteproteiner og dyrkning af mad til mennesker. En grøn omstilling af vores madvaner kan få enorm betydning for klimaftryk, sundhed, biodiversitet og vores fødevarer system. Agendaen adresserer således en lang række af de kriser, vi står med i dag, så den udvikling vil vi som festival gerne være med til at skubbe på.

Ved at arbejde sammen med nogle af de dygtigste kokke og spisesteder har Copenhagen Cooking mulighed for at præsentere grøn mad af høj kvalitet og med en lækkerhed, som kan inspirere og overbevise om, at man faktisk godt kan lave mad, der ikke bare er sundt, men også rigtig lækkert. Kokke har en unik evne til at gøre råvarer, som før var betragtet som kedelige eller irrelevante, til delikatesser, som man f.eks. har set med stenbiderrogn, asparges og svinekæber. Det samme skal vi gøre med de danskdyrkede, gerne økologiske, grøntsager f.eks. kartofler eller bælgfrugter, der er gode for både klima, biodiversitet og sundhed.

Vores festivalplads bliver udgangspunktet for den bæredygtige agenda gennem dedikerede events, debatter og masterclasses, men også ved fra 2022 at kræve, at der altid er et grønt alternativ til folk, der ønsker det, på hvert eneste event under festivalen i hele byen.

Og indsatsen begynder allerede i 2021, hvor FOOD, som står bag Cooking, er med til at arrangere dels et Plantetopmøde på Hotel- og Restaurantskolen dels en række 'book en mark'-events, hvor dygtige sjællandske avlere matches med restaurantkøkkener.

Vi skal som festival også blive mere bæredygtige selv. Vi har indgået en aftale med RF Experience om at lave en bæredygtighedsstrategi for, hvordan vi som festival skal træffe de mest bæredygtige valg i produktion, markedsføring, planlægning osv. i årene fremover.

Sidst, men ikke mindst, vil vi i arbejdet med den internationale presse fortsætte arbejdet med at synliggøre hovedstaden som en førende gastronomisk destination og især lægge vægt på byens bæredygtige udvikling og således understøtte en ny fortælling om København som en af verdens bedste og mest bæredygtige madbyer.



# INDSATSER 2022-24

## B. GENSTART AF DEN LEVENDE MADBY

Hovedstaden er hårdest ramt af corona-krise, fordi de udenlandske turister er forsvundet, og det skønnes, at hovedstadsregionen har tabt 28 milliarder kroner i turismeomsætning i 2020 sammenlignet med året før. En væsentlig del af den omsætning er tabt hos madaktørerne, og det kommer til at tage mange år at genopbygge den stærke madscene, som har præget København gennem de seneste 15-20 år.

De allerhårdest ramte i København er naturligvis de steder, som tidligere har tiltrukket gæster udefra. Det gælder f.eks. områder som Kødbyen og Nyhavn, men også hele segmentet af toprestauranter, der har levet af gastro-turisme, står i en helt ny situation, hvor de skal genopbygge relationen til det lokale publikum samtidig med, at de får trukket turister i den takt, der nu kan lade sig gøre.

Der er ingen tvivl om, at coronas ankomst allerede har ændret restaurantscenen markant, og at der vil komme væsentlige forandringer henover de næste år. Det er et stort tilbageslag for byen, men det giver også en chance for at komme bedre ud på den anden side; Stærkere og ikke mindst mere bæredygtig.

Genstarten af den levende madby skal derfor fokusere på at få byens borgere til at genopdage deres by, men også at få tiltrukket gastro-turisterne, når de igen kan rejse hertil. I første omgang de europæiske og siden hen resten af verden.

Her kan og vil Copenhagen Cooking spille en væsentlig rolle ift. at lave programrækker med events, som giver genklang internationalt, events, som sætter lys på 'ukendte' madområder og steder, og events, der kan fortælle en ny historie om byens kvarterer.



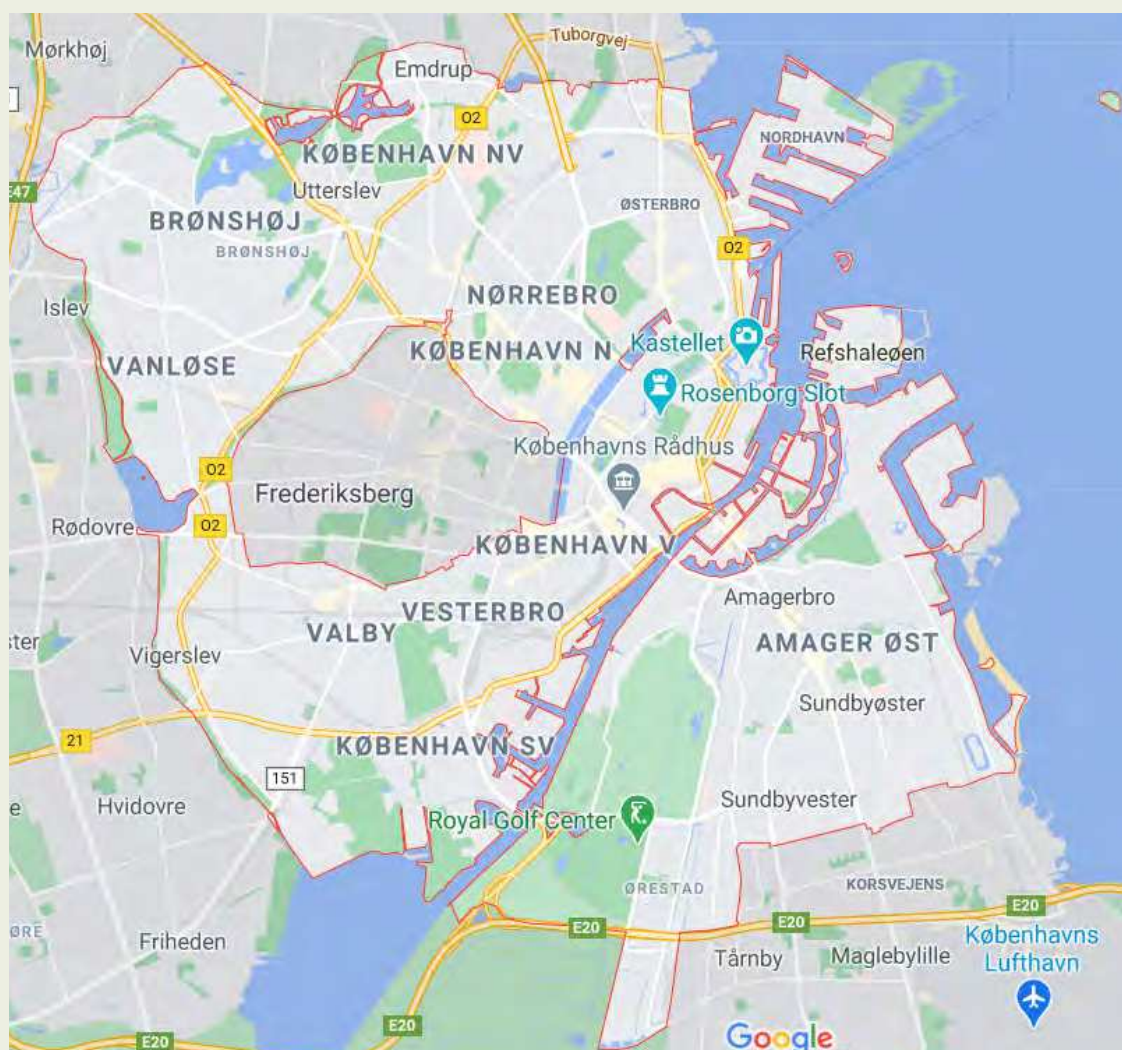
# INDSATSER 2022-24

## C. HELE KØBENHAVN SKAL MED

Copenhagen Cooking skal være hele byens festival. I 2019 introducerede vi Mad på Kanten som et nyt koncept i Copenhagen Cooking med god støtte fra Festivalpuljen. Konceptet blev udarbejdet med ambitionen om at komme ud i de københavnske kvarterer, hvor mad-revolutionen ikke har sat sit markante aftryk endnu. Her afholdt vi tre bydelsmiddage i hhv. Nordvest, Sundby og Sydhavnen, og konceptet blev taget utroligt godt imod hos både gæster og aktører. I 2021 fortsætter vi med Mad på Kanten i nye byrum i samarbejde med Københavns Kommune.

Fra 2022-24 ønsker vi at sætte yderligere turbo på den udvikling. Vi skal i meget højere grad være til stede uden for indre by og bro-kvartererne og sørge for spændende madevents og -initiativer i områder som f.eks. Brønshøj, Vanløse, Ørestaden, Nordvest, Sundby, Husum, Valby og Sydhavnen. Det kræver en dedikeret indsats hen over flere år, fordi det forudsætter, at vi opdyrker netværk i de nye kvarterer. Her er der i dag flere steder så småt en fin udvikling på vej, men meget ofte er det små iværksættere, som ikke har overskud eller kendskab til mulighederne for at være en del af et festivalprogram. Og det er faktisk nogle af de aktører, som kan have allermost glæde af at indgå i det netværk, som en festival også er.

Allerede med projektet Mad på Kanten i 2019 lærte vi lokale aktører at kende f.eks. Bygaard i Sydhavnen, som var helt nyåbnede dengang, men som vi sidenhen har haft med på flere af vores events, hvor de har mødt et helt nyt publikum f.eks. vores marked på Refshaleøen, hvor de jo nu snart åbner en lille urbant landbrug sammen med Østergro.



# ORGANISATION OG ØKONOMI

Food Organisation of Denmark (FOOD) er non-profit foreningen, som står bag Copenhagen Cooking og flere andre større madbegivenheder i Danmark; Madens Folkemøde, Copenhagen Beer Week og Aarhus Food Festival.

Copenhagen Cooking er ledet af festivaldirektør Stine Lolk, der er den eneste fuldtidsansatte på festivalen. Det betyder, at så få midler som muligt går til administration og lønninger på tider af året, hvor festivalaktiviteten ikke er så høj. Konstruktionen med at være en del FOOD betyder til gengæld, at der kommer en del erfarne kræfter på festivalen, når det er nødvendigt. Hvert år inviterer vi også 1-2 praktikanter med om bord, fordi det er attraktivt for de studerende at få lov at få hænderne i eventplanlægning og -afvikling. Og under selve festivalen har vi de senere år haft stor glæde af samarbejdet med CPH Volunteers, der hjælper os med at finde og håndtere frivillige kræfter på en struktureret og ordentlig måde for både os og de frivillige.

Eventbranchen er heldigvis en branche, som både rummer masser af dygtige mænd og kvinder i alle aldre, så vi plejer uden at gøre et ret stort nummer ud af det at have en meget lige fordeling mellem kønnene og aldersmæssigt på vores festivaler.

Ligestillingsudfordringen for os ligger i selve den branche, vi arbejder meget sammen med; Restaurantbranchen. Her er der godt nok stort set lige mange kvinder og mænd ansat, men branchen er i meget høj grad ledet af mænd og profileret af mandlige 'stjernekokke'. Samtidig er det en branche, som har en kæmpestor udfordring med krænkelser og seksuel chikane over for især de yngre medarbejdere og elever.

Vi tog denne udfordring op efter den første #metoo-bølge i 2017 og har siden hen arbejdet dedikeret med at få etableret et stærkt netværk af kvindelige kokke og madprofiler, som vi hvert år inviterer med i vores festival, således at de kan fungere som rollemodeller for de unge, og så gæsterne kan se og opleve, at der også findes kvindelige profiler i madverdenen. I 2018 og 2019 arrangerede vi symposier, Freja Symposium, som adresserede problemstillingen på et tidspunkt, hvor den slet ikke var anerkendt i mange dele af branchen. Det er den i dag, og Freja Symposium har efterfølgende bl.a. resulteret i et mentornetværk i samarbejde med Hotel- og Restaurantskolen i København, hvor de unge kvindelige kokketalenter får hjælp af erfarne mentorer fra branchen selv.

Arbejdet med at fremme ligestilling i restaurantbranchen bliver et langt sejt træk, som Cooking vil tage sin del af arbejdet også i årene fremover bl.a. ved at fastholde et internt fokus på at sikre ligelig repræsentation i vores egne events og kontinuerligt at finde frem til nye kvindelige 'stjerner', som vi kan inkludere i programmet.

## Copenhagen Cookings partnere og økonomi

Copenhagen Cooking er finansieret dels af egenindtægter dels af partnerskaber og bevillinger og tilskud fra fonde og kommuner. Festivalens samlede økonomi ligger på ca. 3 mio. kr. (varierer lidt fra år til år), og heraf leverer de kommercielle partnere hvert år ca. 1 mio. kr. via partneraftaler, Københavns Kommune har gennem de senere år bidraget med 1 mio. kr., Frederiksberg Kommune 0,25 mio. kr. og resten af indtægterne kommer ind via fonde, projekt-økonomi og egne indtægter i form af billetsalg, udlejning af stande osv.

Den økonomiske model, hvor finansieringen kommer fra både private og offentlige kilder, er velfungerende og sikrer, at vi både kan præsentere indhold på kommercielle vilkår, hvor vores aktører kan få lov at tjene penge, men også indhold, som kun kan laves med tilskud fra det offentlige eller fonde.



Tilskuddet fra kommunerne sikrer også en frihed til at træffe ikke-kommercielle beslutning, som f.eks. betyder, at vi kan have et bredt program af events, hvor aktører ikke skal betale for at være med og som derfor giver mulighed for alle, også de helt små iværksættere, at blive en del af festivalen.

Det er derfor helt essentielt for festivalens DNA, at Københavns Kommune vedbliver at støtte Copenhagen Cooking i årene fremover.

### **Behov for tre-årig bevilling**

De tre indsatser, vi lægger op til (Bæredygtighed på dagsordenen, Genstart af den levende madby og Hele København skal med) kræver alle tre et langt sejt træk og ikke mindst særlige kompetencer og netværk. Det betyder, at vi har behov for at tilknytte dygtige folk inden for f.eks. bæredygtighed og klima, og at vi har brug for at investere i at udbygge vores netværk i Københavns yderkvarterer. Sidst men ikke mindst vil en længere tidshorisont gøre det muligt at investere i f.eks. grej og udstyr, som kan hjælpe os med at skabe events sammen med små og mindre aktører, der ikke nødvendigvis selv har de nødvendige ressourcer, økonomisk såvel som menneskeligt.

Med en tre-årig vil vi kunne så frø i år ét år og høste de efterfølgende, og det vil være en kæmpe lettelse for os og vores aktører at kunne sikre udviklingen af Copenhagen Cooking også længere frem end kun ét år ad gangen.

Copenhagen Cooking har tidligere år modtaget følgende midler fra Københavns Kommune:

- 2014: 1,7 mio. fra KK
- 2015: 1,5 mio. fra KK
- 2016: 1,5 mio. fra KK
- 2017: 1,8 mio. fra KK (1,5 mio. til CC, 0,3 mio. til Food Forum)
- 2018: 1,25 mio. fra KK (1 mio. til CC, 0,25 mio. til Food Forum)
- 2019: 1 mio. kr. fra KK fordelt på 0,5 mio. i driftstilskd og 0,5 mio. fra Festivalpuljen.
- 2020: 1 mio. kr. bevilget fra KKs festivalpulje. Festival desværre aflyst pga. corona-restriktioner
- 2021: 1 mio. kr. bevilget fra KKs festivalpulje.

## **KONTAKTDETALJER**

### **COPENHAGEN COOKING**

Att: Food Organisation of Denmark (FOOD)

Vigerslev Alle 18, 4. Sal.

2500 Valby

CVR: 33352832

Stine Lolk

Festival Direktør

Stine@thefoodproject.dk

Tlf. +45 53 88 28 03

FOOD er fuldt momsregistreret



## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

<b>Tilskudsmodtagers navn: Food Organisation of Denmark (FOOD)</b>
<b>CVR: 33352832</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Copenhagen Cooking</b>
<b>Projektperiode: 30.10.21-30.10.24</b>

	2022	2023	2024
Indtægter	Ind	Ind	Ind
København Kommunes festivalpulje	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Frederiksberg Kommune	250.000	250.000	250.000
Private partnere	800.000	900.000	1.000.000
Fonde	100.000	100.000	100.000
Bidrag fra FOOD	250.000	250.000	250.000
Egenindtægter (billetsalg, standudlejning)	650.000	650.000	700.000
<b>Indtægter i alt</b>	<b>3.050.000</b>	<b>3.150.000</b>	<b>3.300.000</b>
Omkostninger	Ud	Ud	Ud
Organisation og administration			
Løn og honorarer	1.600.000	1.610.000	1.620.000
Konsulentudgifter bæredygtighed	50.000	60.000	65.000
Kontorhold, husleje og diverse personaleudgifter	125.000	135.000	140.000
Frivillige og praktikanter	30.000	35.000	40.000
Ekstern bistand (kokke, musikere, oplægsholdere osv.)	150.000	150.000	170.000
<b>Organisation og administration i alt</b>	<b>1.955.000</b>	<b>1.990.000</b>	<b>2.035.000</b>
Kommunikation			
Produktion af materialer (plakater, bannere osv.)	80.000	80.000	80.000
Presseture og - aktiviteter	40.000	40.000	45.000
Markedsføring	150.000	175.000	200.000
<b>Kommunikation i alt</b>	<b>270.000</b>	<b>295.000</b>	<b>325.000</b>
Venue og logistik			
Leje af venues	45.000	50.000	55.000
Leje af udstyr (telte borde, bænke, toiletvogne, køkkenvogne osv.)	500.000	525.000	550.000
Strøm, vand, renovation, rengøring	75.000	75.000	85.000
Hegn, afspærring og terrorsikring	25.000	25.000	30.000
Transport	50.000	60.000	70.000
Afvikling og hands	120.000	120.000	135.000
Forsikring af events	10.000	10.000	15.000
<b>Venue og logistik i alt</b>	<b>825.000</b>	<b>865.000</b>	<b>940.000</b>
<b>Omkostninger i alt</b>	<b>3.050.000</b>	<b>3.150.000</b>	<b>3.300.000</b>
<b>Periodens resultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## 1. Projektbeskrivelse

### Resumé

Copenhagen Harbour Parade er en tværkunstnerisk flydende parade, der foregår over 2 dage den første weekend af juni i Københavns inderhavn og kanaler med byens verdenskendte arkitektur som scenetæppe. Kunstværker, performances, installationer, musik og ord sejler gennem havneindløbet i et overfløddighedshorn af farver, lyde, indtryk og udtryk. Værkerne fordeles på bådsccener, havnekaj og broer fra Sydhavnen til Refshaleøen yderst i havneindløbet. De flydende scener opleves fra land såvel som fra både til vands, og paraden tager således pulsen på København som kunstnerisk smeltedigel. Projektet er et kulturelt flagskib udadtil mod resten af verden, der brander København som en progressiv havneby med store kunstneriske ambitioner. Samtidig er det et projekt der vender vrangen ud på byens kunstinstitutioner til glæde for alle byens borgere og turister fra nær og fjern og dermed hæver paraden København som en progressiv kulturmetropol.

I 2022 udføres Copenhagen Harbour Parade for tredje gang og i de kommende år, vil paraden fortsat være i rivende udvikling. Dette vil ske hånd i hånd med at vores partnerskaber med byens kulturinstitutionerne vokser. Vores ambition er konstant at udvikle skabelsen af de mest relevante tværkunstneriske performances, der eksperimenterer med formatet på vandet i den eksisterende Københavnske scenografi, og holde fast i at kuratere værker, der rammer, skaber refleksion og nysgerrighed samt inkluderer borgerne på nye måder i en stor kunstnerisk fejring af København.

### Samskabelse og bæredygtighed

Samskabelse er en grundpille i Copenhagen Harbour Parade, og året rundt arbejder vi på at skabe samarbejder på tværs af havnens aktører, lige fra kulturinstitutioner til erhvervsliv, foreninger, NGO'er mv. Dette arbejde er allerede rigtig godt i gang og mange aktører indgår med stort engagement, nogle fra 2021 andre fra 2022 pga. Covid-19. De fleste værker i paraden produceres og præsenteres således i et samarbejde mellem kunstneriske aktører i København og Copenhagen Harbour Parade.

Copenhagen Harbour Parade har en tværkunstnerisk profil og arbejder ud fra et ønske om at kunstarter og formater flyder sammen, at der opstår spændinger, eksplosioner, indfald og udfald til glæde for byens borgere, der drages, overraskes og forundres i denne nye form for oplevelse. Ligeledes ønsker vi at avantgarden blander sig i det etablerede, at studerende møder det professionelle, at genrer krydses og broer bygges.

Hvert år har Copenhagen Harbour Parade et overordnet relevant og aktuelt tema, der er den røde tråd igennem hele paraden, både hvad indhold og udtryk angår. I 2021 er temaet: "Jeg er København". Selvom temaet vil skifte, så fastholdes det at paradens kunstværker skal forholde sig til København som by, da København er et stærkt bærende element i hele forudsætningen for paraden.

Dertil vil flere værker hvert år debattere bæredygtighed og miljø, da dette også anses som et essentielt tema i relation til København. I 2021 laves f.eks en performance om det skrald, der samles op af By og Havn for at skabe fokus borgernes aftryk på miljøet i havnen. Dertil laves et værk om havene som Klodens åndehul, og et tredje værk er skabt af genanvendte plastikflasker. Paraden planlægges og udføres med sigte på Verdensmålene, som i høj grad fungerer som rettesnor for økonomisk, miljømæssig og social bæredygtighed i projektet.

På Copenhagen Harbour Parade går diversitet hånd i hånd med inklusion. Vi er en åben, rummelig og inviterende organisation, der skaber en begivenhed for ALLE. Den er tilgængelig og gratis, og den repræsenterer kunstnere i alle aldre, med forskelligt køn, med forskellige etniciteter og inkluderer mange forskelligartede miljøer i og omkring havnen.



### **Publikumsoplevelse og indlevelse**

Som publikum til Copenhagen Harbour Parade vil man kunne opleve stærkt visuelle flydende scenekunstværker, der vender publikumsoplevelsen på hovedet og bombarderer tilskueren med oplevelser for alle sanser. Man kan følge paraden blot ved at opholde sig i området omkring havneindløbet, eller man kan indtage en af festivalens publikumsområder. Man kan også vælge at følge de enkelte værker langs kajen, hele vejen fra Sydhavnen til Refshaleøen. Eller man kan opleve paraden passere stående på en bro, siddende på en café, fra sin kajak, GoBoat, kanalrundfarten etc. Enkelte mindre scener vil også sejle ind i de små kanaler i indre København og paraden vil dermed nå yderligere ind i hjertet af København, til folk på pladser, caféer og restauranter.

### **Succesfuldt og prisvindende projekt**

Copenhagen Harbour Parade blev i 2020 udført som et pilotprojekt med hovedvægt på kunstarten musik og vandt i den anledning JazzDanmark Prisen ved Danish Music Awards Jazz 2020 for den mest innovative koncertoplevelse. I 2021 øger vi ambitionerne og laver en pilot nr. 2 med et tværkunstnerisk og netværksdannende fokus. Vi har i løbet af året arbejdet intenst på at invitere samarbejdspartnere med ombord, hvoraf nogle er med fra 2021 og andre fra 2022. Et omfangsrigt og grundlæggende arbejde, som vi ser frem til at se frugterne af i 2022 og årene frem.

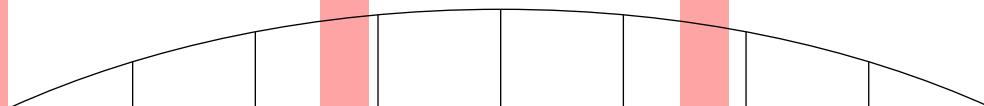
Københavnerne er vilde med paraden og her 2 måneder før 2021 udgaven, står vi med mere end 35.000 interesserede publikummer på vores Facebook-event! Interessen fra de forskellige samarbejdspartnere er overvældende, og vi ser frem til i 2022 at have banet vejen for spændende tværgående projekter, som ingen troede mulige. Vi indleder desuden i 2022 en udveksling af kunstværker med Boschparaden i Holland. Vi forventer at Copenhagen Harbour Parade anno 2025 vil være et vartegn for København på linje med Copenhagen Pride, Copenhagen Jazz Festival og andre toneangivende events.

## 2. Vision

Visionen for Copenhagen Harbour Parade er først og fremmest at skabe et kunstnerisk projekt, der rækker ud mod publikum, og berører dem gennem alle sanser. Den henvender sig aktivt til mennesker i byrummet, uanset baggrund, alder og køn. Vi ønsker, at så mange mennesker som muligt skal føle kunsten og mærke, hvad den kan på egen krop og sind. Paraden skal pirre sanserne, udfordre både kunsten og havnens vanlige rammer, og skabe forundring, nysgerrighed og eftertanke. Paraden er en innovativ kunstoplevelse, der vender kunstscenen på vrangen, idet den synliggøres i det offentlige byrum.

Ved at udnytte Københavns Havn som scene faciliterer vi, at kunst af høj kvalitet kommer ud til folket. Vi bryder barriererne om forestillingen af finkulturens som elitær, og sætter det i øjenhøjde med befolkningen. Publikum får et indblik i kulturtilbud i form af et bredt udsnit af musikoplevelser, og scenekunst som de normalvis ikke er i berøring med. Samtidig er det en måde, hvorpå kunstinstitutionerne og kunstaktørerne kan reklamere for dem selv. Det er et Copenhagen Harbour Parades ambition at formidle en kobling mellem publikum og aktører, som vil leve videre efter paraden, med forhåbningen om at det generelle kulturforbrug i København øges.

Copenhagen Harbour Parade rammer lige ned i hjertet af København, hvor kunsten og havnen flyder sammen. Den bygger bro mellem vand og land. Mellem det klassiske København og fremtidens metropol. Mellem kunstarter og mennesker. Mellem generationer. Mellem institutioner og publikum. Paraden er en gave til byen og derfor gratis at overvære.



<b>Land</b>	Paraden præsenterer vandet som scene, som kan nydes fra hele havneområdet og fra vandet. Hermed åbnes Københavns areal op til at inkludere vandet.	<b>Vand</b>
<b>Klassiske København</b>	Paraden binder København som klassisk havneby sammen med København som kunstnerisk varetegn ved at bruge havnen som scene til at præsentere kvalitetskunst.	<b>Fremtidens metropol</b>
<b>Kunstarter</b>	Paraden præsenterer et bredt udsnit af musik og scenekunst på tværs af genrer som inspirerer både publikum og kunstnere til at tænke nyt.	<b>Genrer</b>
<b>Kunst-institutioner</b>	Paraden giver indblik i, hvad kunstinstitutionerne i København har at tilbyde og er derfor en demokratisering af af kunsten i København, Det er en størmning af kunst ud til folket.	<b>Folket</b>

At møde og opleve kunsten griber dybt ind i menneskers livskvalitet. Kunsten kan ryste og udfordre vores verdensbillede, ligesom den kan skabe ro, glæde og inspiration. Med Copenhagen Harbour Parade vil vi demokratisere kunsten, lade den strømme ud til folket, hvor den kan stimulere publikum til tanker, følelser og refleksion. Derfor er vores målgruppe bred og favnende, og det er visionen at alle, ung som gammel, skal overraskes og forbløffes med original og nyskabende kunst af højeste kvalitet.

Udover en fejring af København er selve paraden udmøntningen af et større bagvedliggende formål, som er at skabe et stærkt tværkunstnerisk netværk i København til glæde for publikum. Et netværk der bygger broer mellem Københavns kunstaktører lige fra de store gamle kunstinstitutioner til kunstscolerne, græsrodderne og de mindre selvstændige aktører og kunstnere. I løbet af året skal alle disse aktører arbejde sammen, lære af hinanden og skabe projekter sammen på kryds og tværs. På den måde er Copenhagen Harbour Parade i høj grad med til at stimulere kunstmiljøet i København til at bryde grænser og bygge broer, der i sidste ende resulterer i et sundere miljø med større udsyn og ambitioner.

### 3. Baggrund

Copenhagen Harbour Parade opstod ud af asken på Corona-krisen med et mål om at skabe et projekt, der kom et stort antal mennesker til glæde uden fare for smitte. Copenhagen Harbour Parade har rødderne dybt forankret i Københavns kulturhistorie. Paraden tapper ind i byens DNA, som havneby med skibsindustri og centrum for landets fremmeste kulturinstitutioner. Sådan er det stadig i dag. København er en by, der kan nydes ved vandet, ved byens strande, kanaler og broer. Men det er også en kunstnerisk visionær by, der rummer alt lige fra arkitektoniske vartegn til klassiske kunstinstitutioner og eksperimenterende græsrodkunst. Det er netop disse kvaliteter ved København som Copenhagen Harbour Parade udstiller og smelter sammen, ved at gøre vandet og havnens arkitektur til scene og udstillingsplatform for kunsten.

Copenhagen Harbour Parade har internationalt udsyn, og særligt inspireret af Bosch Paraden i Holland og Burning Man festivalen i Nevada Ørkenen. Begge events har gennem en årrække gjort sig bemærket som innovative, banebrydende, sprælske, nyskabende og unikke events med et stort publikum - nationalt som internationalt.

### 4. Målgrupper

Copenhagen Harbour Parade favner bredt og præsenterer en begivenhed, der skal nå helt ud i krogene til et mangfoldigt publikum. Havnen er et vartegn for København og en del af byens DNA. Det er derfor en afgørende værdi for paraden, at den taler både til de mennesker, som bor i og omkring København, men også til dem, som hvert år rejser hertil for at opleve det helt specielle, som Københavns kan som turistby. Når vi skaber et værk, er det vigtigt at publikum engageres og inviteres indenfor, selvom værket har en eksperimenterende karakter.

#### Københavneren

Havnens daglige brugere oplever havnen på en ny, overraskende og dragende måde.

#### Turisten

Den danske og udenlandske turist, som besøger København for den unikke historie og nyskabende kultur.

#### Børnefamilien

Børn og deres forældre vil drages af Copenhagen Harbour Parades farverige og sansende kunst

#### Kunstbrugeren

Den erfarne kunstbruger, der selv opsøger kulturevents, og som vil udfordres og opleve kunst i nye formater.

### 5. Forankring og Community Building

Copenhagen Harbour Parade er Københavnerens parade. Derfor gør vi en stor indsats for at forankre projektet via Community Building. Vores mål med Copenhagen Harbour Parade er at skabe en kunstparade på vand med lokal forankring i miljøet omkring havnen. For at styrke denne forankring og cementere Copenhagen Harbour Parade som en spydspids for kulturen i havneområdet, fokuserer vi fortsat på at udvikle stærke samarbejder og relationer til havnens mange parter. Disse partnerskaber er essentielle på flere planer både ift. projektets berettigelse, bæredygtighed, udviklingspotentiale og markedsføringsstrategi.

Med community building fokuserer vi også på, at den lokale forankring er medskaber til sociale fællesskaber på lands og til vands. Dette gør vi f.eks. ved rekruttering af borgere eller aktører, som frivilligt engagerer sig i Copenhagen Harbour Parade. Idéen er her at skabe grobund og vækst for nye sociale fællesskaber på tværs af eksempelvis befolkningsgrupper. Vi skaber derved personlig værdi for lokalmiljøet og er med til at gøre kulturen tilgængelig for alle.

## 6. Samarbejdspartnere

Copenhagen Harbour Parade er bundet op omkring samarbejder. Det er projektets DNA at bygge broer, heriblandt også mellem byens større kulturaktører, turismeorganisationer og havnens brugere som f.eks. erhvervsdrivende og foreninger. Vi deler vores samarbejdspartnere op i 4 grupper:

### Private fonde og statslige/kommunale tilskudsgivere.

Fx. Statens Kunstfond og Københavns Kommune. Da Copenhagen Harbour Parade ikke har et kommercielt sigte bliver samarbejdet med sponsorer og tilskudsgivere helt essentielt. Det er f.eks. vigtigt at Københavns Kommune engagerer sig, da paraden grundlæggende er en fejring af byen og dybt forankret i byens kunst og kulturliv. Dertil er Copenhagen Harbour Parade afhængig af at en række private fonde støtter op om projektet.

### De kunstneriske samarbejdspartnere.

Denne gruppe inkluderer partnere som er med til at skabe paradens kunstneriske indhold. Vi har allerede skabt et omfangsrigt netværk af samarbejdspartnere blandt Københavns kulturorganisationer. Et tidskrævende arbejde, som har været et af målene i opstartsfasen. Vi kan nævne partnere som: Det Kongelige Teater, Musik- og Scenekunstkolerne, Kunsthal Charlottenborg, Kunstnerkollektivet Illutron, Reffen, Copenhagen Contemporary, Nordatlantens Brygge, Kulturhuset Islands Brygge, Kulturtårnet, BLOX, Distortion, Copenhagen Pride.

### Turisme og branding organisationer.

Vi samarbejder på nuværende tidspunkt med Wonderful Copenhagen bl.a. ift. markedsføring af paraden. Vi forventer at dette samarbejde udvides i takt med at turismen bliver en mulighed igen. Sammen med turisme-organisationerne skal vi skabe international synlighed omkring København som en rekreativ havne- og kulturby. Dette samarbejde vil i høj grad være en vigtig markedsføringskanal for Copenhagen Harbour Parade. Samtidig vil paraden være med til at trække turister til landet på et tidspunkt, som ikke nødvendigvis er højsæson for turister i Danmark.

### Erhvervsdrivende og foreninger omkring havnen.

Her har vi lagt føromtalt strategi for Community Building. Det er meget vigtigt at caféer, restauranter, kulturhuse, bådudlejning, klubber osv. engagerer sig i paraden. Gennem deres ejerskab bliver de en af de vigtigste markedsføringskanaler til København Havns brugere. Samtidig vil vi gerne have de mange foreninger i og omkring havnen til at engagere sig i udførelsen af paraden, lige fra båd- og kajakklubber til svømmeklubber, fastlæggere, bådejere mv.

De kunstneriske samarbejdspartnere skal levere indhold til scenerne. For dem bliver det en mulighed for at nå publikum, der hvor publikum allerede befinder sig – i de rekreative områder i og omkring havnen. De får således øget deres tilknytning til de borgere, der ikke nødvendigvis allerede er kulturbrugere i byen. Vi anser det som meget sandsynligt, at dette vil føre til en øget nysgerrighed og dermed et øget kulturforbrug i København.

Vi vil gerne fremhæve et banebrydende samarbejde med kunstkolerne, der kan lede til at Copenhagen Harbour Parade indføres som eksamensfag for faget entreprenørskab på tværs af uddannelserne. Hermed skal de forskellige studieretninger samarbejde om at lave kunstneriske værker, der sejler med på Paraden. Sidst men ikke mindst vil vi fremhæve det internationale samarbejde med Boschparaden i Holland, som er en stor inspirationskilde, og som vi forventer at udveksle værker med allerede i 2022.



Der er lagt en klar og struktureret markedsføringsstrategi med fokus på både online PR, SoMe, Community Building, trykte medier og fysisk distribution af flyers og plakater. Der er i 2021 udarbejdet en stærk grafisk identitet samt platforme til markedsføring, herunder website og SoMe profiler. Derudover indeholder alle indgåede aftaler med samarbejdspartnere en fælles forpligtelse ift. markedsføring, og gennem samarbejde med de danske turismeorganisationer spredes kendskabet til paraden til turister og deres udenlandske samarbejdspartnere.

En anden vigtig del af strategien beror på Community Building, som tidligere beskrevet. Gennem engagementet fra de lokale aktører langs havnen, vil vi opbygge en stærk formidlingskanal til deres netværk og brugere - den lokale befolkning i København. Fokus i markedsføringsstrategien vil hele tiden ligge på, at nå de tiltænkte målgrupper som tidligere beskrevet. Fokuspunkterne er:

- Identitet: I foråret 2021 har vi fået ny identitet. Den udrulles fuldt i de kommende år.
- Online platforme: Vi opererer primært med web, instagram, Facebook.
- SoMe: Vores SoMe kanaler er meget velfungerende og 2 måneder før paraden i 2021, er der 35.000 interesserede i vores Facebook-event. Med et ønske om at nå et ungt publikum, er der stort fokus på sociale medier i markedsføringsstrategien. Der vil blive planlagt PR-kampagne med relevante indlæg og annoncering (facebook og instagram) af udvalgte opslag. Der produceres passende content til disse medier.
- Community Building: Gennem det community der opbygges lokalt langs havnen, når vi videre ud til befolkningen, gennem parternes markedsføringskanaler som fx SoMe og fysisk reklame.
- Trykte medier: Vi trykker flyers og plakater, der distribueres til boligområder omkring havnen, caféer, uddannelsesinstitutioner, spillesteder, hoteller mv. Dertil produceres bannere og udsmykning der pryder paraden under selve begivenheden.
- Pressearbejde: Der udsendes pressemeddelelser til relevante medier i månederne op til paraden. Projektet har fra start haft stor mediebevågenhed fra medierne også TV. Vi arbejder på at fastholde og udvide dette.
- Samarbejdspartnere: I alle samarbejdsaftaler der indgås ligger en gensidig markedsførings forpligtelse. Dvs. at projektet når langt ud blandt alle de involverede samarbejdspartneres brugere og kunder.



## 8. Budget og budgetbeskrivelse

Festivalpuljen ansøges om 400.000 kr i støtte per år i 3 år. At have Københavns Kommune som en stærk partner i dette projekt er et vigtigt fundament, da hele projektets identitet og selvforståelse er centreret omkring København som by. Vi ønsker med støtte fra Festivalpuljen at sikre et økonomisk eksistensgrundlag og stærkt samarbejde med Københavns Kommune, da Copenhagen Harbour Parade netop er en fejring af København og en gratis begivenhed for publikum.

Udviklingen og afholdelsen af Copenhagen Harbour Parade 2022 har en budgetramme for direkte udgifter på 1.300.000 kr. Hertil kommer de indirekte udgifter, som finansieres af de involverede samarbejdende aktører, som placerer deres performances på scenerne og afholder udgifterne herfor (se afsnittet ovenfor). Projektet er konstrueret således, at Copenhagen Harbour Parade kuraterer, producerer og finansierer nogle scener, mens andre scener kurateres, produceres og finansieres af samarbejdspartnerne. Derfor har Copenhagen Harbour Parade en relativt lille udgift på 294.000 kr. til kunstnerrelaterede honorarer.

Copenhagen Harbour Parade fungerer som et samlende og igangsættende sekretariat. Hermed er mange af vores direkte udgifter relateret til produktion, markedsføring og administration og dækker over bl.a. netværksopbyggende/plejende arbejde, programlægning, udvikling/udførelse af markedsføring, projektledelse og koordinering af bl.a. frivillige. Hertil kommer finansieringen af alle flydende scener, scenografi, kaptajner samt teknikere til lyd og lys mm. Sidstnævnte udgør en relativt stor del af de direkte produktionsomkostninger på 267.000 kr. Vi budgetterer lige nu med at få 20 både i vandet, og at have 10-15 performances ved kajer og broer.

Der budgetteres med 309.000 kr. til PR og markedsføring. I 2022 skal projektet realiseres i fuld skala med dertil hørende udrullet identitet, webprofil, SoMe strategi, Community Building og andre formidlingskanaler. Finansieringen af PR og markedsføring ligger primært hos Copenhagen Harbour Parade, men alle samarbejdspartnere forpligter sig til at bidrage med markedsføring via deres kanaler.

Da Copenhagen Harbour Parade er ansvarlig for at udvikle netværk og bygge broer mellem alle havnens aktører, samt al udvikling og afvikling af markedsføring og produktion, er der en væsentlig administrationsudgift på 400.000 kr. Da store dele af det kunstneriske indhold er indirekte udgifter, der ikke fremgår her, men finansieres af samarbejdspartnerne, kan denne budgetpost synes relativt høj. Det er vores erfaring, at det er omfangsrigt at være initiativ og paraply for dette store kunstneriske samarbejde mellem forskellige organisationer, og vi ved at paradens koordinerende rolle kræver flere ansatte i lange perioder.



## Copenhagen Harbour Parade 2022-24 : BUDGET

Ansøger: Foreningen JAZZiVÆRK

CVR: 40276092

Projektperiode: 1/1-2022-1/11-2024

Udgifter	Specificeret.	grupperet	Indtægter	Budget	Ansøgt
<b>Honorarer</b>		<b>294.000</b>	<i>Kunsthonden, flere puljer</i>	100.000	X
<i>Musikere, forfattere mv. til enkelte produktioner</i>	200.000	-	<i>Augustinus Fonden</i>	100.000	
<i>Scenografer, havnekunstner</i>	45.000	-	<i>Lauritzenfonden</i>	100.000	
<i>Lydmænd</i>	17.000	-	<i>William Demant Fonden</i>	100.000	
<i>Andre teknikere</i>	17.000	-	<i>AP Møller</i>	100.000	
<i>Foto, dokumentation</i>	15.000	-	<i>Dronning Margrethes og Prins Henriks Fond</i>	50.000	
<b>Produktionsomkostninger</b>		<b>267.000</b>	<i>Hempelfonden</i>	100.000	
<i>Leje af lyd og lys oa</i>	30.000	-	<i>Knud Højgaard Fonden</i>	50.000	
<i>Forplejning og faciliteter til kunstnere + frivillige</i>	12.000	-	<i>Private sponsorer i havnen</i>	80.000	
<i>Afviklere</i>	40.000	-	<i>Kunstneriske organisationer.</i>	80.000	
<i>Frivilligkoordinering</i>	30.000	-	<i>Lokaludvalg i København</i>	40.000	
<i>Bådudsmykning, bannere materialer til scenografi</i>	55.000	-	<b>Festivalpuljen ansøges bl.a. til drift</b>	400.000	X
<i>Transport, leje af kassevogne, musikertransport</i>	8.000	-	<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>1.300.000</b>	
<i>KODA</i>	12.000	-			
<i>Leje af flydende scener med kaptajn 25 både</i>	80.000	-			
<b>Markedsføring og PR</b>		<b>309.000</b>			
<i>Annoncer i trykte medier</i>	40.000	-			
<i>SoMe Facebook + Instagram + web</i>	50.000	-			
<i>Community building</i>	100.000	-			
<i>Udarbejdelse af markedsføring/formidlingsmatr.</i>	100.000	-			
<i>Plakater, flyers, tryk, omdeling</i>	19.000	-			
<b>Administration</b>		<b>400.000</b>			
<i>2 ansatte deltidsmedarbejdere ( inkl. alt)</i>	300.000	-			
<i>Afrapportering til fonde</i>	25.000	-			
<i>Kontorhold/kontorleje i produktionsfasen</i>	20.000	-			
<i>Evaluering og videreudvikling af projektet</i>	25.000	-			
<i>Regnskab, Revision, Bogholderi</i>	30.000	-			
<b>Uforudsete udgifter /Diverse</b>	30.000	<b>30.000</b>			
<b>UDGIFTER I ALT</b>		<b>1.300.000</b>			

## Kommentarer til Budgettet

## Ansøgt/Bevilget:

Da denne ansøgning ligger meget tidligt ift. afviklingen af festivalen i 2022, og vi endnu ikke har afviklet 2021, er der endnu ikke bevilget andre midler til 2022-2024. Kunsthondens tværkunstnerisk pulje er dog ansøgt til 2022.

## Budgetudvikling 2022-2024

Vi forventer at fastholde det samme budget for 2022-2024. Vi kan alligevel vækste og udvikle os, baseret på, at vi forventer en styrkelse af partnerskaber i perioden. Dvs. budgettet for indirekte udgifter vil stige (finansieret af partnere)

## Kommentarer til egenfinansiering

I 2020 og 2021 er der blevet lagt en meget stor andel egenfinansiering i Copenhagen Harbour Parade, i form af ufinansierede arbejdstimer til opstart. Det vurderes til samlet set 1 årsværk fordelt over 2 år. I 2022 vil der fortsat forventes en egenfinansiering af timer til opstart af projektet -max 1/4 årsværk. Det er klart at gratis timer fra administration ikke fremmer projektets bæredygtighed og derved er budgettets administrationspost hævet i 2022. Dertil vil vi gerne fremhæve den indirekte finansiering af kunstnerisk indhold fra alle vores samarbejdspartnere, som ikke er en del af dette budget. Dertil kommer arbejdsindsatsen fra ca 30 frivillige.

## 9. Udviklingsplan

Copenhagen Harbour Parade blev i 2020 og 2021 udført som pilotprojekter med drastisk eksponentiel udvikling fra 2020 til 2021. Paraden indeholder i 2021 ca. 30 performances på land og vand. Omfanget af paraden vil være støt stigende i de kommende år både ift. antal scener, publikum og de kunstneriske ambitioner for indholdet.

Over de næste fem år er ambitionen at udvikle projektet væsentligt på alle parametre med et klart mål om at skabe en event med stor volumen og format. Det kræver først og fremmest etablering af et sekretariat med et antal kompetente og dedikerede ansatte, der først og fremmest kan stå for partnerskaber og netværksdannelse. Herunder er groft skitseret kriterier og mål for denne udvikling. Vi forventer at paraden gradvist udvides ift. antal af performances, antal publikummer og antal dage. Dertil øges de kunstneriske ambitioner for hver enkelt flydende scene, og det internationale format skulle gerne blive en central del af projektet på sigt. Grunden til at budgettet kun stiger minimalt samtidigt med at ambitionerne vokser er, at vi forventer at flere samarbejdspartnere vil være med til at løfte økonomien fremadrettet.

Årstal	2020*	2021*	2022	2023	2024	2025
Dage	1	1	2	2	2	3
Værker	4	25	40	40	40	50
Int. værker	0	0	2	2	3	3
Publikummer	2.000	20.000	40.000	50.000	70.000	100.000
Partnere	3	15	20	30	40	50
Frivillige	10	45	50	60	70	80
Årsværk	1/8	1	1	1	1	1,5
Budget (Kr)	250.000	1.000.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.800.000

\* = Pilot-år

## 10. Om ansøgerne

Bag Copenhagen Harbour Parade står to af Københavns mest markante selvstændige kulturiværksættere, Mai Seidelin og Johan Bylling Lang. Begge har de stor erfaring som ansvarlige for kulturevents og festivaler og har markeret sig som stærke kulturiværksættere. Begge har en baggrund som professionelle musikere og blev i 2020 præsieret ved Danish Music Awards Jazz som initiativtagere og grundlæggere til Copenhagen Harbour Parade. Vi vil gøre opmærksom på, at når Copenhagen Harbour Parade 2021 er afholdt stiftes foreningen Copenhagen Harbour Parade, der fremadrettet vil stå bag paraden, stadig med Mai Seidelin og Johan Bylling Lang i Spidsen.



### **Mai Seidelin**

Sangerinde, bandleder, sangskriver, pianist og kulturiværksætter. Forsanger og komponist i orkestrene Mais Uma og Mai Seidelin Group. Mai er også aktivt med bestyrelsesarbejde som forperson for foreningen JAZZiVÆRK og som bestyrelsesmedlem i Dansk Musiker Forbund (DMF).

Kulturiværksætter CV (udvalgte projekter)

- Festivalchef for Brønshøj Sommer Jazz
- Festivalchef for Copenhagen Harbour Parade
- Projektleder for "Integration med Glæde" (Projekt med improviseret musik for kvinder)
- Leder af koncertforeningen Jazz Vocal Live
- Projektleder på Copenhagen Jazzfestival, herunder ledelse af NordJazz netværket

### **Johan Bylling Lang**

Saxofonist, bandleder, underviser og kulturiværksætter. Johan har en lang karriere som professionel udøvende musiker, men derudover også en solid erfaring som kulturentreprenør, hvor han selv har skabt flere festivaler og events, som har fået stor opmærksomhed. Projekterne har bl.a. haft fokus på nytænkende koncertformater.

Kulturiværksætter CV (udvalgte projekter):

- Festivalchef for Harvest - en urban roots festival
- Festivalchef for Copenhagen Harbour Parade
- Festivalchef for Fringe Jazz Fest
- Festivalchef for New Orleans New Year Jazz Event (NONYJ)

# ANSØGNING OM STØTTE

## CPH LIGHT FESTIVAL

Copenhagen Light Festival (CLF) ansøger her Kultur- og Fritidsudvalget om støtte til udvikling af festivalen med 1.1 mio. om året i 2022, 2023, 2024.

Ansøgningen perspektiverer konsolidering for festivalen efter de første fire år – i et treårigt perspektiv fremefter.

## INDEX

- |  |   |
|--|---|
| <b>2</b> Organisationen                                | <b>7</b> Samproduktion med værter gearer de tilførte midler |
| <b>3</b> København aktiveres i vinteren                | <b>7</b> Festivalens bredde                                 |
| <b>3</b> Vores fokus                                   | <b>8</b> Festivalens bæredygtighed                          |
| <b>4</b> Copenhagen Light Festival - nu og i fremtiden | <b>9</b> Stadsarkitektens støttebrev                        |
| <b>5</b> WoCo støttebrev                               | <b>9</b> Kort over unikke værker 2021                       |
| <b>6</b> National og international omtale og kendskab  | <b>9</b> Hvad siger de besøgende                            |
|  | <b>10</b> Budget  |



CPH  
LIGHT  
FESTIVAL



København er som skabt til at have sin egen lysfestival, bl.a. på grund af kommunens strategi om lys og mørke. **Pressure**, Hans E Madsen og Frederik Dahl Hougs (2021)



Samarbejdet med DAC/BLOX, WoCo og Københavns Kommune omfatter både lysløbsruter og Arkitekturens År 2023. **Beads'n Strings**, Tokyo Blue v. Silla Herbst og Katrin Barrie Larsen (2020, 2021)

## Bestyrelsen

**Jesper Kongshaug** | **Formand** Lysdesigner, Tivoli A/S  
**Mads Vestergaard Olesen** | **Næstformand** Direktør, Stromma A/S  
**Annette Juhl** | **Kasserer og jurist** Juhl Legal & IP  
**Pia Allerslev** | Tidl. Kulturborgmester i København  
**Kasper Hammer** | Director of product and design, Louis Poulsen  
**Anders Kongshaug** | Direktør og producer, VNR.tv... be seen more  
**Jacob Helenius** | Chefdesigner, Tivoli A/S

## Sekretariat

**Katrin Barrie Larsen** |  
**Freja Romerdahl Kammer** |

## Organisationen

Foreningen Københavns Lysfestival  
/Copenhagen Light Festival

Toldbodgade 39  
1253 København K

CVR: 40793232  
Momsregistreret



Festivalen arbejder hen imod større og større lysinstallationer. **The Wave**, Vertigo (2020)

# København aktiveres i vinteren

Copenhagen Light Festival har mulighed for at vokse sig større og skabe en forskel for København i international omtale, turisme og omsætning i februar.

Mikkel Aarø-Hansen, adm. direktør Wonderful Copenhagen:

*"Copenhagen Light Festival er en fortælling om helårsdestinationen København, hvor moderne arkitektur, historiske bygninger, broer og havnemiljøer - byens rum i det hele taget - bindes forbilledligt sammen som kulturoplevelser i en kold og mørk måned"*

(se WoCo's støttebrev s. 5)

Festivalen bruger Københavns strategi for lys og mørke som bagtæppe for nye oplevelser og branding af byen.

Camilla van Deurs, Stadsarkitekt:

*"Copenhagen Light Festival 2021 var et af de få kulturtilbud der kunne lade sig gøre under den kolde vinters Covid restriktioner. Et tiltrængt lyspunkt for københavnere og besøgende som markerede byens livslyst og ukuelighed; selv i den mørkeste tid vi har været gennem flere generationer, skabte Lysfestivalen glæde og tryghed i byens mørke rum."*

(se Stadsarkitektens støttebrev s. 9)

Både borgere og kultur- og forretningsliv i København, aktiveres gennem iscenesættelsen af byen, i den mørke tid. Således har vi i uge 6, 7 og 8 i de sidste fire år, afviklet festivalen, med stærkt stigende samarbejder, besøgstal og interesse.


## Vores fokus

### Det folkelige fokus

Vi kan se, at over halvdelen besøger os med deres familie. Vi vil skabe mere bredde, for folk i alle aldre, der bare gerne vil have en fantastisk oplevelse, og lære lidt nyt om arkitektur og lyskunst. Vi tilbyder guidede rundture til fods, på cykel og i kanalbåde, beer/wine/coffee-walk-and-talks, lysfester og lysløb.

### Det kunstneriske fokus

Byen udforskes og udfordres, for kendere og nysgerrige. Pop-ups på unikke steder og bydele. Formidling af arkitektur, foredrag og debatter, med upcoming kunstnere og kendte navne.



Den grønne laser er tændt under hele festivalen.  
Green Beam Båll&Brand (2019)

# Copenhagen Light Festival – nu og i fremtiden

## Indhold

Festivalens mål er at tilbyde borgere og turister en kulturel oplevelse, baseret på lysets evner til at skabe oplevelser, nytænkning, kunst og samspil mellem byen, mørket, lyset og beskueren.

Vi tilbyder de besøgende en storslået udendørs oplevelse, i den ellers grå februar måned, for på denne måde at aktivere borgere og kultur- og forretningsliv.

## Geografisk spredning

Lysmæssige nedslag i Københavns offentlige rum, strategisk placeret, så der danner sig oplevelsesruter til fods, vands og på cykel. Fokus på byens vandruter, indre by, brokvartererne og urbane udviklingsområder.

## Udvikling og fornyelse

Stor lokalt og internationalt fokus på København som kultur- og arkitekturby, med vores designtradition og unikke mørke som konstruktivt afsæt, vil tiltrække flere lokale og turister til byen i februar måned. Vi forventer at festivalen vil skabe synlighed af København i medier, nationalt og internationalt, samt værdiskabning for befolkningen.

## Kvalitet, originalitet og mangfoldighed

Vi leverer et både bredt og højt kunstnerisk og kulturelt niveau af lysinstallationer. Vi vil give folk nye oplevelser, udvide deres horisont og lade dem genopdage København. Vi vil samle folk om inkluderende oplevelser, for mennesker i alle aldre. Vi vil være med til at skabe øget omsætning, interaktion og aktivitet i byen.



## Samarbejde med andre aktører, institutioner og foreningsliv

Festivalen samarbejder med aktører i en bred vifte. Det gælder mange kulturinstitutioner og foreninger, samt forretningsliv, herunder hoteller og turismeaktører. Dette element styrkes tydeligt hvert år, fordi vi opsøger dette og fordi flere ser værdi i, at være en aktiv del af festivalen (se f.eks. WoCo's støttebrev s. 5).

## Ligestilling

Organisationen har i udvælgelse af værker og aktører fokus på at repræsentere en bred vifte af kunstnere og medarbejdere, både i køn, nationalitet og kulturel baggrund. Vi ser kønnene blandt kunstnere fordelt i 2021 med 35 kvinder og 28 mænd. Ledelsen er kønsmæssigt ligeligt fordelt.

## Bæredygtighed

CLF bruger grøn energi og grøn teknologi. Læs om CLF og bæredygtighed på side 8.





331 millioner TV-seere i hele verden (2021). Seertallet er dokumenteret på højde med større events som Eurovision Song Contest og større end mange andre store events.



CLF synliggøres også via standere, skilte og LED-skærme i bybilledet, for at lyse op, informere og tiltrække besøgende i februar, herunder vinterferien.



Til rette vedkommende

Narregade 7B  
1165 København K

Tlf.: 3325 7400  
wonderfulcopenhagen.dk

Dato: 10.05.2021

#### Støtteerklæring

København har etableret sig som et stærkt brand for storbyrejsende, der vil opleve en moderne storby, hvor ambitioner om høj livskvalitet kommer til udtryk i alt fra byens arkitektur og indretning til de lokales livsstil og brug af byens rum. Det kræver et stærkt, levende og mangfoldigt oplevelsesprodukt at tiltrække storbyrejsende til København fremfor vores internationale konkurrentbyer.

Med Copenhagen Light Festival har København fået en festival, der forener flere af byens stærke kernefortællinger om arkitektur, kunst og design – og en festival, som er tæt integreret med byen og byens øvrige oplevelsestilbud.

Copenhagen Light Festival er en fortælling om helårsdestinationen København, hvor moderne arkitektur, historiske bygninger, broer og havnemiljøer – byens rum i det hele taget – bindes forbilledligt sammen som kulturoplevelser i en kold og mørk måned.

Copenhagen Light Festival sætter samtidig fokus på byens arkitektur de kommende år, som leder op til Københavns værtskab for verdenskongressen for arkitektur, UIA, i 2023, hvor København har fået mulighed for at være World Capital of Architecture.

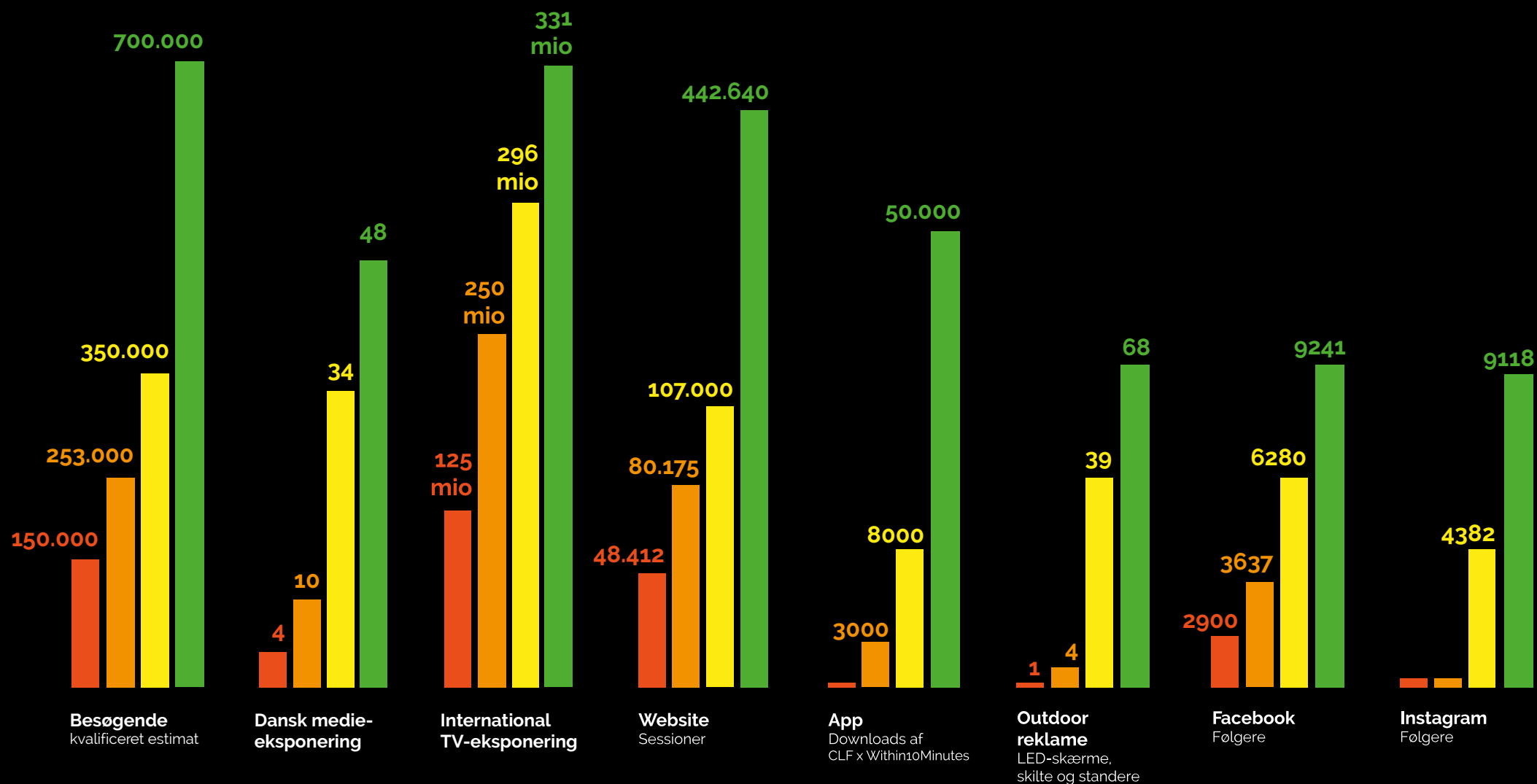
I Wonderful Copenhagen arbejder vi hele tiden på at markedsføre København nationalt og internationalt som turistdestination og understøtte udviklingen af byens oplevelsesprodukt. Copenhagen Light Festival er et rigtig godt eksempel på dette – som både i sig selv har tiltrækningskraft og som samtidig spiller sammen med den internationale fortælling om København som destination. Derfor støtter vi op om Copenhagen Light Festival.

Med venlig hilsen

Mikkel Aarø-Hansen  
Adm. direktør, Wonderful Copenhagen

# National og international omtale og kendskab

Efter fire år er Festivalen blandt de mest sete i Danmark, med kraftigt stigende besøgstal og medieomtale.



2018 2019 2020 2021

Tallene er fra festivalperioden i hhv 2018, 2019, 2020 og 2021.

# Samproduktion med værter gearer de tilførte midler

En særlig pointe, er samarbejdet med værter og praktiske partnere. Det er lykkedes os at skabe stigende støtte, direkte til individuelle værkers kunstnere og logistik.

I 2021 fik skabt lysværker til en værdi af 1,6 mio, ud fra støtten fra Københavns Kommune på ialt 835.000 kr.!

Denne vellykkede gearing af midlerne, kan vi forøge yderligere, hvis vi kan forstærke og forlænge det forberedende arbejde med at opsøge eksisterende og nye partnere.

Vores strategi er, at skabe større og mere spektakulært hvert år, for at fastholde den nationale og internationale oplevelse. Vi arbejder hen imod en mere bæredygtig økonomi, herunder værker til udlejning, internationale festivalsamarbejder og samarbejdsaftaler med turisterhvervet.



Dette projekt blev til, i samarbejde med AAU og Matrikel1 på Højbro Plads. The Gallery AAU studerende og Sofia Ivarsson & Mariliis Kundla (2021)

# Festivalens bredde

Udover selve lyskunsten i festivalen, lægger vi vægt på andre, synlige aktiviteter undervejs.

- Ruter på 2-10 km til gående og cyklende skaber oplevelser langs installationerne for alle, fra børn til pensionister.
- Via app'en *Indenfor10Minutter – Copenhagen Light Festival* tilføres et ekstra oplevelseslag: bl.a. kan man høre kunstneres tanker bag, og som flere familier gjorde i år, kan man ledes interaktivt igennem vores forskellige ruter.
- Pop-up events: Spektakulære lysinstallationer med nyhedsværdi, opstår midlertidigt på centrale steder i byen.
- I løbet af festivalen lanceres lys- og kunstbegivenheder målrettet både familier, turister og unge.
- Lysløbet for alle, udvikles hvert år, i samarbejde med DAC/BLOX.
- Paneldebatter og talks forener internationale lyseksperter og studerende
- Festivalen kan opleves live og på flere medieplatforme, hjemme og ude, med nationale og internationale navne.

Har du lyst til at opleve festivalen næste år, 2022?

**88,7%** siger ja

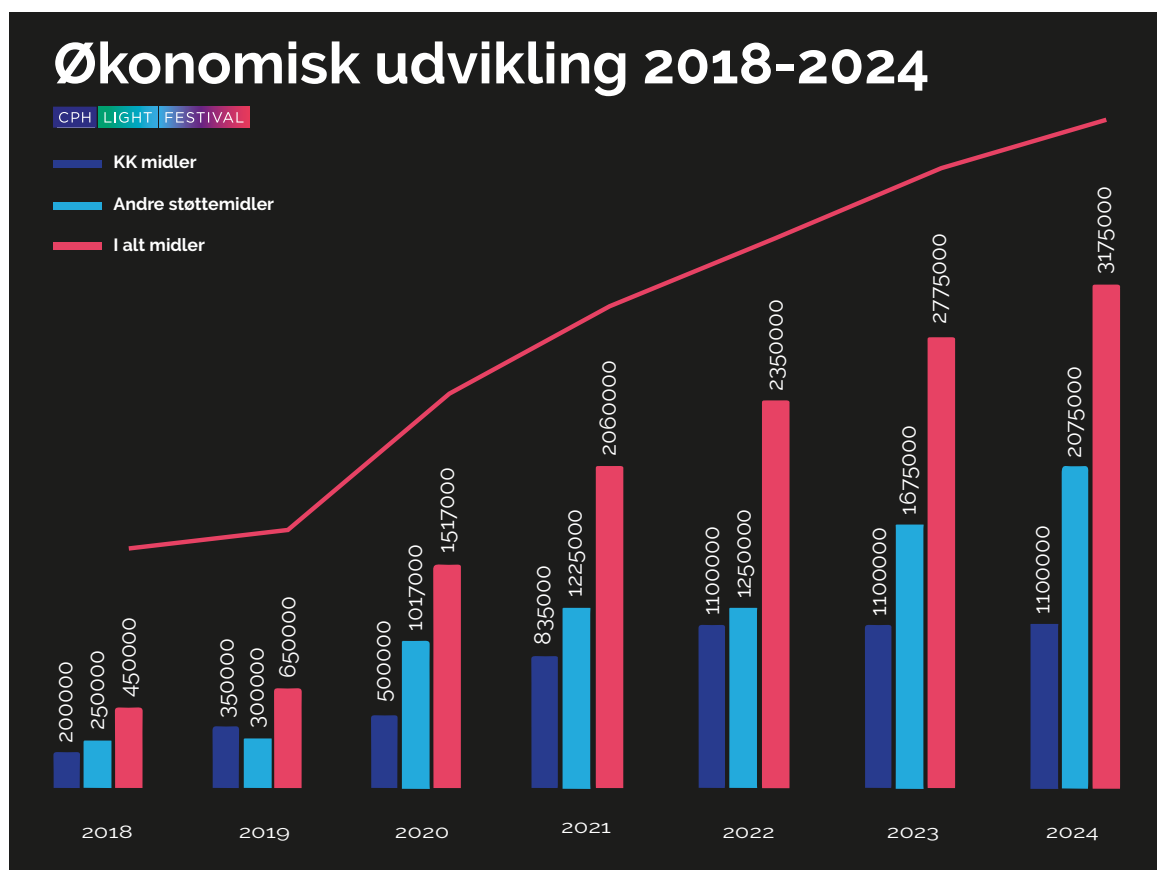
Fra spørgeskemaundersøgelse besvaret af deltagere af festivalen 2021 (97 svar)

# Festivalens bæredygtighed

CLF arbejder med bæredygtighed i både økonomisk og miljømæssig forstand.

## Økonomisk bæredygtighed

Grafen viser væksten fremover. Festivalen arbejder gennem konsolidering for en mere bæredygtig økonomi fremover, der er beskrevet i budgettet. Dette sker, ved at vi opsøger fortsat gearing af midlerne, med flere partnere, øgning af andre indtægter og ved udbygning af samarbejdet med andre festivaler i ind- og udland.



Festivalens økonomiske vækst 2018-2024 ved konsolidering skaber flottere lysinstallationer

## Miljømæssig bæredygtighed

Energien til værkerne sponsoreres af Ørsted med grøn strøm. Dette gælder ikke bare køb af kvoter, men reel omstilling til grøn energi.

CLF danner ikke støj og affald. Der stræbes efter at alle installationer udføres med bæredygtig teknologi, og de vælges blandt andet ud fra dette kriterium.

Kanalbådene, som vi samarbejder med, er el-drevne, på grøn strøm.

Programmet trykkes ikke på papir – Det udgives interaktivt via mobilen.





## Støttebrev til CPH Light Festival

Copenhagen Light Festival 2021 var af de få kulturtilbud der kunne lade sig gøre under den kolde vinters Covid restriktioner. Et tiltrængt lyspunkt for københavnere og besøgende som markerede byens livslyst og ukuelighed; selv i den mørkeste tid vi har været gennem flere generationer, skabte Lysfestivalen glæde og tryghed i byens mørke rum.

Lyset i byen handler ikke alene om at bevæge sig sikkert gennem byen, men også om at skabe mere tryghed især i vores udsatte byområder. Derfor er det en særlig glæde at se nye lysprojekter i forbindelse med områdefornyelserne fx i Remiseparken, hvor værkerne 'Bioluminescens' af Sara Ki Noguera Plans og Jonathan Ki Lindhult i en undersøgelse af naturens kredsløb og 'Release' af Clarissa Concilio og Paolo Rota udtrykker ønsket om frihed, bestemt af den aktuelle situation med Covid-19. Værkerne bragte øget synlighed til betydningen af lys i byens rum og inviterede besøgende til de udsatte boligområder. På denne måde er Cph Light Festival med til at åbne byen op og danne nye forbindelser som forhåbentligt sætter sport langt udover festivalens tidsrum.

Lys er en fantastisk mulighed for at iscenesætte byen. Vi skal vise vores arkitektoniske og kulturelle værdier, som vi er stolte af. Med lys-sætningen i byen ønsker København at fortælle historier om de særlige steder: Historiske og kulturelle bygninger, monumenter, akser og forbindelser i byen. Steder, man måske ikke bemærker om dagen, men som får nyt liv med belysning. Det betyder ikke, at vi skal bade bygningerne i lys som i nogle sydeuropæiske byer. Lyset skal bruges til at fremhæve bygningernes arkitektur, og det skal passe til omgivelserne.

I 2023 er København udpeget som UNESCO World Capital of Architecture. Ambitionen er at skabe global og lokal opmærksomhed om Københavns arkitektur i bred forstand. København skal vise sine evner til at tænke langsigtet i forhold til byggeri, design, klimatilpasning, innovation, borgerinddragelse og bæredygtig byudvikling, socialt såvel som miljømæssigt. Derfor er et initiativ som Copenhagen Light Festival et vigtigt bidrag til at understøtte denne dialog med arrangementer frem mod 2023 – at sætte spotlight på nye detaljer og sammenhænge i byen – og en meget interessant lejlighed til at vise de muligheder, der er i byen i en dialog mellem kunstnere og borgere om, hvordan byen kan udvikles.

Venlig hilsen

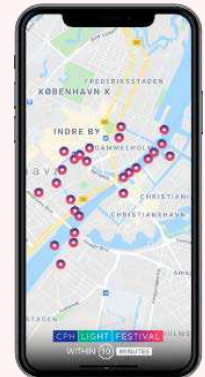
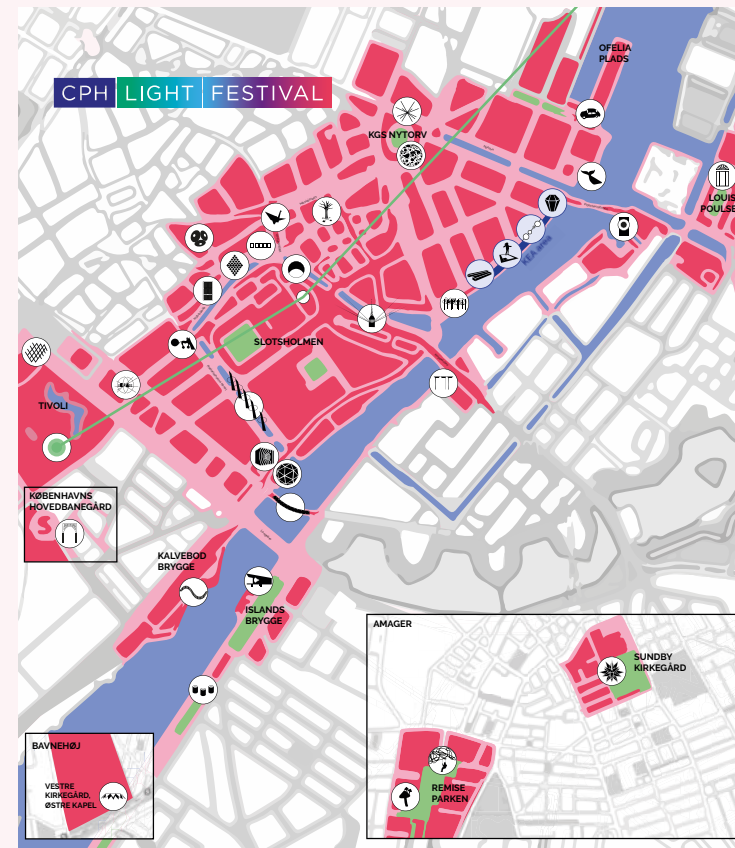
Camilla van Deurs  
Stadsarkitekt  
KØBENHAVNS KOMMUNE  
Teknik- og Miljøforvaltningen

03. maj 2021

Plan, Analyser, Ressourcer og  
CO2-reduktion  
Sekretariat (Byens Udvikling)  
Njalsgade 13  
Postboks 348  
2300 København S

EAN-nummer  
5798009809452

# Kort over unikke værker 2021



Kortet fremstilles bæredygtigt, ved ikke at blive printet, men via app og hjemmeside, hvor det ligger som et interaktivt kort. Her kan man se hvor installationerne er, ud fra hvor man selv er, og høre kunstnernes idé bag.

Under dit besøg på CLF 2021, har du set områder og arkitektur du ikke har lagt mærke til før?

**67,4%** Ja

Har dit besøg på CLF 2021 givet dig et andet blik på København?

**67,7%** Ja

Fra spørgeskemaundersøgelse, besvaret af deltagere af festivalen 2021 (96 svar)

# Budget 2022-2024

Tilskudsmodtagers navn: Foreningen Københavns Lysfestival / Copenhagen Light Festival
CVR/CPR: 40793232
Projektets navn: Copenhagen Light Festival

<b>Projektperiode: Festival periode 3 uger i februar, inkl vinterferien i Kbh.</b> Regnskabsår er 1/5-30/4. Resultat 2021. Budgettering 2022+23+24. Se noter.
--

Indtægter	Festival 2021 - Resultat	Festival 2022	Festival 2023	Festival 2024
Tilskud fra Københavns Kommune	835.000	1.100.000 *note 3	1.100.000	1.100.000
Øvrige tilskud: Erhvervsvirksomheder (Stromma, Louis Poulsen oa.)	170.000	500.000	725.000	925.000
Øvrige tilskud: Fonde og puljer.	855.000	550.000	750.000	950.000
Tivoli sponsorat: Kontorhold	(60.000)	(60.000)	(60.000)	(60.000)
Tivoli sponsorat: Jesper Kongshaug	(100.000)	(100.000)	(100.000)	(100.000)
Værter direkte tilskud til CLF	200.000	200.000	200.000	200.000
<b>Indtægtsgivende aktiviteter:</b>				
Udlejning værker mv.	0	30.000	70.000	110.000
Guidede ture	0	50.000	50.000	50.000
Merchandise	0	0.000	30.000	40.000
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>2.060.000</b>	<b>2.450.000</b>	<b>2.925.000</b>	<b>3.375.000</b>

Udgifter	Resultat festival 2021	Budget festival 2022	Budget festival 2023	Budget festival 2024
Værker og events - * note 1	840.000	900.000	1.350.000	1.750.000
Værker - Projektledelse	600.000	650.000	700.000	750.000
Marketing & produktion & PR (International TV)	250.000	300.000	300.000	300.000
Produktionsleder	100.000	250.000	250.000	250.000
Fundraiser (fonde)	42.000	30.000	40.000	40.000
Kontorleje (sponseret)	(60.000)	(60.000)	(60.000)	(60.000)
Kontorhold (telefon, porto, revision)	96.000	96.000	96.000	96.000
Variable omkostninger	37.000	50.000	50.000	50.000
Rettigheder Festival	50.000	50.000	50.000	0
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>2.015.000</b>	<b>2.326.000</b>	<b>2.836.000</b>	<b>3.236.000</b>

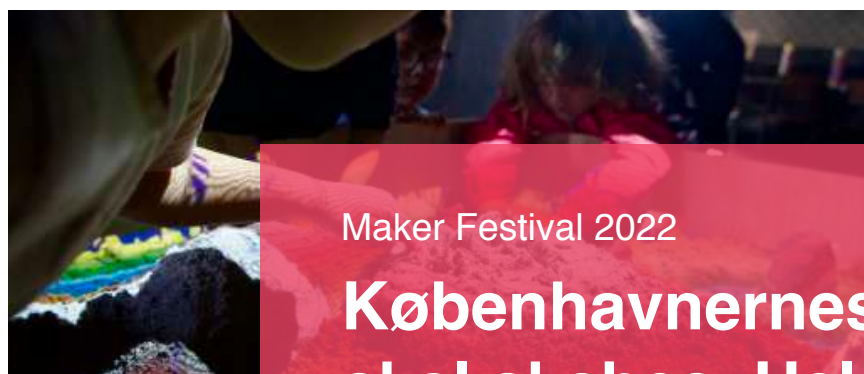
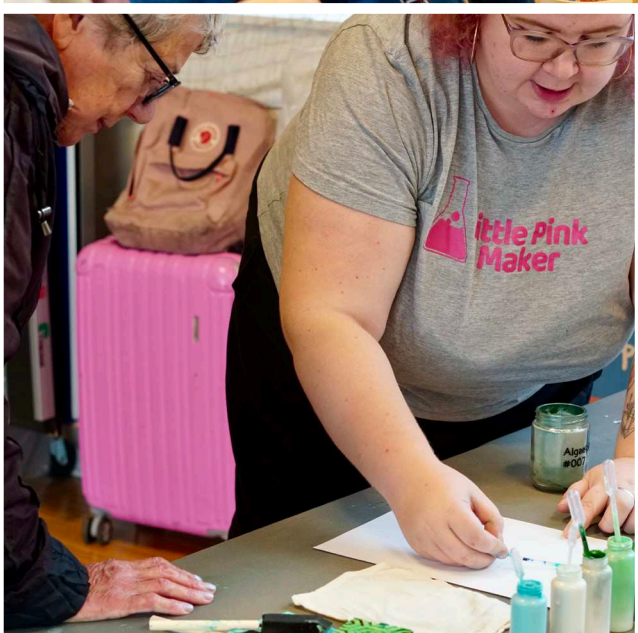
<b>RESULTAT (INDTÆGTER-UDGIFTER) *note 2</b>	<b>45.000</b>	<b>124.000</b>	<b>89.000</b>	<b>139.000</b>
--	---------------	----------------	---------------	----------------

<b>Ikke direkte indtægter</b>				
Co-produktion til værker	800.000	1.300.000	1.500.000	1.800.000

<b>INDTÆGTER og INDIREKTE I ALT</b>	<b>2.860.000</b>	<b>3.750.000</b>	<b>4.425.000</b>	<b>5.175.000</b>
-------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

## Note:

1. Udgift til værker geares af samarbejder med værter. Se om gearing under indtægter på side 7.
2. Foreningen er ukommerciel. Resultat er til uforudsete udgifter og investering i fremtidige lysværker samt foreningens øgede mulighed for selvfinansiering i fremtiden.
3. Det ansøgte beløb står som forudsætning for den beskrevne festival. Ved reduceret tilskud må festivalens volumen forventes reduceres tilsvarende, plus som minimum med den forventede gearing.



Maker Festival 2022

**Københavnernes egne ideer  
skal skabes. Hele året. Over  
hele København.**

# Københavnsk skaberkraft. Hele året.

Vi tror på, at alle københavnere skal have mulighed for at realisere deres egen skaberkraft og bidrage til en hovedstad fyldt med handlekraft, nysgerrighed og kreativ leg. Det går hånd i hånd med eksempelvis folkeskolens nye fag "teknologiforståelse" og "håndværk og design", er oppe i tiden ift. Entreprenørskab og iværksætteri og bidrager til Københavns grønne fokus på cirkulære løsninger og en by i social balance. Kort sagt så er Maker Festival 2022 vores bidrag til at gøre København til en endnu bedre by at leve og bo i.

Foreningen Maker anmoder hermed Kultur- og Fritidsudvalget, Festivalpuljen, om støtte på kr. 350.000,- ud af et samlet budget på kr. 1 mio. til afholdelse af Maker Festival 2022.

Midlerne skal bruges på at skabe festivalaktiviteter for børn, unge, familier og kreative sjæle over hele København i hele 2022. Gennem stærke og prominente kulturbegivenheder i København vil Foreningen Maker præsentere kreativ og innovativ teknologipraksis, folke-forskning og urbant entreprenørskab i krydsfeltet mellem tech, kunst, design og maker-kultur på en tilgængelig, håndgribelig og inspirerende måde.

Maker Festival har, som alle andre kulturaktører, været udfordret af tiden med covid-19, der har gjort det meget svært at holde arrangementer. På trods heraf har Maker Festival afholdt flere større og små arrangementer og glæder os til igen at kunne byde velkommen ind i et større univers af aktiviteter, hvor idéer kan blive til virkelighed og virkeligheden kan være med til at rykke København i en positiv retning.



Det er vores forventning at vi med en organisering af lokale makere, designere, bæredygtighedsentusiaster og kreative vil kunne nå 30.000 deltagere i 2022 og sikre en større mangfoldighed i det samlede værditilbud, større målretning og i sidste ende forøget kvalitet i oplevelsen hos festivalens - og byens - mange teknologi- og design-interessererede borgere.

Med støtte fra Kultur- og Fritidsudvalget vil vi først og fremmest kunne skabe et unikt og diverst indhold på Maker Festival 2022. Samtidig vil udviklingen af partnerskaberne omkring og afholdelsen af de fem planlagte festivaler-arrangementer være med til at sikre strukturen fremover. Foreningen vil i partnerskaber med 48timers festival, Creative Business Cup, TechBBQ, Space NV, Ungdommens Folkemøde samt andre af foreningens partnere udvikle og tilrettelægge festivalprogrammer fra juni til oktober 2022 inden for alt fra design, teknologi, bæredygtighed, iværksætteri, teknologiforståelse og maker-metoder, samt begejstret leg og kreativ dannelse. Der vil på Maker Festival 2022 være et stærkt fokus på at få de københavnske kreative vækstmiljøer og foreningsliv til at mødes på tværs, hvilket skal bidrage til at styrke de lokale og globale dagsordener, der sætter København på landkortet som centrum for innovation, bæredygtighed, kreativitet og borgerinddragelse.

## **Malte Hertz Jansen**

Leder, Foreningen Maker

Tlf. 2891 3537 // [malte@maker-effekt.dk](mailto:malte@maker-effekt.dk)



## Stadig Københavns mest mangfoldige festival for maker- og undergrundskultur - nu mere mainstream

Alle år er forskellige når formålet er at skabe en nytænkende, samskabt, inkluderende og mangfoldig platform, der præsenterer kreativ og innovativ teknologipraksis, folkeforskning og urbant entreprenørskab i et krydsfelt mellem tech, kunst, design og maker-kultur, på en tilgængelig, håndgribelig og inspirerende måde. Så vi er også stolte af at kunne sige, at vi normalt har én af Københavns mest mangfoldige målgrupper (yngste deltagere er 3 år og de ældste over 70) og flere makere og udstillere end vi kan huse under samme tag.

Derfor er Maker Festival 2022 den ideelle platform for at skabe øget fokus på det fysiske iværksætteri, skaber-kultur, kreativitet, design og teknologi. Vi ønsker i 2022 at skabe endnu flere midlertidige og sprællevende rum, med lige adgang og plads til alle. Og i 2022 er vores tematikker heldigvis blevet endnu mere mainstream - og endnu mere vedkommende. Med introduktionen af nye fag i folkeskolen, forstærket fokus på innovation og iværksætteri, grønne løsninger og borgernes del i den cirkulære økonomi er Maker Festival 2022 gået fra at være undergrundskultur til at være mere mainstream. Og dét er vi super glade for.

Det giver mulighed for at udvikle stærke fællesskaber på tværs af generationer, geografiske og kulturelle skel og åbne op for en ny verden af livslang læring, kreative kompetencer og entreprenørskab for flere københavnere. Alt dette ønsker vi at gøre ved afholdelsen af flere festival-arrangementer fordelt over året og hele København.

Vi ønsker at have kapaciteten til at flere børn, unge, voksne og pensionister fra foreningslivet står bag festivalens programaktiviteter. Hertil ønsker vi at indgå flere strategiske partnerskaber med Hovedstadens fyrtårne inden for teknologi, kunst og kunstnerisk iværksætteri, der



vil sikre at en endnu mere mangfoldig gruppe af borgere i det københavnske kreative vækstlag kan bidrage aktivt til skaber-kulturen i Hovedstadsområdet gennem deltagelsen i vores aktiviteter, over hele byen.

### **Maker Festival er københavnernes egen festival**

Vi har designet Maker Festival 2022 ud fra deisen, at den skal være åben og inkluderende og præsentere innovativ, kreativ og eksperimenterende teknologipraksis i krydsfeltet mellem tech, kunst, design og gør-det-selv-kultur.

Maker Festival skal være skabt af borgere, for borgere og gennemsyres af mangfoldighed og en altomfattende, oprigtig interesse for at tage del og involvere andre i den verden der omgiver os. Samtidig er det vigtigt, at dem københavnere møder og begejstres af på Maker Festival 2022 er nogle af dem, de også kan møde i de københavnske tilbud, i det københavnske kulturliv og i virksomheder og foreninger. Eller måske være dem de ser i medierne fra ind- og udland, der udgør stjernerne i morgendagens teknologiske eventyr.

### **Bæredygtige løsninger til København fra københavnerne**

Hos foreningen Maker arbejder vi hver dag med at skabe øget fokus på cirkulær økonomi og innovation som løftestang til et mere bæredygtigt samfund. Derfor er det kun naturligt, at Maker Festival 2022 også bærer innovative nyskabende løsninger frem for at fremme den bæredygtige omstilling.

Samtidig vægter københavnernes bæredygtigt høj - og her kan Maker Festival 2022 spille en essentiel rolle idet festivalen er den platform, hvor byens kreative miljø vendes på vrangen. Festivalen er derfor centrum for alt fra showcases fra bæredygtigt byggeri, open source transportformer, hackatons, indfarvning af tekstil med bakterier, genbrug af gamle plastik pilleglas og meget mere.

Maker Festival er og skal være en unik festival der understøtter københavnernes kreative dannelse og krøllede hjerner året rundt. Vi skal skabe magiske øjeblikke og sjove lærerige oplevelser gennem værksteder og workshops, live-demonstrationer og events inden for alt fra kodning og kunstig intelligens, til 3D-print og laserskæring. Vi skal engagere og begejstre børn, unge og voksne i problemløsning og eftertænkning, eksperimenter og folkeforskning og fejre nysgerrighed, kreative kompetencer, entreprenørskab og dannelse inden for kreativt og praktisk iværksættereri.

Vi skal begejstre og begejstres af københavnernes. Sammen.



## Vi vil fejre skaberkraft, nye idéer og kreativ leg!

På Maker Festival er makerne i centrum og publikum kommer til at møde de bedste og mest inspirerende makere inden for alt fra industrielt design til arkitekter til kunstnere og grønne fyrtårne fra både København, resten af Danmark og Europa. Fællesmængden blandt alle disse nye, innovative og skæve projekter er, at de hver især og sammen kan inspirere til at skabe selv, til at engagere sig sammen med andre og være en del af at løse nuværende og fremtidige udfordringer. Vi skal inspirere og give folk handlekraft - både i dag og i morgen. Det gør vi til Maker Festival 2022, hvor publikum møder ildsjælene, der gennem én-til-én oplevelser involverer dem i teknologi og værktøjer de arbejder med til dagligt. På Maker Festival 2022 er stjernerne både ildsjælene der smitter med viden, kreativt drive og egne projekter inden for alt fra produktudvikling, socialøkonomisk design og materiale-innovation til biologi og interaktionskunst.

Maker Festival er vigtig i en hovedstad som København, fordi den vender vrangen ud på alle de kreative fællesskaber, der til dagligt er skjult for den almindelige borger. Bag festivalens aktiviteter og det inspirerende indhold står alt fra professionelle designere, arkitekter og kunstnere til interaktionsdesignere, programmører, produktdesignere, biologer og amatører fra makerspaces. Det er derfor Maker Festival er et sted, hvor alle gæster, uanset alder, mødes i øjenhøjde med ildsjæle og entreprenører, der ikke alene er eksperter i det de gør, og inspirerende at se over skulderen, men også brænder for at lære fra sig.



Det er vores ambition, at vi med Maker Festival 2022 kan skabe mere fokuserede platforme og begejstrende mødesteder for de forskellige målgrupper af publikum og makere. Det er derfor vores ambition at kuratere og tilrettelægge helstøbte programmer, der f.eks. henvender sig til børnefamilierne, de udsatte unge, entreprenørerne og de kreative startups, voksne borgere, mv. Derudover vil vi gerne skabe forskellige tematiseringer, så alt indhold er tænkt sammen med målgruppen og makerne.

### Til Maker Festival 2022 vil der være 5 forskellige temaer:

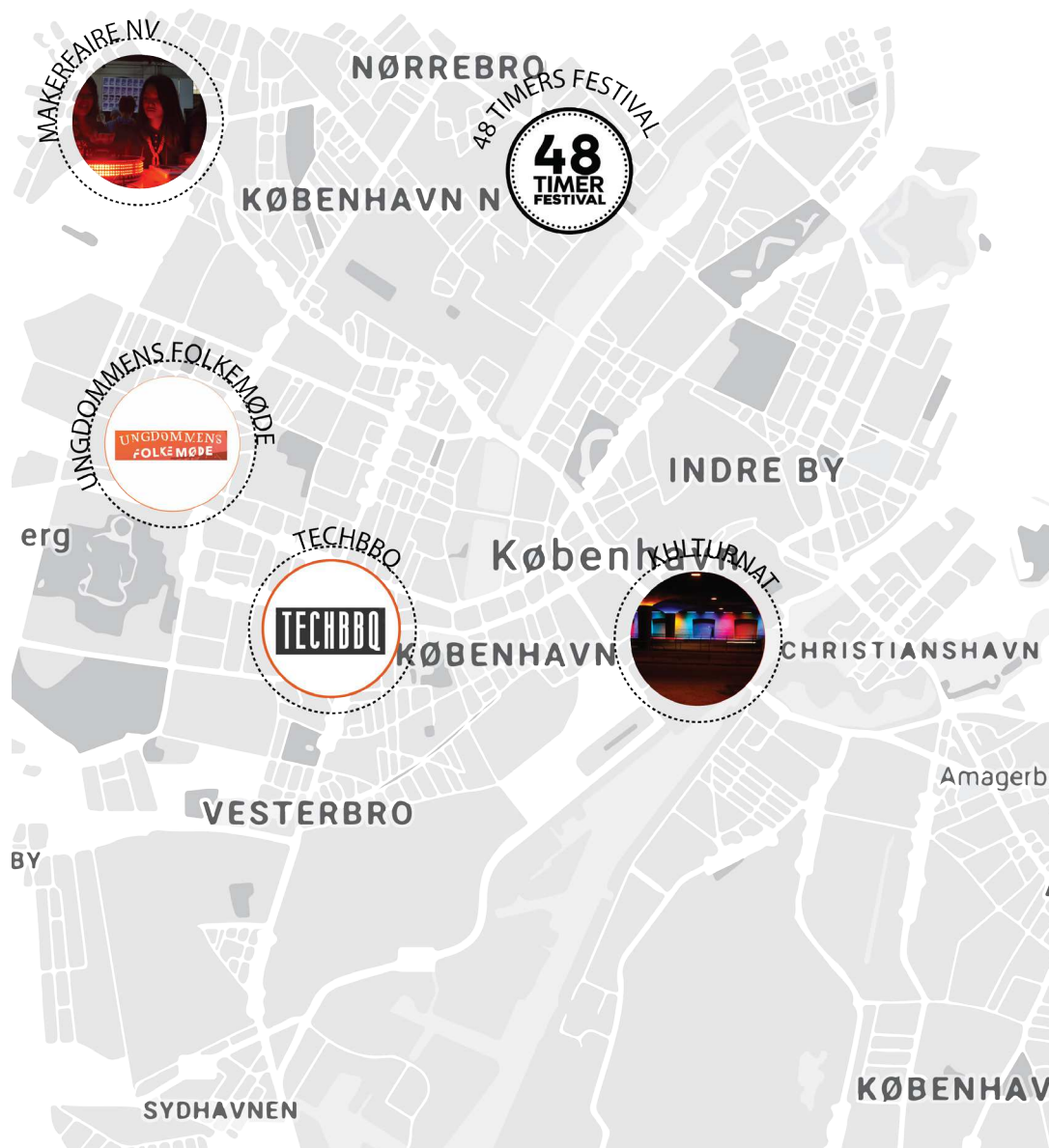
- Cirkulær Økonomi, Teknologi, iværksætteri og maker-kultur
- Leg, læring og kreativ dannelse for hele familien
- Iværksætteri, design og maker-bevægelsen
- Unge, FNs Verdensmål og teknologi
- Udsatte unge, lokalsamfund, iværksætteri og maker-kultur

### Maker Festival i København som fyrtårn for skaber-kulturen i hele Nordeuropa

Maker Festival har gennem de seneste seks år bevist sig som en attraktiv platform for kulturudveksling på tværs af europæiske kreative fællesskaber og har siden 2016 smeltet maker-kulturen i Skandinavien, Europa og resten af verden sammen med et internationalt program og udstillere fra hele verden.

Vi har etableret en tilbagevendende, levende, åben og eksperimenterende platform for promovning af dansk og international maker-kultur og involvering af byens borgere og besøgende i skaber-kultur og kreativitet - noget der til dagligt foregår i det skjulte, i foreningslokaler, universitets-laboratorier, startup-miljøer, makerspaces og fablabs. Herudover ønsker vi med festivalerne at understrege at Hovedstadsregionen er en mangfoldig, kreativ og levende smeltedigel for innovation og entreprenørskab i Nordeuropa. Med internationale samarbejder, heriblandt i EU-støttede projekter, bidrager vi med Maker Festival til at eksponere en kreativ græsrods-kultur, der spirer i hele verden og bidrager til storby-kultur og kant i København.

# Festival-årshjul 2022



## 48-TIMERS FESTIVAL maj 2022

I partnerskab med Foreningen af Blågårds Plads planlægger vi et interaktivt program der præsenterer socialt iværksætteri, praktisk designarbejde og prototyping for nysgerrige, borgere fra hele København med særligt fokus på de muligheder der findes i det københavnske nørrebrokvarter.

### Design og maker-kultur

Showcases, værksteder og "skab-til-din-bydel" tilsat kunstneriske værksteder hvor borgere får mulighed for at arbejde hands-on med problemløsning, designmetoder og borgerinddragende byudsmykning.

### Hands-on teknologiforståelse

Nysgerrige deltagere præsenteres for digitale fabrikationsteknologier og makerbevægelsens produktionsmaskiner i sjove, inddragende og lærerige workshops.

5.000 deltagere. Geografi: Kbh N



## MAKERFAIRE NV. juni 2022

I det københavnske nordvestkvarter er der kommet et kreativt og produktivt fællesskab omkring Space NV i Ungehuset Smedetoften. Maker Festival bidrog i 2020 med indhold til åbningen og i et fortsat partnerskab med Space NV ønsker vi at bidrage til, at København NV fortsætter med at skabe gode oplevelser, nye tilbud og en stærk medborgerkultur.

Her skal værkstedets målgruppe - områdets unge i alderen 13-18 år - samt flere af lokalområdets foreninger, skoler og fritidstilbud engageres i afholdelsen af en hands-on læringsfestival.

### Teknologi- og design-færdigheder

I hands-on værksteder og workshops bliver de unge mødt af makere der inviterer dem indenfor i problemløsnings- og opfinder-værksteder. Her skal de de med digitale teknologier og hverdagsmaterialer designe og skabe løsninger i grupper og på egen hånd.

### Maker-værksted for hele familien

Der åbnes op for at de unge kan tage hele familien med, når værkstedet og de nyrenoverede udendørsarealer på Smedetoften omdannes til en familiefestival. Her vil makere fra hele København invitere områdets borgere til at prøve kræfter med hands-on opfinderværksteder og problemløsning.

2.000 deltagere. Geografi: Kbh NV

MAKERFAIRE NV



## TECHBBQ september 2022

I partnerskab med TechBBQ vil Copenhagen Maker Festival være til stede i området for cleantech med perspektiver på cirkulær økonomi og industriel produktion. Her vil Maker udvikle et interaktivt program, der skal stimulere nysgerrighed og give viden om Distribueret Design, cirkulære materialer og open source produktudvikling.

### The Makerspace

Samarbejder med makere og iværksættere om at skabe et interaktivt program, hvor deltagerne på TechBBQ får praktisk erfaring med bæredygtigt iværksætter, bæredygtigt design og cirkulære materialer.

### Showcase

Maker vil showcase de fremmeste design inden for bæredygtigt byggeri og materialeleganvendelse i København og Europa. F.eks. ved at fremvise de vindende designs fra Distributed Design Market Platform 2021, som afvikles i samarbejde med Creative Europe og Fablab Barcelona.

5.000 deltagere. Geografi: Kbh V

TECHBBQ

TECHBBQ

## UNGDOMMENS FOLKEMØDE september 2022

Maker Festival har støttet op om Ungdommens Folkemøde siden starten og deltager også i 2022. Her opbygger vi et Makerspace med fokus på teknologi, unge og FNs grønne verdensmål. Her vil vi gennem praktiske og håndgribelige aktiviteter inddrage folkemødets unge i alt fra genanvendelse af plast og lokal produktion, til design af fremtidens cirkulære systemer og klæde Københavns kommende klimafrontløbere på til at skabe en mere bæredygtig fremtid. Programmet afvikles over begge dage.

### The Makerspace

I Makerspacet mødes de unge af hands-on oplevelser, der er lette at gå til. Her vendes vrangen ud på de bæredygtige initiativer, der hver dag lever i de københavnske iværksætter-miljøer.

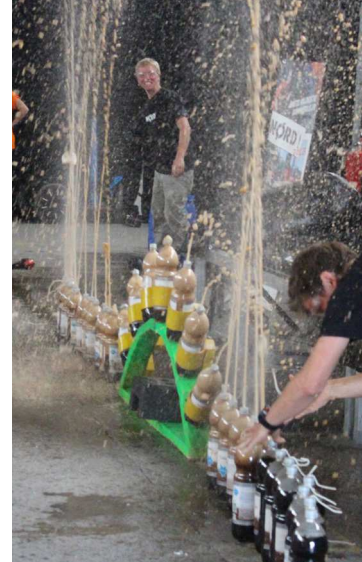
### Facilerede Workshops

Gennem lærerige workshops vil københavnske makere videreformidle deres erfaringer inden for lokal produktion og bæredygtige designs.

15.000 deltagere. Geografi: Kbh V

UNGDOMMENS FOLKEMØDE

UNGDOMMENS FOLKEMØDE



## KULTURNATTEN oktober 2022

Kulturnatten i København er en oplagt mulighed for at inspirere alle dem, der ikke normalt ville befinde sig i et makerspace eller arbejde kreativt med produkter og processer. Til Kulturnatten 2022 vil Maker Festival derfor, i partnerskab med Ingeniørforeningen IDA, skabe et åbent Makerspace. I samspil med medlemmerne fra Foreningen Maker og aktører fra BLOX vil vi skabe et sammensurium af hands-on workshops og showcases, der alle inviterer de københavnske borgere til at få fingrene i teknologi og opfinderi.

### Åbent maker-værksted

I partnerskab med lokale makere ønsker vi at præsentere et workshop- og værksteds-program hvor deltagerne kan kaste sig ud i lettilgængelige gør-det-selv-aktiviteter, der ikke alene er sjove, men lærerige og perspektivrige for eget liv og livet i København.

### Årligt samlingspunkt for maker-fællesskaber

Det er vores ambition at samle alle de københavnske maker-fællesskaber - værksteder, foreninger, kulturtilbud, universitets-fablabs, mv. til en årlig maker-festival på Kulturnatten - fejringen fortsætter efter 'lukketid' med netværking i værkstedsfællesskabet Viadukten, der ligger inde i Langebro.

3.000 deltagere. Geografi: indre by



# BUDGET

INDTÆGTER	kr. ex moms	note
<b>Offentlige tilskud og puljer</b>	<b>790,000.00</b>	
Københavns Kommune, Festivalpuljen	350,000.00	
EU Kommissionen, H2020-projekter - Bevilget	140,000.00	1
Nordisk kulturfond	50,000.00	5
Otto Bruuns Fond	100,000.00	5
Nordea Fonden	100,000.00	5
Spar Nord Fonden	50,000.00	5
<b>Salg, billetter o.l.</b>	<b>3,000.00</b>	
Salg af drikkevarer, mv.	3,000.00	
<b>Medfinansiering/partnerskaber</b>	<b>150,000.00</b>	
Makerfaire NV	100,000.00	2
Ingeniørforeningen, Ingeniørforeningen	50,000.00	3
TechBBQ	- .00	4
<b>Indtægter i alt</b>	<b>943,000.00</b>	

## Noter

- 1 Maker er partner på de Horizon 2020 projekterne CIRcUIT og OPEN\_NEXT og har leverancer inden for udbredelse og formidling, som vil blive tænkt ind i festivalaktiviteter, samt bidrager med medfinansiering af indhold samt ramme- og produktionsomkostninger
- 2 Kontant medfinansiering samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (100K)
- 3 Kontant medfinansiering, samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (50K)
- 4 Medfinansiering i form af ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (70K)
- 5 Fondene søges i løbet af 2021 og Q1 2022, da der ikke har været frist for de pågældende ansøgninger på nuværende tidspunkt

UDGIFTER	
<b>Administrative udgifter</b>	<b>370,000.00</b>
Festivalledelse/projektledelse	230,000.00
Produktions- og afviklingsassistance (timer)	90,000.00
Revision og årsregnskab	30,000.00
Forsikringer	20,000.00
<b>Forplejning, frivillige og makere</b>	<b>20,000.00</b>
<b>Transport</b>	<b>88,000.00</b>
Person, inkl. overnatning	38,000.00
Materiel og udstyr	50,000.00
<b>Markedsføring og PR</b>	<b>54,000.00</b>
Grafisk arbejde, billed- og filmproduktion	30,000.00
Sociale Medier	10,000.00
Tryksager	10,000.00
Webhosting	4,000.00
<b>Lokaleleje</b>	<b>4,000.00</b>
<b>Rammeudgifter</b>	<b>67,000.00</b>
Sikkerhed og renhold	15,000.00
Leje af materiel (kabler, tavler, borde, bænke, mv)	40,000.00
Sagsbehandling, byggesags/brandgodkendelse	5,000.00
Internetløsning	2,000.00
Vagtværn	5,000.00
<b>Scenografi og publikumshåndtering</b>	<b>20,000.00</b>
<b>Programaktiviteter</b>	<b>320,000.00</b>
Åbne Værksteder	120,000.00
Workshops	80,000.00
Showcases	80,000.00
Talks	40,000.00
<b>Uforudsete omkostninger (10%)</b>	
<b>Udgifter i alt</b>	<b>943,000.00</b>
<b>Balance</b>	<b>- .00</b>

# BUDGET *fortsat*

## Kommentarer/forbehold

Da der på nuværende tidspunkt ikke er afholdt festivalaktiviteter for 2021, har Maker Festival ikke haft nogle udgifter endnu. Der tages derfor udgangspunkt i afholdte udgifter i 2020. Det skal nævnes, at de afholdte udgifter i 2020 afspejler, at der kun blev afviklet begrænset med aktiviteter grundet covid-19.

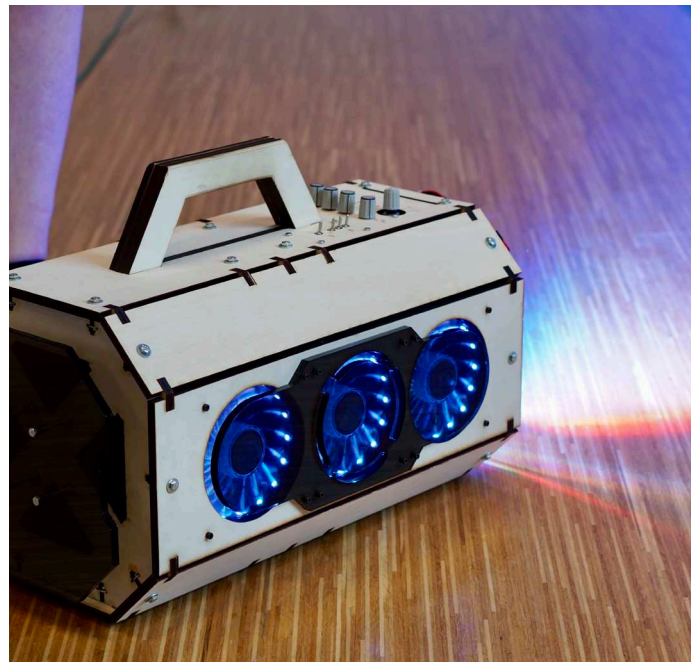
Maker er partner på de Horizon 2020 projekterne CIRcUIT og OPEN\_NEXT og har leverancer inden for udbredelse og formidling, som vil blive tænkt ind i festivalaktiviteter, samt bidrager med medfinansiering af indhold samt ramme- og produktionsomkostninger

- MakerFaire NV: Kontant medfinansiering samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (100K)
- Ingeniørforeningen: Kontant medfinansiering, samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (50K)
- TechBBQ: Medfinansiering i form af ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (70K)
- Alle fondene søges i løbet af 2021 og Q1 2022, da der ikke har været frist for de pågældende ansøgninger på nuværende tidspunkt

Foreningen er momsregistreret med CVR nr. 36576871. Alle beløb er ekskl. moms.







# maker

festival



## 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.*

<b>Tilskudsmodtagers navn: Foreningen Maker</b>
<b>CVR: 36576871</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Maker Festival 2022</b>

<b>Projektperiode: 01.01.2022 – 31.12.2022</b>
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	350.000	175.000	
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) EU Kommissionen, H2020 projekter	140.000	80.000	bevilliget (1)
b) Nordisk Kulturfond	50.000	0	ansøges (5)
c) Otto Bruuns Fond	100.000	50.000	ansøges (5)
d) Nordea Fonden	100.000	0	ansøges (5)
e) Spar Nord Fonden	50.000	0	ansøges (5)
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	0	0	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Medfinansiering, MakerFaire NV	100.000	100.000	(2)
b) Medfinansiering, Ingeniørforeningen	50.000	50.000	(3)
c) Medfinansiering, TechBBQ	0	0	(4)
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>943.000</b>	<b>455.000</b>	

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget 2020*</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>
Festivalledelse/projektledelse	230.000	215.647
Produktions- og afviklingsassistance (timer)	90.000	-
Revision og årsregnskab	30.000	20.000
Forsikringer	20.000	-

Forplejning, frivillige og makere	20.000	3.937
Transportudgifter inkl. overnatning	38.000	2.112
Materiel og udstyr	58.000	5.783
Grafisk arbejde, billed- og filmproduktion	30.000	28.397
Sociale Medier	10.000	10.000
Tryksager	10.000	-
Webhosting	4.000	-
Lokaleleje	4.000	-
Rammeudgifter (renhold, leje af materiel, sagsbehandling mv.)	67.000	-
Scenografi og publikumshåndtering	20.000	-
Programaktiviteter, herunder udgifter til materialer, udstyr mv:		
a) Værksteder	120.000	22.500
b) Workshops	80.000	-
c) Showcases	80.000	-
d) Talks	40.000	1.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>943.000</b>	<b>309.376</b>

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>*</b>
-----------------	----------	----------

#### Kommentarer/forbehold:

\* Da der på nuværende tidspunkt ikke er afholdt festivalaktiviteter for 2021, har Maker Festival ikke haft nogle udgifter endnu. Der tages derfor udgangspunkt i afholdte udgifter i 2020. Det skal nævnes, at de afholdte udgifter i 2020 afspejler, at der kun blev afviklet begrænset med aktiviteter grundet covid-19.

1) Maker er partner på de Horizon 2020 projekterne CIRcUIT og OPEN\_NEXT og har leverancer inden for udbredelse og formidling, som vil blive tænkt ind i festivalaktiviteter, samt bidrager med medfinansiering af indhold samt ramme- og produktionsomkostninger

2) Kontant medfinansiering samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (100K)

3) Kontant medfinansiering, samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (50K)

4) Medfinansiering i form af ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv) (70K)

5) Fondene søges i løbet af 2021 og Q1 2022, da der ikke har været frist for de pågældende ansøgninger på nuværende tidspunkt

Til Kultur- og Fritidsudvalget

## **ANSØGNING OM VIDEREFØRELSE AF BEVILLING TIL COPENHAGEN PRIDE I 2022 - 2025**

Copenhagen Pride søger udvalget om tilskud på 1,7 mio. kr. pr. år fra 2022 - 2025.

### **Relevans for København**

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

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

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

Copenhagen Pride havde i august måned 2019 et reach på 1,2 millioner mennesker på vores Facebook side. Vi måler 2019 som vores normalår, omend organisationen har været i konstant vækst i mange år, må 2020 også for os ses som et særligt covid år, som vores måleparametre skal ses ud fra.

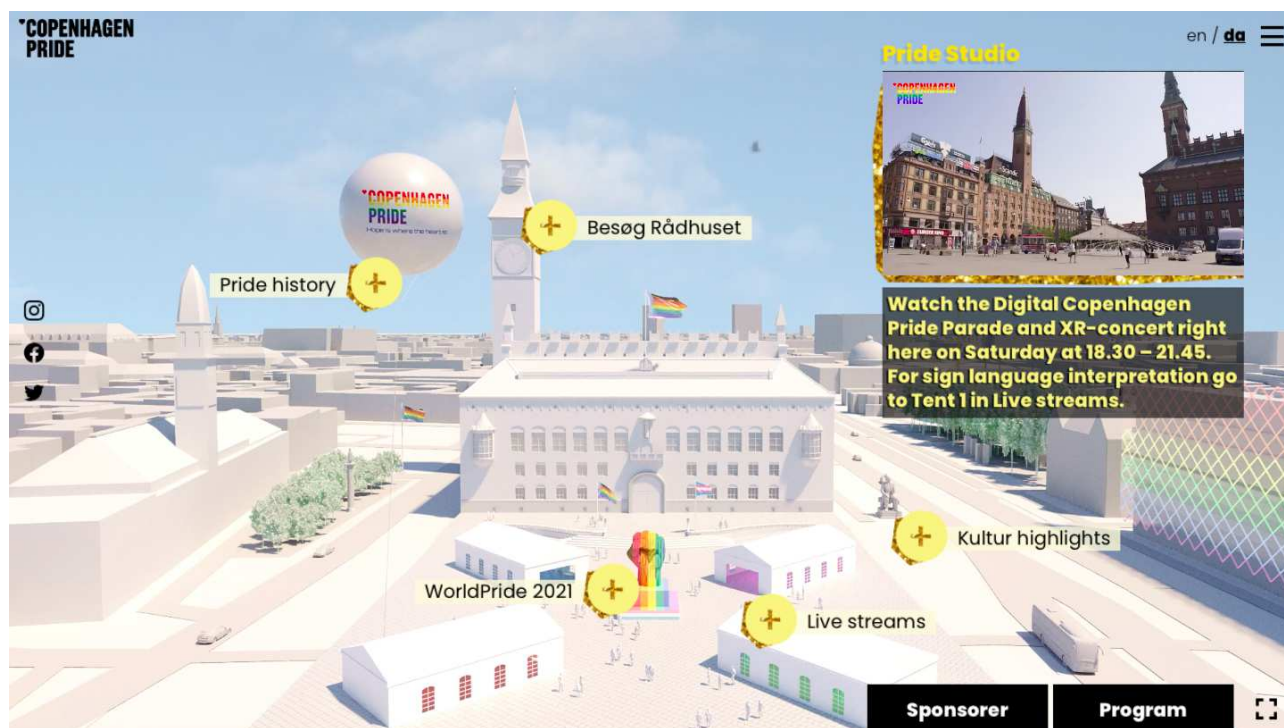
Copenhagen Pride har mødt udfordringen med COVID-19 ved at redefinere sine aktiviteter og sikre en ambitiøs digital tilstedeværelse. Dette gjorde os enestående i det danske festivalmiljø og har sikret os en position som førende på de digitale løsninger, hvilket vi ønsker at fastholde i årene fremad for at sikre maksimal tilgængelighed til vores arrangementer, både nationalt og internationalt. Se [www.copenhagenprideweek2020.dk](http://www.copenhagenprideweek2020.dk)

Vi måttet omstille os med rekordfart, og vi ønsker at udnytte dette momentum til at digitalisere vores arrangementer i et format, som vil kunne anvendes mange år frem. COVID-19 har gjort det nødvendigt at tænke alternativt, men samtidig har det været en mulighed for os for at tænke tilgængelighed på en helt ny måde, og vi er stolte af at kunne skabe en festival, som man kan deltage i overalt – i København, i Danmark



og internationalt. Det skal være muligt for alle at være en del af fællesskabet, og det skal kommunikeres, så alle LGBTI+ personer er bevidste om denne mulighed.

I 2020 gennemførte organisation således som den eneste festival sit program. Det blev en uge med stor succes. Denne satsning gjorde at 150.000 personer så med for den fulde uge, og med en feedback fra både borgere og personer fra miljøet, der har været overvældende.



## Vi havde i 2020:

- 38.163 følgere på Facebook (dobbelte så mange som den nærmeste anden danske LGBTI+ org.)
- 3.809 følgere på Twitter (6 x flere end den nærmeste anden danske LGBTI+ org.)
- 12.100 følgere på Instagram (4x flere end den nærmeste anden danske LGBTI+ org. Og en 25% stigning siden sidste år, hvor den fordobledes)
- 261 artikler om Copenhagen Pride i skriftlige medier (næsten en halvering fra 2019)
- 505 webartikler (ca 60 % af 2019)
- 53 indslag i TV og radio (svag fremgang – ca. 5%)
- 104 mentions i internationale medier (Fra 38 i 2018)
- Medieopmærksomheden flytter langsomt, men sikkert, over på Copenhagen2021

Vi har i 2020 udviklet et helt nyt magasin: HeartCore, der udkommer 4 gange om året i 4500 eksemplarer. Magasinet sendes til samarbejdspartnere, sponsorer, LGBT+ barer mm., uddeles pt. i København, Århus Nuuk, Sisimiut og Tórshavn, og kan desuden udsendes til alle personer, byer og organisationer på anmodning. Se et eksemplar på <https://www.copenhagenpride.dk/magasinet/heartcore-2-family/>

## Et godt år – trods alt! Copenhagen Pride i tal:

- Over 20 aktivitetsdage i løbet af året
- 150.000+ deltagere i Copenhagen Pride Week – og siden langt flere har set med on demand

- Over 120 arrangementer i prideugen
- Masser af nye frivillige
- Eneste danske festival, som gennemførte ALT
- Helt vild digital udvikling, som vi aldrig havde set uden Covid.
- Nye prides stiftes over hele landet.

Ved midler fra Københavns Kommune, og ved organisationens egne midler, har ovenstående ambitiøse udvikling samt sikring af sekretariatsbistand på 2 ½ årsværk, hvilket bestemt er i underkanten af tilsvarende organisationer, men betyder alverden for Copenhagen Pride.

For at sikre denne udvikling, der er pågået gennem de sidste 7 år, søger vi hermed Københavns Kommune om 1,7 millioner i tilskud, der sikrer eksistensen af Danmarks største menneskerettigheds event.

## Midlernes anvendelse

Desuden skal midlerne medvirke til yderligere at udbygge Copenhagen Pride Weeks brand og digitaliseringsstrategi, så vi kan videreføre den effekt Copenhagen 2021 giver – WorldPride og EuroGames i Region Greater Copenhagen. Copenhagen Pride Week er det bedste og mest potente salgsvindue for eventen, og et øget aktivitetsniveau og branding er afgørende for at tiltrække gæster til 2022 - 2025.

Foreningen kan ikke drives uden ansatte kræfter. Som landets største gratis event og med ca. 140 kunstnere på scenen, 120 debatter/events og 350.000 gæster i Pride Week, er det en realitet, at foreningens drift kræver sekretariatsbistand, hvis ansvar det er at koordinere Copenhagen Prides aktiviteter og assistere bestyrelsen, frivillige, de 12 fagsansvarlige, assistere med presse og kommunikation, videreudvikle den digitale strategi, den strategiske kommunikation om festivalen, samt arbejde med indsamling af dokumentation og udarbejdelse af medieanalyser mv. En fortsættelse af bevillingen er forudsætningen for, at medarbejderne kan fortsætte deres ansættelse udover det år, 2021-bevillingen har givet mulighed for.

Der er behov for fortsat strategisk arbejde med at udvikle festivalen (digitalt såvel som fysisk), udbygge Københavns mangfoldighedsprofil og sikre målrettet presse og kommunikationsindsats, så både festivalen og byen kapitaliserer maksimalt på investeringen.

Vi håber på forståelse for vigtigheden af, at dette videreføres i 2022 - 2025, så vi står bedst og stærkest til tiden efter WorldPride 2021, hvor al læring, viden, netværk, know-how mm. skal samles op og bringes videre til glæde og gavn for København og ikke mindst LGBTI+ miljøet.

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

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

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

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

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

- Tilskuddet til Copenhagen Pride for årene 2022 - 2025 fastsættes til 1.700.000 kr. om året, som dels skal dække sekretariatsmedarbejderens fortsatte ansættelse, dels kontorhold (vi skal flytte i nye kontor i efteråret 2021), digitalisering af Copenhagen Prides aktiviteter, og dels imødegå de voldsomt stigende sikkerheds- og renholdsudgifter.

Desværre er arrangementer af vores type i stigende grad mål for mennesker, som ikke vil os det godt, hvorfor det generelle sikkerhedshensyn er skærpet med øgede udgifter til følge. Desuden er renholdsudgifterne til TMF steget fra 7500 kr. i 2009 til 131.000 kr. i 2018 og 150.000 kr. i 2019. Hertil fjernelse af bænke på Rådhuspladsen til 51.000 kr. og en strømudgift i 2019 på 25.000 kr.

Copenhagen Pride er fortsat frivilligt drevet, og siden maj 2019 har vi haft 2 deltidsmedarbejdere til at forestå den daglige administrative drift af foreningen og vore aktiviteter, så frivillige kan koncentrere sig om det væsentlige. Siden foråret 2020 har vi udvidet med en kommunikationsmedarbejder - udvidelsen af kommunikation betyder imidlertid, at vi har nået den absolutte grænse for vores formåen indenfor den økonomiske ramme, vi har, og at aktivitetsniveauet vil skulle beskæres, dersom bevillingen ikke fortsættes. Den øjeblikkelige corona-situation gør, at vi kom ud med et væsentligt underskud i 2020 på Pride Week, hvilket betyder, at det bliver overordentlig vigtigt, at vi modtager den kommunale tilskud for at komme godt videre. Digitalisering koster mange penge – på nogle områder flere end at afholde det fysiske. Opbygning af hjemmeside, drift af server mm. koster en del, hvis vi skal tilbyde et digitalt alternativt, som kvalitets- og indholdsmæssigt står mål med den fysiske pride. Som en direkte konsekvens ved manglende bevilling, vil en eller flere sekretariatsmedarbejdere skulle afskediges.

### Kvalitet og originalitet

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

På indholdssiden følger vi konstant den internationale udvikling og ser ud i verden for at finde talent og aktivister, ligesom de temaer, vi sætter fokus på, er inspireret af de tendenser, der rører sig internationalt og de diskurser, der dominerer. Vi er i løbende kontakt med det internationale pridesamfund og udveksler ideer og best practice med andre på alle kontinenter og deltager i begrænset omfang i de toneangivende prides, især i Europa, samt alle prides i Danmark.

Vi har en åben organisationsstruktur og -kultur, som sikrer, at det er let for nye stemmer at få indflydelse og bidrage med idéer og formater. Desuden evaluerer vi løbende vore koncepter og indgår i idéudviklingsforløb for at kvalificere, forbedre og udvikle vores festival og andre aktiviteter. Senest har vi underkastet vores afvikling af paraden et eftersyn, som har medført en række forandringer, som skal implementeres og skulle være afprøvet inden WorldPride 2021, men covid satte en stopper for dette. Udvikling af paraden står som et udviklingsområde i 2022 og årene frem. Derudover fokuseres der på udvikling af Pride month i august måned, digitalisering samt udvikling af aktiviteter hen over kalenderåret. Store områder, der alle koster penge.

Vi har opbygget et nyt landsdækkende netværk for prides i Danmark. Netværkets formål er at idé- og erfaringsudveksle på tværs af landet, sikre synergi mellem de forskellige prides samt at opstarte flere prides i Danmark. Copenhagen Pride er tovholder på dette netværk og vi sætter stort fokus på dette arbejde i tiden efter WorldPride i 2021.

## Samarbejde

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

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



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

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

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

## **Eksperimenterende indhold og form.**

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

I sommeren 2020 lancerede vi vores nye LGBTQIA+ magasin HeartCore, der udkommer 4 gange om året i 3500 eksemplarer i gratis version. Magasinet udgives på engelsk (trykt) og dansk (online), og er kommet virkelig godt fra start. En ny digital redaktion vil arbejde med nye formater til at digitalisere magasinet i form af podcast, instagram historier mm.

## **Aktivering**

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

Endvidere trykkes vores program i betydeligt antal og gennem vores mediasamarbejde med Berlingske, som optrykker programmet i et særligt tillæg, rækker vi ud til hele Danmarks befolkning med en invitation om at deltage og bakke op.

## Mangfoldighed

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

I år 2022 udvides Pride Square på Rådhuspladsen, hvor vi tager den fulde plads i brug. Scenen bliver anderledes og i et samarbejde med Tegnbuen er vi ved at få tolket alle events/arrangementer under Pride Week for at sikre inklusion og mangfoldighed også på denne front.

## Tidsmæssig og geografisk spredning

Copenhagen Pride har aktiviteter året rundt, Hver måned er der en Pride Talk, i februar ligger Winter Pride Week, og så kører det ellers arrangement efter arrangement året igennem frem til jul, hvor vi arrangerer gratis julearrangement for mennesker, som ellers ville skulle tilbringe julen alene. LGBTI+ personer, viser undersøgelser som fx SEXUS, er særligt ramt af følelsen af ensomhed og isolation, og under højtider forstærkes denne følelse. Derfor samler vi ind og finder støtte, så vi i 2019 kunne invitere 60 personer til julearrangement i foreningens lokaler den 24. december. I 2020 blev arrangementer aflyst pga. corona. Alt arrangeret af frivillige aktivister.

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

## Udvikling og fornyelse

Vi eksperimenterer konstant med nye elementer såvel i festivalen, som i vore øvrige aktiviteter. I 2020 havde festivalen fortsat fokus på at afprøve formater, som skal fungere i tiden fremover – flere planer blev aflyst pga. covid, og står som udviklingsområder til de kommende år; anderledes plan for Pride Square, ændret og udvidet paraderute, fokus på bæredygtighed og involvering af internationale aktivister samt digitalisering. Desuden sker der en stadig udvikling af vores menneskerettighedsprogram, som nu omfatter 7 venues i Copenhagen Pride Week. Her har fornyelsen særligt været et fokus på intersektionelle perspektiver og kropspositivisme. Winter Pride Week 2021 har fundet sit nye koncept i samarbejde med HUSET-KBH, som har været vores første fulde digitale Winter Pride, og vi arbejder desuden på at udvikle formatet ”Pride Talks” samt LGBTQIA+ Friday Network (et netværk for organisationsfolk med tilknytning til LGBTQIA+ dagsordenen). Copenhagen Pride har på 6 år fordoblet vores økonomi mere end to en halv gang samtidig med at deltagerantallet er næsten 5-doblet.

## Bæredygtighed

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

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

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

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

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

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

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

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

[https://www.paradetilmelding.dk/dl/Krav\\_til\\_Køretøjer\\_-\\_Vehicle\\_Requirements.pdf](https://www.paradetilmelding.dk/dl/Krav_til_Køretøjer_-_Vehicle_Requirements.pdf)

## Afrunding

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

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

Med venlig hilsen

Lars Henriksen  
Forperson

  
Michael Bager  
Sekretariatschef



## 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).

*Tekst i kursiv er vejledningstekst.*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Copenhagen Pride
<b>CVR/CPR:</b> 26121000
<b>Projektets navn:</b> Copenhagen Pride 2022 – 2025 (tallene nedenfor er årlige)

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

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	1.700.000	1.250.00	
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Projektstøtte (arrangementspuljen)	100.000	100.000	
b) Sponsorater, varesalg mv.	100.000	50.000	
c)			
Honorarer			
Billetindtægter - Copenhagen Pride Week er en gratis festival for alle deltagere			
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Privat støtte	10.000	10.000	
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>1.910.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>
Løn og honorarer Kunstnerhonorar inc. Forplejning, transport mm.	1.100.000	971.000
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter	30.000	30.000

Transportudgifter (oprydning og transport)	10.000	10.000
Opholdsudgifter	40.000	40.000
Fortæring, herunder møder	5.000	5.000
Diverse repræsentation	5.000	5.000
PR og markedsføring (Trykning, grafisk arbejde og strøgbannere)	50.000	50.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	10.000	10.000
Revisionshonorar	25.000	25.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Køb af varer til videresalg	40.000	40.000
b) Teltleje, hegn, toiletter		
c) Sceneleje, opsætning og stagecrew		
d) Sikkerhed		
e) Dankortterminaler		
f) Synsgebyr		
g) KODA afgift	70.000	70.000
h) frivilligudgifter	80.000	80.000
i) Storskærm		
j) scenografi mv.		
k) pladsudgifter		
l) digitalisering	400.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>1.865.000</b>	<b>1.365.000</b>

<b>RESULTAT</b>	<b>45.000</b>	<b>74.000</b>
-----------------	---------------	---------------

**Kommentarer/forbehold:**

Aktiviteterne er mange og rækker langt udover Copenhagen Pride Week.

# **CREATIONS & GROWTH FESTIVAL 2022**

*- Light, art, culture & diversity*

26.-27. AUGUST

Foreningen Pleasure Control  
Pleasure2control@gmail.com  
CVR.nr.: 39873419  
Haraldsgade 12A, 3. th  
2200, København N

## **Projektbeskrivelse**

Ideen bag Creations & Growth Festival 2022 er at skabe en nyskabende, ikke-kommerciel og progressiv 48-timers festival der bygger på 5 hovedelementer: Læring, leg, netværk, musik og visuel stimulering.

Disse vil være forankret i mangfoldighed, bæredygtighed og diversitet. Nogle af de helt store tematikker for festivalen er lysdesign, scenekunst og scenografi samt læring og kompetencegivning herom. Gennem hands-on workshops ført an af fageksperter samt kunstinstitutioner, tilbyder festivalen alle interesserede københavnere muligheden for at lære om de tekniske og kunstneriske aspekter ved lysdesign og scenografi til fx koncerter, events og lignende kulturarrangementer.

Samtidig vil der være et stærkt musikalsk element, hvor festivalen bringer det spirende vækstlag inden for den elektroniske scene og det alternative klubmiljø frem over overfladen, og det tilstræbes at præsentere artister, der afspejler mangfoldighed og diversitet uanset køn, seksualitet og race. Det er værdier som gennemsyrrer festivalens profil.

Dertil ønsker vi målrettet at inkludere kulturaktører inden for vækstlaget til at bidrage til festivalens output fx unge lysdesignere, scenografi studerende og lignende, som mangler et sted at bruge deres viden i praksis.

Kombinationen af elektronisk musik og lysdesign skal skabe den visuelle ramme om festivalen. Festivalen skaber dermed et univers for gæsten, hvor lys og elektronisk musik smelter sammen i en kraftfuld audiovisuel oplevelse udover det sædvanlige. Det er festivalens primære udtryk.

Festivalen kommer som modreaktion på et kulturelt vækstlag der er udsat, selv før pandemiens udbrud, og nu står utroligt svagt. Det er et forsøg på at samle engagerede og talentfulde kræfter, og give dem en scene, hvorpå deres evner bliver fremvist, og de videre opkvalificere sig i deres virke som kulturaktører. Dermed er det særligt festivalens centrale omdrejningspunkt at have fokus på mere end blot den optrædende kunstner, men også fokusere på kompetencer og kompetencegivning inden for lyden, lyset og scenekunsten, der netop danner rammerne for festivalen.

Festivalen er en tilbagevendende begivenhed, som finder sted i slutningen af august. Valget faldt på august primært da gunstige vejrforhold er nødvendige for at kunne gennemføre en udendørs festival, mens det nærmere valg af ultimo august lød for at festivalen kunne finde sin plads blandt sommerens arrangementer i København.

## **Formål**

Festivalens formål er at skabe en større tilslutning inden for lysdesign, scenekunst og scenografi gennem showcases og interaktioner med kunstnere i vækstlaget, såvel som garvede designere og teknikere. Med festivalen ønsker vi at vækstlaget af artister, kulturaktører og kunstnere kan vokse gennem deres bidrag og deltagelse i festivalen. Det skal være en trædesten for dem - en samlet scene der giver et karrieremæssigt løft og som på sigt kan bidrage til den landsdækkende kulturbranche. Det gøres bl.a. med kombinationen af upcoming lokale navne og anerkendte lokale og internationale artister inden for kunst og musik. Vi er nemlig interesseret i at facilitere kontakten mellem lokale og udenlandske kunstnere, artister og aktører, så festivalen også får en karakter af at være en kulturkanon og et netværksevent, hvor nye kreative ideer skabes.

## **Mål**

Målet er at skabe en kompetencegivende festival for kulturaktører i vækstlaget samt helt almindelige københavnere, der ønsker at vide mere om, hvordan arbejdet med lysdesign, scenekunst og scenografi fungerer, både teknisk og kunstnerisk. Med festivalen vil vi være med til at nedbryde de barrierer, der er for at træde ind i den del af kulturen, der handler om lysdesign og scenekunst. Vi ved, at der er mange nysgerrige, specielt unge mennesker, som vil vide mere om hvordan de kan komme igang med dette.

Derudover vil vi også kaste lys over arbejdet med bag scenen, som ofte kan blive glemt i den store PR-mølle for et kulturarrangement. Ikke desto mindre, er kompetencerne for lys og scenografi en essentiel del af musik- og kulturbranchen.

Gæsterne skal gå derfra med ny viden. Samtidig skal festivalen bære præg af en appellerende og dragende lysdesignmæssig æstetik, der efterlader gæsten med et sanseligt indtryk, der inspirerer dem.

På sigt skal det være en hjørnesten i den københavnske festivalsæson, som trækker den almindelige københavnere forbi på lige fod samtidig med at festivalen holder fast i de oprindelige kerneværdier om mangfoldighed, bæredygtig og diversitet gennem hele festivalens identitet.

## **Location**

Vi ønsker at bruge KPH Volume samt udendørsområdet omkring Copenhagen Skatepark og AFUK



## Succeskriterier og målbarhed

For at lykkes med festivalens endelige målsætning, er der opstillet en række succeskriterier, som skal assistere i processen om at realisere den endelige målsætning:

- a) 80% af aktører skal have et ønske om at vende tilbage
- b) Til festivalens første år tilstræbes et samlet antal publikum på 5.000 mennesker
  - bb) Hertil skal der være 2.000 interaktioner på festivalens online begivenhed indenfor den første måned af dens lancering. Det vil sige, at mindst 2000 mennesker har tilkendegivet en interesse for begivenheden på sociale medier.
- c) Der tilstræbes at repræsentere vores mangfoldighed i samfundet gennem talks, musik lineup og samarbejdspartnere m.v. bedst muligt for at sikre en sund inklusion og diversitet.
- d) Som følge af festivalen skal de tilknyttede aktører opleve en målbar interaktion på deres sociale medier.
- e) Samarbejde med mindst 10 lokale kulturaktører
- f) Samarbejde med 2 internationale kulturaktører
- g) Booking af 2 internationale toneangivende musikartister
- h) 10 danske lokale aktører inden for den elektroniske scene
- i) 40% mænd, 40% og 20% minoriteter og non-binære artister repræsenteret i festivalens musikalske output

## Forventede resultater

Festivalen forventes at skabe en scene for vækstlaget inden for scenekunst, scenografi og lysdesign, hvori kunstnere kan mødes på lige præmisser og præsenterer deres værk for omverdenen.

I forlængelse af dette forventes det, at der skabes en unik kultur af en særlig karakter, som kun kan lade sig gøre, ved at give disse kunstnere de fornødne midler og støtte dem gennem processen. Afslutningsvist forventes det desuden at de tilknyttede kunstnere oplever en større omtale som følge af deres deltagelse.

Det forventes at gæsterne går hjem med ny viden og inspiration om lysdesign, scenografi og scenekunst. Det forventes også, at publikum går med mere viden om den elektroniske scene i København og det udbud af artister og talenter der findes herpå.

## Organisation

Hen mod festivalens første år, skal der stiftes en bestyrelse bag festivalen for bedst muligt at varetage dens interesser fremadrettet. Denne bestyrelse skal bestå af 7 repræsentanter, heraf:

- a) To medlemmer fra Pleasure Control, organisationen bag festivalens tilblivelse.
- b) Et medlem fra Københavns Frie Promotere, en organisation der arbejder med det kulturelle vækstlag i København, med et fokus på en divers, sikkert og inkluderende natteliv gennem debatter og workshops m.v. KFP er desuden repræsenteret ved Københavns Kommunes Advisory Board for Natteliv.
- c) Et medlem fra Club Mafia, en organisation der kæmper med et mere inkluderende og sikrere natteliv i København. Club Mafia er desuden repræsenteret ved Københavns Kommunes Advisory board for Natteliv.
- d) Et medlem fra en endnu ikke-besluttet gruppe, hvis arbejdsindsats ligger indenfor Do-It-Yourself lyd området.
- e) Et medlem fra en endnu ikke-besluttet gruppe, hvis arbejdsindsats ligger indenfor Do-It-Yourself lys/scenekunst området.

## Målgruppe

- 1) Festivalens primære målgruppe er personer med bopæl i København med interesse i kunst, kultur og/eller musik.
- 2) Den sekundære målgruppe er potentielle arbejdsgivere for festivalens kunstnere, heraf kulturaktører, gallerier, festivaler, pladeselskaber, klubber, filmselskaber m.v.
- 3) Festivalens tertiære målgruppe er de, som ikke har en primær interesse indenfor kunst, kultur og musikfeltet, men i stedet hører om festivalen gennem medier eller sponserede opslag, hvor der kan skabes en interesse for feltet.

## Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum

For festivalens første år tilstræbes der at have et dagligt publikumstal på 2.500 deltagere. At stræbe efter et publikum af denne størrelse, gør det muligt at eksperimentere med festivalens opbygning, og derigennem finde den perfekte formular for, hvordan interaktioner skal fungere. Det giver mulighed for intime opsætninger, såvel som store sceneshows med over 1000 tilskuere.

## Aktiviteter

### Forud for festivalen

Ét år forud for festivalen stykkes udøvende og lys-og/eller scenekunst aktører sammen. Dette samarbejde skal bruges til at kortlægge et større sceneshow, som tilgodeser alle involveredes talenter og bedst muligt kan repræsentere deres eget. Det bruges til at tease og give anledning til en større interesse omkring festivalen gennem udgivelsen af brudstykker fra sparringssessioner op mod festivalen.

### Pop-up events og talks forud for festival

Gennem foråret og sommeren ledende op til festivalen, skal der gennemføres mindre udendørs interaktive pop-up udstillinger, samt talks omkring lyd- og lysdesign, der skal skabe en interesse for og markedsføre festivalen blandt branchefolk og andre interesserede.

### Mennesket bag kulturen

Gennem Instagram skal der føres et projekt med navnet '*Mennesket bag kulturen*'. Dette har til formål at være et opråb til befolkningen om kulturens vigtighed, dens rammer og livet som kunstner. Disse vil blive udgivet som korte videoer.

### Aktiviteter om diversitet

For at skabe en positiv forandring i lyd- og lysdesign, skal der være et fokus på diversitet, påskønnelse og tilstræbelse af et safe space. Dette kommer til udtryk gennem aktiviteterne herunder:

- a) Tilstræbe at skabe et safe space på festivalen, hvor der kommunikeres sociale spilleregler ud.
- b) Der hyres tech aktivister og minoriteter i tech, til at tale om udfordringerne i en til tider aflukket verden.
- c) Workshops forud for festivalen for kvinder og queer, for at tilgode en fælles udvikling gennem skabelsen af et safe space.

### Sikring af tilbagevendende aktører

Der tilstræbes en vis professionalisme overfor aktørerne. Én kontaktperson for hver gruppe og hver post. Denne kontaktperson skal desuden kunne agere som mentor for den tilknyttede aktørgruppe, hvor der skal være mulighed for sparring.

Aktørerne skal sætte præg på festivalen – de skal være med til at forme festivalen.

Der afholdes et evalueringsmøde kort efter festivalens afholdelse, for at løbe alt i gennem med aktørerne, såvel som repræsentanter fra publikum. Der skal fremgå en direkte korrelation mellem evalueringen og ændringer ved festivalen det følgende år.

Festivalens ledelse skal være kompetent af en sådan karakter, det tillader en kreativ frihed, som kun kan lade sig gøre ved hjælp af en solid basisviden.

### **Aktørernes øget interaktion**

Der afholdes dybdegående præsentationer, hvor lys- og/eller scenekunstnere m.v. præsenterer deres værk, som menneskeliggør processen, produktet og producenten forud for aftenens show. Dette giver en større anerkendelse fra publikum.

Det tilstræbes programmet på intet tidspunkt er overfyldt, med et maksimum på tre aktiviteter på samme tid, hvilket skaber plads til hver enkelte aktør.

Tilstræbe en playfulness gennem dagen. Publikum skal kunne føle sig som et barn, samtidig med de lærer om scenekunst, lyd- og lysdesign.

Administreret alkoholserving for ikke at skade oplevelsen.

### **Beskrivelse af projektets relevans for København**

Festivalen skal ses som en forstærkning af Københavns kulturvækstlag, ovenpå pandemien, ser man hvor skrøbelig kulturbranchen er, dertil er det essentielt at skabe vidensdeling og en fælles front for kulturbranchens vækstlag, både for nuværende aktører, men også for spirende aktører, som har et behov for at se en samlet front. Dette fungerer desuden som en opkvalificering af foreningslivet gennem vidensdelingen, som har til formål at drage flere ind i kulturbranchen gennem en lang række arbejdsformer.

Festivalens arbejde vil desuden give afkast i form af sideevents, og nye kollaborationer gennem tilblivelsen af nye samarbejder og udvidede netværk for aktørerne.

Gennem festivalen giver det publikum en indsigt i arbejdet bag den bærende kultur, og nyfunden interesse for at støtte det gennem deltagelse i fremtidige arrangementer. Dermed skabes nye målgrupper for en bred vifte af kulturelle arrangementer. F.eks. har Copenhagen Light festival skabt en større interesse for lyskunst, på samme måde vil dette kunne skabe interesse for nye kunstformer.

## **Bæredygtighed**

Festivalen skal være en forsøgskanin for at fremme bæredygtighed og skabe festivaler og arrangementer baseret på et bæredygtighedsprincip – socialt såvel som miljømæssigt. Hermed også skabe et bedre kulturliv i Danmark. Dette gøres gennem eksperimenter med sociale sammensætninger, og et fokus på de små aktører, og belønne dem for deres arbejde. Derfor vil der også være et overvejende krav til involverede kulturaktører ved at etablere et partnerskab, hvor de tænker bæredygtighed ind i deres produktioner og kreative arbejde. Det betyder, at der tages højde for at produktionerne fx ikke bare smides væk, men benyttes til andre formål der gør gavn for København eller andre institutioner eller kulturarrangementer.

I forhold til mad og drikke, stræber vi efter bæredygtige løsninger i forhold til emballage, som typisk er en stor synder i forhold til miljøvenlighed. Derfor ønsker vi at alle mad og barboder benytter sig af service og krus med miljøcertificeringer såsom Svanemærket eller EU-blomsten.

Derudover forestiller vi os et pantsystem lignende Roskilde Festivals løsning i 2019, hvor gæster kunne aflevere brugte krus tilbage mod at de fik en reduktion i prisen på næste drikkevarer. Vi ønsker også at tænke ud af boksen ved at involvere og spare med andre aktører, der har det som primært mål at sikre mere bæredygtighed i vores hverdag - jo mere ekspertviden, vi kan benytte os af på dette område, jo bedre. Fx et integreret samarbejde i festivalen med Climaider, der gennem betalende medlemmer planter træer i udviklingslande.

## **Samarbejdspartnere og typer af samarbejde**

Som hovedaktør bag festivalen står vi som event- og kunstnerkollektiv. Gennem de sidste fire år har skabt en balanceret tilgang til events gennem eksperimenter med lyskunst. Vi ønsker at styrke festivalens profil gennem potente samarbejder inden for lys, diversitet og musik. Her kan fx nævnes samarbejder med:

- a) Hackstage (lys- og scenekunst samt projektionseksperter)
- b) Optika (lysdesign)
- c) Vertigo (lysdesign)
- d) Fast Forward Productions (spirende frontrunner for københavnsk elektronisk musik og medvirket til at gøre det internationalt anerkendt)
- e) Club Mafia (frontrunner for øget safer spaces i nattelivet for især kvinder og minoriteter og en er stærk stemme i kampen mod sexisme i nattelivet. Samtidig sidder de i Københavns Kommunes Advisory Board for Natteliv)

## Udvikling og fornyelse

Planen for festivalen hviler i kontinuerligt at udvide og udvikle festivalens rammer og størrelse; hvilket er de facto nødvendigt, for at sikre de bedst mulige vilkår for kulturvækstlaget. Fokus på inklusion af nye kunstformer samt rykke grænserne for mødet mellem teknologi og kultur.

Publikum: Målet er at skabe en voksende interesse for produktionsteknologi, scenekunst og udøvende kunstformer, dermed skabe en større tilhørsforhold for København, sådan at københavnere kan bryste sig af byens kulturliv.

## Erfaring med planlægning og afvikling af lignende projekter

Vi er et event- og kunstnerkollektiv. De sidste 4 år har vi afholdt over 10 større elektroniske musikarrangementer fordelt på forskellige lokationer i København såsom Refshaleøen, Sydhavnen og Nordhavnen med gennemsnitligt 500 deltagere til hver. Gennem disse events har vi opbygget en kæmpe erfaring med planlægning og afvikling af events, lige fra konceptfasen til eksekveringen. Dertil har vi også afholdt en digital lyskunst udstilling i den 5000 kvadratmeter store Tunnelfabrikken i Nordhavn i september 2020, som en del af Åben Festival, der har til formål at aktivere kulturaktører på Østerbro og Nordhavn.

I løbet af de sidste 4 år har vi involveret mange unge frivillige kræfter til at hjælpe med at løfte vores events, og det betyder også, at vi har opnået kompetencer for at aktivere frivillige i vores generelle virke.

På det administrative niveau har vi også en række solide fagligheder i vores organisation for planlægning og afvikling af events: projektledere, kommunikationsfolk, fundraisere m.m. Derudover råder vi også håndværksmæssige kompetencer såsom elektrikere, lysdesignere, programmører, fotografer, grafikere m.m. Dertil har vi et kreativt netværk af kulturaktører og folk i kulturbranchen, vi trækker på. Samlet set har alt sammen udgjort kernen i vores succes med at planlægge og eksekvere events og har medvirket til en kvalitetssikring af outputtet for vores gæster og publikum.

## Udarbejdet af Foreningen Pleasure Control





## 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.*

<b>Tilskudsmodtagers navn: Foreningen Pleasure Control</b>
<b>CVR: 39873419</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Creations &amp; Growth Festival 2022</b>

<b>Projektperiode: 27/8 2021 til 1/9 2022</b>
---

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<b>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</b>
Tilskud fra Københavns Kommune (festivals pulje)	2000000		
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
Statens Kunstfond	100000		Ikke ansøgt
Tuborg Fondet	1200000		Ikke ansøgt
Nordea fonden	300000		Ikke ansøgt
William Demant fonden	100000		Ikke ansøgt
Beckett Fonden	100000		Ikke ansøgt
Augustinus Fonden	100000		Ikke ansøgt
Novo Nordisk Fonden	100000		Ikke ansøgt
Velux fonden	100000		Ikke ansøgt
Stark fonden	100000		Ikke ansøgt
Billetindtægter (dagsbilletter á 300,-)	1.200.000		
Billetindtægter (dags- og natbillet á 450kr)	540.000		
Partnerskab med lokale leverandør (25% af deres omsætning fra alkohol salg)	160.000		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>5.900.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
<b>Lønninger</b>		
Festivalbestyrelse (8 medlemmer samt en formand)	160000	
Festivaldirektør (fuldtidsansættelse)	399120	
Festivalsekretær (fuldtidsansættelse)	349230	
Fundraiser (fuldtidsansættelse)	379164	
Økonomi ansvarlig (fuldtidsstilling)	379164	
Projektleder (2 fuldtids stillinger)	505552	
PR & Marketing (3 stillinger i 8 måneder)	758328	
Kommunikationsmedarbejder (projektansættelse )	111641	
Projektkoordinator (3 stillinger projektansættelse )	349230	
Produktionsassistent (2 stillinger projektansættelse)	232820	
Produktionsleder	126388	
<b>Produktionsomkostninger til afvikling af Festivalen</b>		
Workshop (udstyr og undervisning til 2 dage)	61340	
Talks (6 honorar til 6 deltager fordelt på 2 dage)	30000	
Kunst og kultur (af 10 lokale aktør)	60000	
Kunst og kultur (af 2 internationale aktør)	35000	
Præsentationer af kompetencegivende emner	10000	
Lokale leje til selve festivalen	200000	
Honorar til musik	40000	
Lyd til 3 scener	180000	
Lys og projektor leje til 3 scener	180000	
Hegn	20000	
Toiletter	60000	
Vagt	25000	
Transport	20000	
Forsikring (event)	40000	
<b>Cultural Careers Program</b>		
Honorar (3 honorar til lokale kunstner af 35.000)	105000	
<b>Pop-up events 1</b>		
Lokale leje	12000	
Talks (2 talks)	8000	
Workshop (udstyr og undervisning)	10000	
Kunst (2 lokale kunster)	12000	
Av-teknik (projektor og lyd)	8000	
<b>Pop-up event 2</b>		
Lokale leje	12000	
Talks (2 talks)	8000	
Workshop (udstyr og undervisning)	10000	
Kunst (1 international kunstner)	12000	
AV- teknik (projektor og lyd)	8000	
<b>Drift omkostninger</b>		



Stiftelse af organisation (advokat sagkyndig)	20000	
Hovedkontor årlig leje	144000	
Internet	4800	
Computer	35000	
Bæredygtighedskonsulent (sparring om at gøre vores produktioner bæredygtigt)	40000	
<b>Diverse</b>		
Bæredygtige løsninger	50000	
Forsikring (lokaler)	6000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>5271546</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>628.454*</b>	
-----------------	-----------------	--

**Kommentarer/forbehold:**

**Det ansøgt beløb er 2.000.000**

**\*Det beregnede overskud skal bruges til at reinvestere i udstyr til at sænke næste års produktionsomkostninger af festival samt dække driftomkostninger, da festivalen er non-profit.**

# 3daysofdesign

## Ansøgning om støtte til Københavns Kommunes Festivalspulje 2021

### Bestyrelse

Direktør - Signe Louise Terenziani

Bestyrelsesformand - Michael Groes Anker (Direktør, Anker & Co)

Bestyrelsesmedlem - Kaja Møller (Direktør, Fredericia Furniture)

Bestyrelsesmedlem - Henrik Joakim Lassen (Direktør, Montana)

Bestyrelsesmedlem - Jesper Vangby (Country Director, Kvadrat)

### Ansøger:

3daysofdesign ApS  
Frederiksgade 1, 3.sal  
1265 København K

CVR-nr. 34088861  
Fuldt momsregistreret

### Att:

Signe Byrdal Terenziani  
[Signe@3daysofdesign.dk](mailto:Signe@3daysofdesign.dk)  
2242 3317



## 3daysofdesign

Denmark's Annual Design Event

.COPENHAGEN  
16-18 SEPTEMBER 2021.

*3daysofdesign.dk*  
*Artwork by Ilse Crawford*



# Om 3daysofdesign

*3daysofdesign ansøger hermed Københavns Kommune Festivalpulje om 200.000 DKK til udvikling og afvikling af designfestivalen den 16-18 september 2021.*

Designfestivalen 3daysofdesign er Danmarks største designevent, som årligt afholdes i København. Det er et internationalt knudepunkt, hvor designbranchen og videbegærlige gæster mødes og hylder den danske designkultur- og historie. En gang om året danner Københavns gader, restauranter, butikker og hoteller rammen for festivalen, hvor tusindevis af gæster besøger de mere end 150 designbrands, som udstiller indenfor møbler, design, livsstil og indretning.

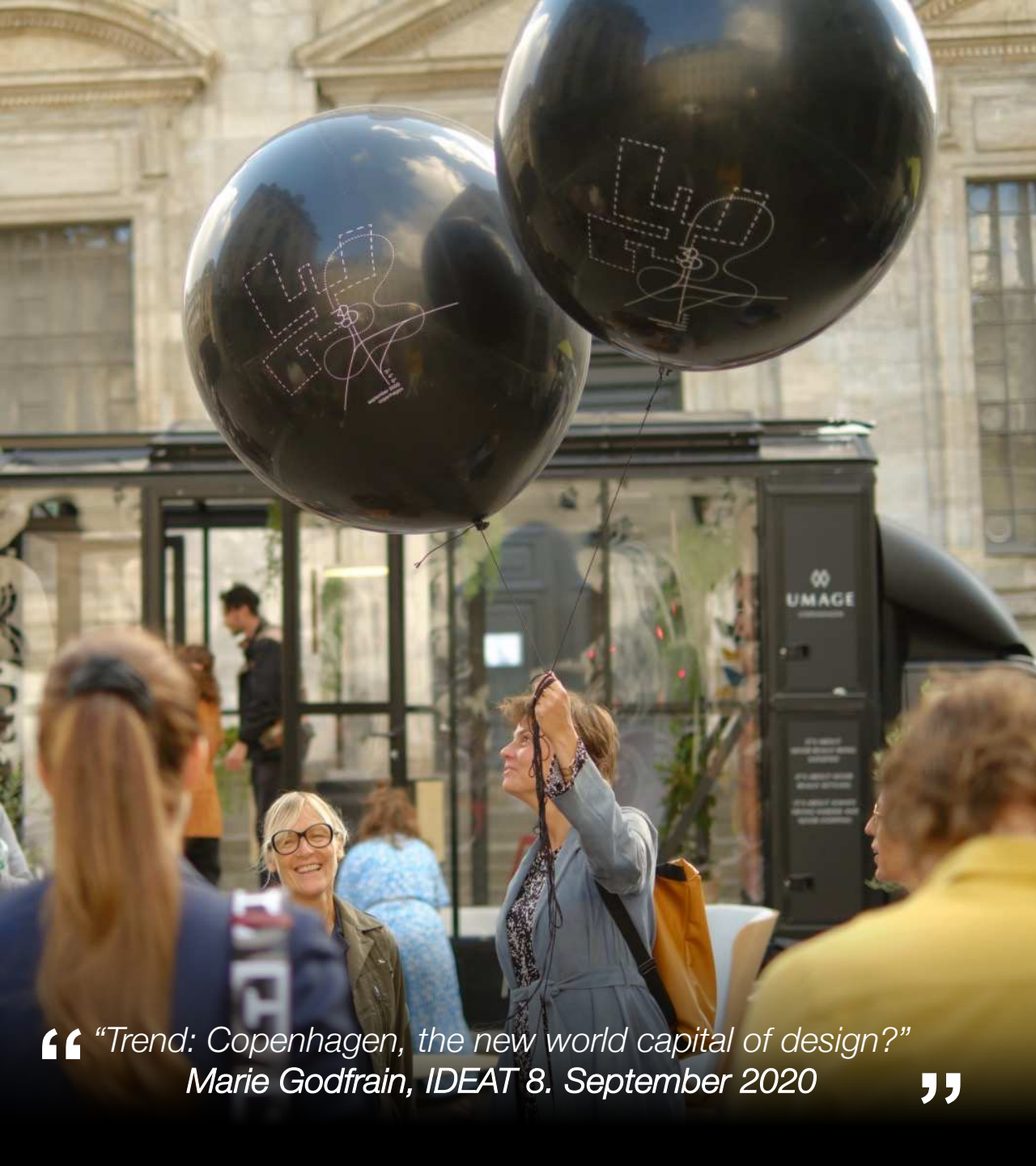
Vores ambition er forsat at bidrage til udviklingen af den danske designscene gennem dialog, netværk og festivalens virke.

# FORTÆLLINGEN OM DANSK DESIGN

Fra grundlæggelsen i 2012 har det været 3daysofdesigns ambition at udbygge og styrke Københavns position som en international designhovedstad. Hos 3daysofdesign er vi af den overbevisning, at design er en helt afgørende kompetence for Danmark og København. Design er et alsidigt medium, som berører en bred vifte af tilstødende erhverv, så som arkitektur, kunst, mode og hotel- og restaurationsbranchen.

Årligt binder design derfor som fællesnævneren i tre dage Københavns kulturliv sammen, i en fælles fejring af den danske designhistorie og kontemporærer scene. På alle 150 udstillinger vil der ske noget særligt med udgangspunkt i design, hvor man kan komme bag kulisserne på designscenen og møde personer og virksomhederne bag de velkendte designklassikere og de nyeste koncepter inden for møbler, design, livsstil og indretning. Disse designoplevelser kan være talks om design, events, inspirerende udstillinger om indretning og workshops, som er til inspiration for alle, som ønsker at deltage.





# KØBENHAVN SOM SCENE

3daysofdesign aktiverer og anvender Københavns skjulte skatte og prestigefulde bygninger, centrale områder og spirende kreative miljøer, som det overordnede narrativ for festivalens aktiviteter. København optræder derfor som scenen for designfestivalen og alle dens oplevelser.

Udstillingerne finder derfor sted i alt fra Nordvest til Frederiksstaden og har en bred geografisk spredning, hvor festivalens gæster rejser rundt til fods, på cykel, med offentligt transport eller i specielt lejede både i Københavns Kanal.

3daysofdesigns interessenter er derfor vidtrækkende og den særlige synergi, som opstår ved at have eventen i København, udgør den unikke og differentierende værdi, som 3daysofdesign kan tilbyde i forhold til andre internationale designfestivaler.

“Trend: Copenhagen, the new world capital of design?”  
Marie Godfrain, IDEAT 8. September 2020



# EN KULTURØKONOMISK FESTIVAL

3daysofdesign blev skabt som et privat, selvfinansieret initiativ, som på kort tid har udviklet sig til et at være et væsentligt aktiv for Københavns designscene - både nationalt og internationalt.

3daysofdesign har bevist, hvordan kommercielle interesser kan være stærke drivkræfter bag de kulturøkonomiske fordele, som festivalen årligt medfører. Ved at aktivere Københavns mange designressourcer under festivalen, skabes der en sneboldeffekt, hvor de individuelle bidrag bag festivalens interessenter, forstærkes eksponentielt i kraft af det meningsfulde samarbejde.

Således skaber 3daysofdesign både kommerciel og kulturel værdi ved at give de kommercielle interesser i designbranchen et stort incitament til at støtte det københavnske kulturliv.

## Den kommercielle værdi

Som en kommerciel festival skaber 3daysofdesign et internationalt samlingspunkt for nogle af de vigtigste indkøbere, journalister, designere og virksomheder i designbranchen ved at samle det akkumulerede netværk af de over 150 designvirksomheder, som årligt deltager i eventen.

## Den kulturelle værdi

3daysofdesign er et åbent udstillingskoncept, hvilket betyder, at alle festivalens kulturelle aktiviteter er åbne og frit tilgængelige for alle interesserede.

Derfor kan alle kulturinteresserede borgere og turister gratis besøge de over 150 udstillinger og 250 designevents, som finder sted under festivalen.

# PRESSE HØJDEPUNKTER 2020

Hvert år inviterer 3daysofdesign et kurateret udvalg af internationale journalister, arkitekter, indkøbere og designere til en eksklusiv VIP-Tur for at skabe omtale for den danske designscene. I 2020 deltog over 70 VIP-gæster fra 18 nationaliteter på turene, hvor 71 medier var repræsenteret.

- Artikler og repræsentation i flere danske og internationale aviser, blandt andet Politiken, Berlingske, Jyllands-Posten, FAZ, Le Monde
- 5 artikler i Dezeen, 5 artikler i Residence, 2 artikler i Architectural Digest, 2 artikler i Design Milk, 3 artikler i Elle Decoration
- Over 300 presseklip i 127 medier er blevet skrevet som et direkte resultat af 3daysofdesign.

“ Set fra vores perspektiv er der tale om et event som er med til at fremme Københavns styrkeposition som designby og som er med til at tiltrække prominente internationale journalister til byen, som resulterer i positive presseomtaler om Københavns designscene.

Giuseppe Liverino, International Press & PR, Wonderful Copenhagen ”

# STØTTEBEHOV

*Københavns Kommune ansøges om at støtte 3daysofdesign festivalen med 200.000 kr. i 2021*

3daysofdesign har ikke tidligere modtaget støtte.

Bevilling fra Københavns Kommune vil muliggøre, at 3daysofdesign i højere grad kan investere i initiativer, som styrker og udvikler de kulturelle aktiviteter under festivalen. Støtten er derfor en vigtig medvirken til at 3daysofdesign bliver en endnu mere væsentlig kulturbegivenhed i København, der hylder og positionerer vores designkultur.

Ved at få Københavns Kommune med som en formel interessent, vil det give de retskafne ressourcer, som det kræver for 3daysofdesign til at udvikle sig til næste stadie. Et stadie, som er svært at opnå uden kommunal støtte.

**3daysofdesign søger støtte til de følgende områder:**

## Designformidling

3daysofdesign søger ressourcer til at afholde designtalks under festivalen, hvor prominente gæster inviteres til at dele innovative ideer om æstetik, produktion, bæredygtighed i designbranchen.

## Talent Katalysator

For at bidrage til udviklingen af dansk design vil 3daysofdesign iværksætte initiativer med fokus på nye designere og initiativer i designbranchen, som endnu ikke er økonomisk levedygtige.

## Markedsføring

For at 3daysofdesign skal blive bredt brugt af borgere og turister, kræver det også at festivalen er bredt kendt. Vi søger derfor om ressourcer til at kunne nå og tiltrække et mere mangfoldigt publikum.



# FORVENTEDE RESULTATER OG SUCCESKRITERIER

## **10.000 besøgende gæster**

Ved at investere i en brede markedsføring af eventen og i inkluderende aktiviteter, ønsker 3daysofdesign yltrække et mangfoldigt og alsidigt publikum. 3daysofdesign har til formål at belyse de mange designoplevelser, som København indeholder. Da interiør berører alles hjem, ønsker vi at tiltrække nye målgrupper udenfor designverdenen, ved at præsentere design og dets værdi igennem stærke udstillingskoncepter og nye samarbejdspartnere.

## **Større geografisk spredning (Nordvest Projektet)**

3daysofdesign iværksatte i 2019 en projekt for at belyse og stimulere det spirende designmiljø i Nordvest. I 2022 vil 15 lokale designaktører under et fælles koncept, lave udstillinger i området omkring Rentemestervej, der har fokus på interaktionen mellem området og virksomhederne.

## **Skubbe Bæredygtighed i Designbranchen**

Ved at fremhæve og belønne best-cases indenfor bæredygtige initiativer i designbranchen, er det 3daysofdesigns klare målsætning at aktivt deltage i udviklingen af bæredygtighed. I 2020 blev derfor blandt andet afholdt flere design talks henvendt til designbranchen, for at dele nye ideer og teknologi

## **Virtuel Platform**

For at imødekomme de udfordringer, som COVID-19 medbragte, udviklede 3daysofdesign den digitale platform, Virtual Stage. Her man har mulighed for at få del i de historier som bliver præsenterer under festivalen, samt design talks, videopræsentationer og podcasts hele året. Festivalens virke bredes derfor ud tidsmæssigt og i forhold til publikummet.

# DELTAGERE 2021

Som festival repræsenterer 3daysofdesign hundredevis af aktører fra den danske designscene. Festivalen er bygget på et demokratisk værdigrundlag, hvilket betyder at tilmeldingsgebyret justeres i forhold til omsætning for at kunne repræsentere alt fra branchen mindst nystartede aktører til de største og etablerede designfirmaer . Således er 3daysofdesign et årligt mødested for mennesker, virksomheder, ideer og en fælles kærlighed til design.

“

*”3 Days of Design har de seneste år manifesteret sig som en væsentlig designevent, men den var ekstra kærkommen i år, da langt de fleste af årets events ikke har kunnet gennemføres. Det var derfor en stor fornøjelse at opleve begejstring og entusiasme fra alle dele af branchen, og det var tydeligt, at alle brands har gjort sig umage”*

Marie Schmidt, CMO GUBI, 11 Sep 2020 365DESIGN

”

&Drape, &SHUFL, &Tradition, 101 Copenhagen, A. Petersen, Åben Group Limited, Abstracta Interiør & Lamnhult, Abstracta System Nordic ApS, Aiayu, alton&heim, Anker & Co, Anne Linde, Applicata, D Studio, Arne Aksel, Artemide, Astep, ATBO, August Sandgren, D Studio, Bent Hansen, Boffi, Bolia, Bolon, Brdr. Krüger, CAIA of Sweden, Carl Hansen & Søn, Chat Board, D Studio, Design Ambassaden, Designmuseum Danmark, Designskolen Kolding, Dinesen, DK3, DUX, Ebb & Flow, Eero Aarnio Originals, Embassy of Estonia, Embassy of France, Eva Solo, FDB Møbler, ferm LIVING, Fil de Fer, File Under Pop, Fiorini Trading, FLOS, Form & Refine, Frama, Samira Kudsk PR, Friends And Founders, Fritz Hansen, GETAMA, Green Furniture Concept, GUBI, Havwoods, HAY, Helle Mardahl, Hempels Kulturfond, HOLMRIS B8, House of Finn Juhl, iril, JÉRÔME VINTAGE, JORE Copenhagen, Jotun, Julie Brandt Collective, JUUL Furniture, Karakter Copenhagen, Kay Bojesen Aps, Kunstindustrien, Kvadrat, Kvist Industries, LE KLINT, Lifestyle & Design Cluster, Linie Design, Lintex, Literally, Louis Poulsen, Louise Roe Gallery, Lyfa, MADE BY HAND, Magasin Du Nord, Magnus Olesen, Malte Gormsen Collection, Martela, Massimo Copenhagen, Mater, MAZO, MENU, Million CPH, Mogens Hansen DENMARK, Montana Furniture, Motarasu, Mulgeo, Multiform, Muuto, Møbel Copenhagen, Møller & Rothe, New Works, Nicolaj Bo, NORDICMODERN, Normann Copenhagen, NORR11, Nuura, Occhio, Pandul, Paustian, Petersen Tegl, PH Furniture & Pianos, PLEASE WAIT to be SEATED, Raawii, Ro collection, Royal Auping, Royal Copenhagen, Rumas, Skt. Annæ Hotel, Sibast Furniture, Slettvoll, String Furniture AB, Søuld, TAKT, Tallinn Design House, The Audo, Tine K Home, TONI Copenhagen, TRIMM Copenhagen, Ukurant, UIMAGE, Vermland, Verpan, Vipp, Vitra, Warm Nordic, Wendelbo, Wonderful Copenhagen, YÖNOBI

# BUDGET

**Tilskudsmodtagers navn:** 3daysofdesign ApS

**CVR:** 34088861

**Festivalens/eventets navn:** 3daysofdesign Designfestival

**Projektperiode:**

Regnskabsår: 01.01.2022 - 31.12.2022

**Kommentarer/forbehold:**

1. Festivalen hovedindtægt, deltagergebyr, prioriteres til at skabe kommerciel værdi til de deltagende virksomheder. Der søges derfor yderligere ressourcer, som kan understøtte til festivalens kulturelle tiltag.

2. Informationscenteret og de designtalks, som 3daysofdesign arrangerer er rent ukommercielle tiltag, som festivalen har igangsat for at tilbyde flere kulturtilbud til 3daysofdesigns gæster.

3. Organisationen er grundlagt efter et not-for-profit koncept, hvorfor alt overskud investeres i forbedring og udvikling af festivalens virke, samt ukommercielle aktiviteter.

4. Det ovenstående budget er betinget af at indtjeningen, inklusiv ansøgt støtte, opnås. Der er derfor forbehold for at tiltag kan variere i forhold til indtjening; både ved at reducere eller opjustere kulturelle tiltag.

Indtægter	Budget	Kommentarer.
Tilskud fra Københavns Kommune	200.000	Ansøgt (For første gang)
Fundraising og sponsorater	150.000	Skal først ansøges for i efteråret 2021
Deltagerbetaling	3.200.000	
Øvrige indtægter, specificeret		
a) Presseture	400.000	
b) Arkitektture	400.000	
c) Digitale Tilkøb	200.000	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>4.750.000</b>	

Udgifter	Budget	Kommentarer
Løn og honorarer	2.038.812	
Konsulentudgifter og løsansatte	380.000	
Lokaleomkostninger	150.000	
Administrationsomkostninger	180.000	
IT Udgifter	170.000	
Digital Udvikling	200.000	
Ekstern rådgivning	160.000	
Salgsomkostninger	60.000	
VIP Tours	500.000	
Kommunikationsmateriale	320.000	
Annoncer	130.000	
Merchandise	30.000	
Informationscenter & Talks	100.000	
*Note 2		
Uforudsete udgifter	50.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>4.468.812</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>281.188</b>	
-----------------	----------------	--

Københavns Kommune  
Kultur- og Fritidsforvaltningen

## **Festivalpuljen**

[borgmesterenkff@kk.dk](mailto:borgmesterenkff@kk.dk)

Marie Ørsted

[maoers@kk.dk](mailto:maoers@kk.dk)

Hermed ansøges om et tilskud på 250.000 kr i Festivalpuljen til Frigjort Festival 2022 og enkelte mindre arrangementer i perioden 01.03.22-01.11.22.

*Hvis ikke det er muligt at imødekomme det fulde ansøgte beløb, vil vi stadig sætte stor pris på en mindre bevilling mhp. at øge sandsynligheden for at opnå støtte hos andre fonde.*

## **PROJEKTBEKRIVELSE**

Frigjort Festival er et nyt kapitel på den danske festivalscene. Festivalen startede som et samarbejde mellem Loppens frivillige og ildsjæle fra Det Gyldne Liv Festival i Kolding, og løb af stablen for første gang i 2019. Siden da er drømmene vokset, men festivalens værdier er fortsat de samme, hvor intentionen er at skabe en mangfoldig festival, der lægger vægt på inklusion, og hvor fællesskaber kan opstå og blomstre i samspillet mellem kunst og musik.

I kombinationen med mere etablerede navne vil Frigjort Festival tage chancer og satse på både nye talenter og bands indenfor mere eksperimenterende genrer og kunstarter, der står og mangler en platform, hvor de kan præsentere deres kunst. En række af koncerterne på festivalen vil finde sted i det fri uden entré, mens hovednavnene vil blive præsenteret inde på Loppen mod en forholdsvist billig entré. Det giver både de unge kunstnere muligheden for at give koncert eller præsentere deres kunst for et (nyt) publikum, og samtidigt også de kulturinteresserede en chance for at opleve en ny kunstner, de ikke har stiftet bekendtskab med endnu - og som ikke præsenteres på de mere kommercielle festivaler rundt om i landet.

Vi ønsker at tage talenterne på den danske musik- og kunstscene seriøst i en svær periode, og vil - foruden at fungere som katalysator for deres fremtidige karrierer - også sikre dem et rimeligt honorar. Frigjort Festival skal være bæredygtigt foretagende, hvorfor vi søger midler hos Københavns Kommunes Festivalpulje over tre år for at skabe det mest mangfoldige rum på den københavnske festivalscene - både kunstnerisk og menneskeligt.

## **FRIGJORT FESTIVAL I TAL**

Frigjort Festival er udskudt til d. 13.-14. august i 2021 grundet usikkerhed omkring COVID-19, men forventes fremadrettet at finde sted i juni måned. Derudover satser vi på at planlægge to-tre endagsarrangementer fordelt ud over året med promovning for øje.

- *Forventet antal deltagere pr. dag: 600 stk.*
- *Forventet antal betalende gæster: 300 stk.\**

\* Tallene afhænger af restriktioner ifm. COVID-19.

*Antallet af festivaldeltager forventes at stige støt i takt med udviklingen af Frigjort Festival.*

## **FRIVILLIGHED OG KOMPETENCEUDVIKLING**

Frigjort Festival er en unik mulighed for unge mennesker inden for musik, kunst, afvikling og frivillighed, hvor inklusionen af unge foregår på flere forskellige områder. Først og fremmest har Loppen en stor interesse i at indlemme unge mennesker i en stærk frivillig indsats inden for planlægning og afvikling af festivalen, hvilket sker i tæt samarbejde med de erfarne og professionelle ansatte på Loppen. De frivillige får hands-on erfaring og medbestemmelse i festivalens udformning, og får på den måde mulighed for at tilegne sig eller videreudvikle kompetencer, som de kan tage med videre inden for event- og musikbranchen. Her har vi kunnet glæde os over, at to af vores frivillige er blevet ansat i stillinger inden for kulturbranchen, siden festivalen blev lanceret for to år siden:

- *Niclas Bjerre Hawkesworth som kulturmedarbejder og afvikler i DIT:KBH*
- *Nanna Malene Ruus Jensen som frivilligkoordinator ved Operafestivalen*

I vores indsats for at inkludere unge fokuserer vi ligeledes også på diversitet i sammensætningen af unge frivillige, da ønsket er at have en balanceret fordeling af non-binære, kvinder og mænd, der medvirker i organisering og afvikling af festivalen.

*Vi forventer en tilknytning på omkring 50 frivillige til planlægning og afvikling af Frigjort Festival 2021.*

## **MANGFOLDIGHED OG INKLUSION**

Vi mener, at det er vigtigt med en stærk repræsentation af forskellige grupper af unge, hvilket skal styrke Frigjort Festival som en kulturoplevelse, primært kreeret af og for unge mennesker. Denne tilgang gennemsyner hele festivalen, og i sidste ende ønsker vi, at denne tilgang også smitter af og styrker tiltrækningskraften af en mangfoldig gruppe i sammensætningen af festivalens deltagere - og ligeledes i tilknytningen til Loppen fremadrettet.

Mangfoldighed er et absolut nøgleord for Frigjort Festival, og i de første to leveår har der været et centralt fokus på en ligelig kønsfordeling og en stor genrediversitet i festivalprogrammet. I 2020 blev festivalen tvunget til at nedskalere programmet gevaldigt grundet COVID-19, men lykkedes dog at præsentere i alt fire koncertaftener på Loppen med spirende talenter inden for et bredt spænd af genrer. Heraf havde fire af otte bands en kvindelig frontfigur; Kogekunst, KØS, Nejrup, MAG (SE), Himmelrum, FABER og Barbro. Tre af de fire koncertaftener gik udsolgt, og den sidste var der kun få billetter tilbage til.

Vi bestræber os på at opnå en ligelig kønsfordeling mellem de medvirkende musikere og kunstnere på festivalen, hvilket allerede kan ses i de første annoncerede navne.

*Sidste år fik Loppen bevilget 250.000 kr. af Tuborgfondet til at realisere Frigjort Festival i 2021. En bevilling, der har åbnet op for nye muligheder, og genskabt håbet om en festival i endnu et år med koloenorme udfordringer. Festivalen er netop annonceret og vil finde sted d. 13. og 14. august 2021. Der vil være fri entré til de kulturelle tilbud om eftermiddagen og i de tidlige aftentimer, der indtil videre byder på både paneldebatter, kunst og koncerter. Om aftenen trækker vi programmet ind på Loppen, hvor festivalens hovednavne vil optræde med lysinstallationen 'BARRIERA' som interaktiv scenografi.*

## PROJEKTETS RELEVANS FOR KØBENHAVN

Frigjort Festival er en oplagt mulighed for tage del i kulturoplevelser af høj kvalitet for folk i alle aldre - dog med et centralt fokus på unge. Med et festivalprogram, der byder på både gratis arrangementer og koncerter mod entré, ønsker vi at skabe et kulturelt tilbud, hvor alle kan deltage på den ene eller anden måde uagtet økonomisk formåen.

Vi er meget beærede over at have muligheden for at kunne lave festival på Christiania, hvor mange, både herboende og turister, i forvejen søger hen for at opleve kunst og kultur. Her kommer ønsket om diversitet i festivalprogrammet også i spil, da vi gerne vil skabe en festival, der netop kan repræsentere den mangfoldighed, som fristaden har været repræsentant for i så mange år.

Visionen for Frigjort Festival er:

- *at give opløftende og inspirerende kulturoplevelser til festivalgæster, både herboende og turister, med fokus på vækstlaget og af mere eksperimenterende art*
- *at skabe en platform, hvor unge talenter kan præsentere deres kunst og opbygge et publikum mhp. deres fremtidige karrierer*
- *at sikre kompetenceudvikling for festivalens frivillige og dermed højne deres chancer for at opnå jobs inden for kulturbranchen*
- *at understøtte nye kulturaktører gennem samarbejde på festivalen*
- *at skabe rollemodeller gennem et mangfoldigt festivalprogram*
- *at præsentere musik i unikke rammer*

## SAMARBEJDSPARTNERE OG TYPER AF SAMARBEJDE

For at styrke vores tilgang har vi valgt at samarbejde med andre organisationer og foreninger, der ligeledes har erfaring med at inkludere unge mennesker på tværs af køn og seksualitet i deres daglige arbejde inden for kultur, event og kunst, som f.eks. event- og lyskunstkollektivet, *Pleasure Control*.

Derudover har vi i år indgået et samarbejde med psykologvirksomheden, *Stem Sindet*, for at tilføje et nyt element på Frigjort Festival med fokus på musikeres trivsel. Til sidst har vi inviteret *Zilia Emma Colding Roikjær* ind som kurator for festivalens kunstprogram, som tidligere har lavet udstillinger i ungdomsforeningen, *uunit*, og derudover arbejdet selvstændigt i egen virksomhed - *Galleri Epoke*. Hun har desuden stået til rådighed som konsulent for at rådgive om unge og nye i kunsten.

Fremadrettet ønsker festivalen at indgå i endnu flere samarbejder, og har allerede været i dialog med organisationen, *Beats By Girlz*, der tilbyder undervisning, viden og netværk omkring lydteknik, elektronisk musikproduktion og komposition for piger, kvinder, trans- og ikke-binære personer.

## PLEASURE CONTROL

Pleasure Control er et kunst-, event- og produktionskollektiv med flere kompetencer, der understøtter og matcher Frigjort Festivals profil og tilgang. De afholder musikarrangementer inden for elektroniske nichegenrer, hvor der er en solid forankring af lyskunst og design undervejs i afviklingen. Dertil har de over årene bygget deres eget community op, hvor de involverer unge mennesker både som frivillige til deres arrangementer, men også som kreative kræfter bag deres lysdesigns.

Pleasure Control leverer også lys og scenekunst til koncerter og arrangementer, hvor live-oplevelsen bliver løftet til nye højder. Også her involveres en mangfoldig gruppe af mennesker præget af diversitet, på tværs af køn, seksualitet og nationalitet, til at udføre det tekniske arbejde bag scenen. På den måde har de over årene markeret sig som en organisation, som er dygtige til at engagere unge inden for event og kultur.

Til årets Frigjort Festival vil Pleasure Control omdanne Loppens scene til installationen, 'BARRIERA', som leger med tanken om en alternativ virkelighed - en virkelighed som er der, men ikke er der. Installationen er en sceneografi bestående af lasere og røg, der danner barrierer både bagved og ved siden af de optrædende musikere, så der skabes en form for illusion af et rum, der er der, men ikke kan mærkes.

I samspil med de forskellige acts vil installationen skabe en bevægelighed i scenografien, idet artisternes bevægelser på scenen påvirker røg, laser og projektioner - og dermed også barriererne. På den måde visualiseres kaos og harmoni samtidig.

*I 2022 fortsættes samarbejdet med Pleasure Control på Frigjort Festival.*



Her ses et eksempel på, hvordan 'BARRIERA' kommer til tage sig ud på Loppen under Frigjort Festival 2021. Billedet er taget fra hjemmesiden [www.laserpower.dk](http://www.laserpower.dk).

## STEM SINDET

Siden oktober sidste år har man sammen med psykolog Simon Gents kunnet dykket ned i de danske musikers trivsel i podcastserien, *Stem Sindet*, hvor han har haft besøg af kunstnere som Alex Vargas, Simon Ask (fra Katinka) og Mads Damsgaard (GOSS).

På årets Frigjort Festival vil Simon Gents gennem to paneldebatter forsøge at øge både hans egen og publikums indsigt i, hvad det vil sige at leve et liv som musiker i 2021. I den ene debat vil der blive taget en pulsmåling på musikbranchen anno 2021 med fokus på blandt aktuelle udfordringer og med ønske om at komme et skridt nærmere svaret på, hvordan fremtidens musikbranche kan og bør se ud?

I den anden debat vil spørgsmål omkring musikere og misbrug bliver debatteret med afsæt i den nyeste forskning med ønske om at komme bagom overfladen, ind i nuancerne og væk fra mere mytiske og stereotype forestillinger og fortællinger om misbrug og musikerliv.

*Begge debatter vil blive optaget til fremtidig brug til gavn for mange, der ikke deltager i festivalen, og intentionen er at præsentere lignende arrangementer til Frigjort Festival i 2022 og fremadrettet.*

## **UDVIKLING OG FORNYELSE**

Med støtten fra Tuborgfondet er ambitionerne for Frigjort Festival vokset, og drømmene har fået ny luft under vingerne. Det har bl.a. åbnet op for samarbejdet med Pleasure Control og Stem Sindet, og i de kommende år ønskes en større inddragelse af de mange herlige åndehuller på Christiania - f.eks. den gamle biograf, Byens Lys, og Christianias Jazzklub og Børneteater, som vi allerede er i dialog med. Det giver os muligheden for at udvikle nye tiltag og præsentere kunst og musik i en endnu flere forskellige rammer, og skabe den helt rigtige setting for den enkelte kunstner.

Støtten fra Tuborgfondet har også givet os mod på at skele til udlandet i 2021, hvor den Berlinbaserede singer-songwriter, Alice Phoebe Lou, giver sin første koncert på Frigjort Festival med det feministiske sideprojekt, Strongboi. På sigt ønsker vi at præsentere større koncerter i Den Grå Hal med mere etablerede kunstnere, der passer ind i festivalens profil.

I sidste ende ser vi Frigjort Festival som en mulighed for at samle Christiania - og værne om de positive værdier som fristaden har at byde på og dele dem med folk udefra.

## **FORMIDLING OG MARKEDSFØRING**

Da Frigjort Festival fortsat er et forholdsvis ubeskrevet blad i det københavnske festivallandskab, er det enormt vigtigt med en god formidling af festivalen. I 2020 opnåede Frigjort Festival flot omtale i flere musikmagasiner som GAFFA og Bands of Tomorrow, en koncertanbefaling i Soundvenue, samt rosede anmeldelser hos både Undertoner og svenske HYMN.se trods de nedskalerede omstændigheder.

*“Frigjort Festival skulle have fundet sted i disse dage, men er, som så meget andet, aflyst i år. Dog heldigvis ikke helt definitivt aflyst, for den er genopstået som en række intime koncertaftener. Festivalprogrammet lignede ellers et stærkt bud på musik, som den lyder, når rammerne sprænges og man selv definerer sin genre. Et dyk ned i musikalske excesser i grænselandet mellem improvisationsmusik, rock, jazz, og elektronisk musik.”*

- Jens Trapp, Undertoner



Vi lægger stor vægt på give festivalen et efterliv og med et billedgalleri, der tæller samtlige koncerter i festivalens første to leveår, kan vi både give publikum muligheden for at genleve den forgangne festival, og samtidigt vække interesse hos nye potentielle festivalgæster.

Der er i 2021 afsat godt 10.000 kr til markedsføring af festivalen, hvor størstedelen forventes at blive brugt på annoncering via vores sociale medieplatforme for netop at nå den ønskede målgruppe af unge under 30 år. Annonceringen vil blive suppleret af en organisk plan for markedsføring af festivalen, hvor vi også kan drage fordel af Loppens mange følgere på både Facebook og Instagram. Festivalens mål for 2021 er at opnå:

- *min. 1500 følgere på Facebook*
- *min. 500 følgere på Instagram*
- *min. 5 omtaler i diverse musikmagasiner og kulturmedier*

Frigjort Festival har også fået en ny visuel identitet i 2021 med et logo, der er blevet udviklet gennem et samarbejde med den unge illustrator og plakatmager, Malthe Knudsen.

For at sikre en fortsat tilknytning fra publikum uden for festivalens kerneaktivitet i juni, vil vi gerne præsentere enkelte endagsarrangementer fordelt henover året. Disse arrangementer vil ligeledes kunne anvendes i et markedsføringsperspektiv.

## **AFRUNDING**

Vi håber meget, I vil se positivt på vores ansøgning, da vi med de ansøgte støttemidler kan realisere vores ambitioner for Frigjort Festival og sikre en bæredygtig udvikling af festivalen.

Hvis det ønskes fra Københavns Kommunes Kultur- og Fritidsforvaltning, uddyber vi naturligvis gerne ovenstående ansøgning samt vores visioner for festivalen. Skulle der opstå spørgsmål, er I altid velkomne til at kontakte os.

Vedlagt i ansøgningen finder I programmet for Frigjort Festival 2021 med planlagte arrangementer og udvalgte koncerter for hhv. inden- og udendørsprogrammet.

Med venlig hilsen

FRIGJORT FESTIVAL  
Festivalkoordinatør Frederik Buur Rosbach  
Tlf. 60 52 46 35  
[frederik@loppen.dk](mailto:frederik@loppen.dk)

Musikforeningen Loppen  
CVR: 10303702





## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

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

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

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Musikforeningen Loppen
<b>CVR:</b> 10303702
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Frigjort Festival

<b>Projektperiode:</b> 01.03.22-01.11.22
--

Indtægter	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	250.000		
Øvrige tilskud, specificeret			
a) Tuborgfondet	50.000		Søges
b) Nordea-fonden (Lokalpuljen)	50.000		Søges
Honorarer			
Billetindtægter	90.000		
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Barindtægter	60.000		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>500.000</b>		

Udgifter	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Løn til administration og produktion	30.000	
Honorarer til kunstnere, musikere, debattører og andre medvirkende i festivalprogrammet	160.000	
Teknikerhonorarer	30.000	
Grafiker	15.000	
KODA	5.000	
Leje af udendørsscene, PA og lys, samt toilet- og barfaciliteter m.m.	150.000	

Dekoration	10.000	
Transportudgifter	24.000	
Hotellovernatning m.m.	10.000	
Catering til alle medvirkende (også frivillige)	20.000	
PR og markedsføring	15.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	1.000	
Repræsentation	10.000	
Revisionshonorar	10.000	
Uforudsete udgifter	10.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>500.000</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	
-----------------	----------	--

**Kommentarer/forbehold:**

Pro Bono:

- Frivilligtimer Frederik Buur Rosbach, anslået værdi, 75.000 kr.
- Musik Loppen stiller lokale, PA og lys til rådighed ifm. indendørsprogrammet, samt booking- og PR-personale til sparring med festivalarrangørerne.

*Vedr. Leje af udendørsscene, PA og lys, samt toilet- og barfaciliteter m.m.*

Det høje beløb afspejler både udgifter til realisering af vores visioner for festivalens hovedscene i samarbejde med lys- og eventkollektivet Pleasure Control, samt til leje af lys til udendørsscenen og opgradering af indeværende udstyr på andre lokationer.

# PROGRAM FOR FRIGJORT FESTIVAL 2021

Frigjort Festival finder sted d. 13.-14. august med et mangfoldigt program bestående både af gratis udendørsarrangementer og kunst på prærien foran Loppen. Om aftenen trækkes koncerterne indenfor på Loppen, hvor scenen under festivalen vil blive omdannet til lysinstallationen, 'BARRIERA', i samarbejde med event- og lyskunstkollektivet, *Pleasure Control*.

## UDVALGTE KONCERTER INDENFOR:

### TAN

er en dansk eurowave duo med svævende melodier og frække vokale indbydelser til at slippe sjælen fri og danse natten væk.

### STRONGBOI (DE/SA)

er et sideprojekt for den Berlin-baserede, sydafrikanske singer-songwriter, Alice Phoebe Lou, der kreerer popbangere gennemsyret af retro synths og kvindeligt empowerment.

## EVENTS UDENFOR:

### STEM SINDET

præsenterer to paneldebatter med psykolog, Simon Gents, der både tager pulsen på den danske musikbranche anno 2021, og forsøger at komme bagom overfladen og væk fra de mere mytiske og stereotype forestillinger og fortællinger om misbrug og musikerliv.

### CROQUIS TRIO

er baseret på ideen om en kombination af Croquis-tegning og fri musik, som får lov at udfolde sig på prærien foran Loppebygningen.

## UDVALGTE KONCERTER UDENFOR:

### JOSEFINE OPSAHL

forener sin klassiske musikalske baggrund med en nybrydende åbenhed til lyd, genre og udtryksformer til sit hovedinstrument celloen.

### BRIMHEIM (FO/DK)

har med sin stærke og inderlig vokal og mørke flygtige guitarer, naivt programmerede vundet hjerterne hos både musikelskere og anmeldere i det seneste år med rotation på bl.a. DR P6 BEAT.

## KUNSTVÆRKER UDENFOR:

### SALLY SANTANA & SØREN ARILDSEN

vil med supervision fra kurator Zilia Colding skabe et værk, der i sammenføring af to kunstneriske praksisser tager udgangspunkt i publikums tilstedevær.

De to kunstnere går hver især på deres respektive kunstakademi; Santana på Rithfelt i Amsterdam og Arildsen på Københavns Kongelige Kunstakademi.



med støtte fra:

**TUBØRG  
FONDET**

# Ansøgning

# Golden Days 2022-2024

Ansøger:  
Golden Days Sekretariat  
Nørregade 6,1  
1165 København K

Att. Direktør  
Svante Lindeburg  
svante@goldendays.dk  
Tlf. 3542 1432

CVR-nr. 32776191  
Fuldt momsregistreret

Golden  
Days  
6-22 sep  
1989

# DET NATURLIGE SAMLINGS- PUNKT

Golden Days præsenterer en bred vifte af fagligheder, oplevelser og inddragende formater, der inviterer borgere og besøgende til at deltage aktivt i byens kulturliv. Fra 2022-2024 vil festivalen skabe store oplevelser i byrummet, integrere idræt som fast festivaldisciplin, skabe en socialt bæredygtig festival og udvide festivalens aktivitetsperiode.

Den kulturhistoriske festival Golden Days er en institution i det københavnske kulturliv, der skaber stor værdi for både publikum og partnere. Festivalen er et naturligt mødested for kultur- og videbegærlige borgere på tværs af alder, demografi og interesser, der årligt inviteres til en festival med mere end 150 arrangementer på programmet. Arrangementerne skabes i samarbejde med over 100 partnere, og med sin netværkskarakter er festivalen en platform, hvor kulturinstitutioner og -aktører sammen står bag en festival, hvis samlede program overstiger, hvad aktørerne kan skabe på egen hånd.

Festivalens aftryk ses i nye tværfaglige samarbejder, der opstår mellem byens institutioner, i de spin off-formater som udvikles under og lever videre efter festivalen, i den effektive presseindsats, på det brede udvalg af unikke oplevelser i festivalprogrammet – og ikke mindst på den imponerende publikumstilfredshed og den solide opbakning fra både borgere og branche.

Golden Days udgør dermed et innovativt knudpunkt og en kreativ katalysator, der sætter nye standarder for, hvad det vil sige at være en moderne netværks- og festivalorganisation – både ift. kommunikation, konceptudvikling, fundraising, samarbejder og kommerciel udvikling – derfor bliver vi ofte en rådgivende sparringspartner for nye og faste samarbejdspartnere.

I 2022 afvikles Golden Days fra 2.-18. september. Festivalen sætter kvinder på dagsordenen, når vi under titlen QUEENS genlæser historien for at få kvindelige pionerer, trendsættere og ledestjerner frem i rampelyset. Festivalen byder på en unik kombination af moderne historiefortælling, nye perspektiver og originale oplevelsesformater, når vi lader forskellige former for queens få ordet i en nysgerrig, folkelig og ambitiøs festivalkontekst.

Det samlede publikumstal varierer årligt mellem 30.000 og 55.000 besøgende. Helt enestående var dette tal i

2019 knap 200.000, da festivalen omfattede en landsdækkende udstilling, mens tallet i 2020 var 24.500 grundet den nye corona-virkelighed.

## 2022-2024: Kulturhistorien skal længere ud

I dag suser verden afsted. Nogle gange kan det være svært at nå at opfange mere end en overskrift her og en kommentar der, og så kan verden let fremstå fragmenteret og uoverskuelig. Golden Days insisterer på fordybelse, refleksion og på, at vi bliver klogere i mødet med andre og det, der binder os sammen – vores kultur og historie. Derfor arbejder vi for at udvikle live-formater, der styrker interessen for kulturhistorien, og som skaber nye erkendelser om forholdet mellem fortiden og det samfund, vi lever i.

De kommende år arbejder vi med række udviklingsmål, der skal gøre festivalen mere synlig og tilgængelig – også for borgere, der normalt ikke er storforbrugere af byens kulturelle tilbud. Dette omfatter bl.a. en ambition om at producere større, folkelige arrangementer i byrummet, et mål om at gøre sport og bevægelse til en fast del af festivalen samt at øge vores fokus på diversitet og mangfoldighed i udviklingen af festivalerne.

Ved at støtte Golden Days Festival i 2022-2024 sikrer Københavns Kommune en festival, der skaber samarbejder på tværs af det kulturelle landskab i København, og som garanterer et naturligt samlingspunkt for kultur- og historieformidling i hele Hovedstadsregionen. Med afsæt i støtte fra kommunen tilvejebringer festivalen selv yderligere finansiering. Festivalens samlede budget ligger årligt mellem 3 og 4,9 mio. kr.

Ansøgning



# 2022: QUEENS – EN FESTIVAL OM KVINDER, KØN OG MAGT

Konger, grever, statsmænd, videnskabsmænd, sømænd, generaler og jyske knejte. Historien er fyldt med stærke, modige og visionære mænd. Men gennem historien har også kvinder indtaget tronen, svunget sværdet, brudt normerne og gået allerforrest. I anledning af regentjubilæet dedikerer Golden Days festivalen i 2022 til alle de markante kvindeskikkelser, der har sat et særligt aftryk på historien.

I 2022 har vi haft en kvinde på tronen i 50 år, og det er i grunden ganske særligt. Men kvindehistorien – den anden halvdel af historien om man vil – er ofte temmelig lavmælt og underbelyst. Men hvorfor er det svært at få øje på kvinderne i Danmarkshistorien? Fyldte det andet køn vitteligt ingen ting, eller er det os, der skal have fjernet splinten i øjet og mane kvinderne frem igen? Går vi glip af alt for meget skønhed, viden og foranderlighed, fordi vi for tit ser på kulturhistorien som en kønnet kanonliste i stedet for et sammensurium af stemmer, værker og bedrifter?

Golden Days skruer op for lyden, farverne og rampelyset, når festivalen hylder kvindelige pionerer inden for kunst, kultur, politik og videnskab – alle tænkelige former for queens. Fra Thorning til Thyra Danebod. Fra Trine Dyrholm til Thit Jensen. Fra Margrete I til Margrethe Vestager. Fra Else Marie Pade til Emma Gad. Fra Nathalie Zahle til Nielsine Nielsen. Fra Marie Grubbe til Susanne Brøgger. Fra Nina Bang til Grevinde Danner. Men også nattens dronninger, kattedronninger, drag queens, prom queens og dronningen af Saba.

Vi gør det ikke for at redigere eller annullere. Ikke for at underminere eller miskreditere, men for at tilføje fortællinger, der forhåbentlig kan gøre, at endnu flere kan spejle sig i fortiden. Vi giver kvinderne deres naturlige plads i historien – side om side med mændene, der hverken skal træde i baggrunden eller undervurderes. Vi vil dele rampelyset og lære nye nuancer af vores fælles fortid at kende, når vi præsenterer en parallel kanon med stort Q.

Dronningens Nytorv. Gammel Dronningevej. Dronningens Have. I 17 dage byder festivalen velkommen til Dronningens København, hvor et festivalprogram med mere end 150 arrangementer inviterer publikum med på en ny rejse ind i historien. Festivalen QUEENS kombinerer klassisk keredannelse med kritisk historielæsning og original kulturformidling. Festivalen genlæser historien og ser på både de kanoniserede og oversete dronninger i historien, i kunsten, i musikken, i sporten, i filosofien og i videnskaben – både dem med og uden krone på.



# TEMAER I 2023 OG 2024

Under skiftende tematikker udfolder Golden Days historiens iboende fascinationskraft gennem et program på mere end 150 arrangementer.

Det er endnu ikke endeligt besluttet, hvad der skal være de tematiske omdrejningspunkter for festivalerne i 2023 og 2024, men følgende to temaer er på festivalens shortlist.

## 20'erne

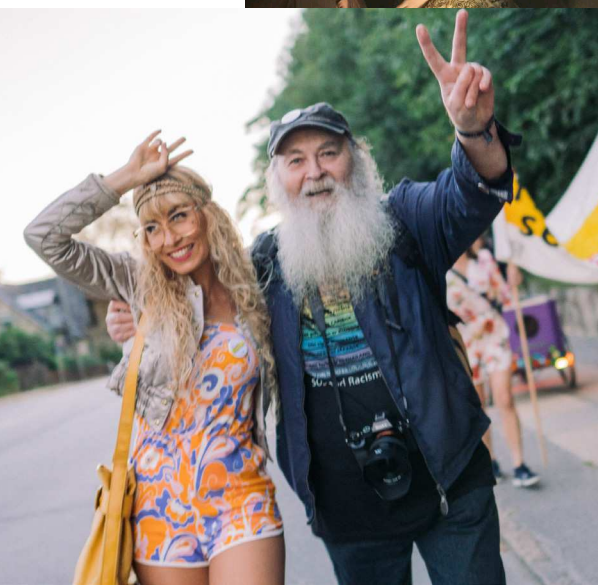
1920'erne er både et barskt og brølende – og på mange måder et kontrasternes – årti. Verden accelererer, industrielle nybrud flytter folk mod byerne, der pludselig står i skarp kontrast til landbrugets traditionelle værdier. Gamle værdistrukturer bryder sammen og genforhandles. Og mens nogle sorterer dem i kasser af ismer og ideologier, blomstrer kulturen og frisindet så insisterende, at det får stor betydning for eftertiden. Der bliver skruet op for lyden, følelserne og farverne. Spraglede Art Deco, hvid funkisarkitektur, Broby-Johansens ekspressive versaler, Svend Asmussen, der spiller jazz på Adlon og modernistiske, geometriske formeksperimenter. Det var 20'erne for 100 år siden, men hvad med parallelterne vil vores 20'ere? 2020'erne. Her dominerer kontrasterne også, mens vi længselsfuldt venter på frisættelsen, frisindet og et kulturelt forår, når pandemien endelig slipper grebet i verden.

## Revolution

Vive la révolution! Forandringer i samfund og systemer har gennem historien ofte været foranlediget af oprør, oppositionelle strømninger eller revolutioner. Bevægelser der bevirker et skifte i magtens strukturer eller de værdier, vi som mennesker navigerer efter og finder fællesskab omkring. Denne festival undersøger revolutionens væsen og dna, mens den samtidig ser vores historie gennem revolution som prisme og undersøger både de revolutioner, der bryder ned, og dem, der skaber fremskridt og udvikling – politiske og ideologiske revolutioner, men også de industrielle, teknologiske, digitale og ikke mindst klimarevolutionen.

## Advisory Board

Hvert år nedsætter vi på sekretariatet et fagligt advisory board i festivalens udviklingsfase. Advisory boardet bidrager med faglige perspektiver og indsigter – men det 5-6 mand store udvalg er i også med til at styre os i retning af blinde vinkler og udenom potentielle faldgrupper og klicheer. Advisory boardet udvælges af sekretariatet og en spredning ift. fagligheder og optikker vægtes højt.



*”Jeg ville ønske, at Golden Days kunne foregå flere gange om året. Vi samarbejder med mange, men vi kan se, at når vi er del af festivalens program, så får vi mange flere besøgende” - Ny Carlsberg Glyptotek*



# UDVIKLINGSMÅL 2022-2024

Med en planlægningshorisont på tre år bliver det muligt at øge ambitionsniveauet for Golden Days og arbejde med mere langsigtede udviklingsmål. Her udfoldes de strategiske målsætninger, festivalen vil arbejde med de kommende tre år.

## Store oplevelser i byens – og borgernes – rum

Til festivalen popper mere end 150 events op på byens kulturinstitutioner. Indholdet på museer, biblioteker og i de andre kulturhuse har en enorm værdi, men fremadrettet vil de blive suppleret med større arrangementer i byrummet. Vi vil øge tilstedeværelsen i byen for at dele kulturen og historien med så mange som muligt. Det kan fx være større offentlige arrangementer eller kunstneriske oplevelser i byrummet som produktsamarbejder med kunstnere. Vi har flere års erfaring med produktioner i stor skala. I 2017 stod vi bag Københavnerfejringen, der tiltrak 10.000 gæster til et gratis arrangement med koncerter, debatter og kagebord. I 2019 lavede vi en vandrestilling, der sendte et stykke af Berlinmuren på Danmarksturne. På fem måneder blev udstillingen oplevet af 125.000. Den nye form for større produktioner i byen bliver fremadrettet en fast del af festivalen.

I 2022 planlægger vi en kunstudstilling, hvor der på centrale placeringer opstilles midlertidige statuer af markante kvinder fra danmarkshistorien. Nogle sokler efterlades tomme, så borgerne kan være med til at beslutte, hvilke kvinder de ønsker repræsenteret i byrummet. Udstillingen udvikles i samarbejde med Kunsthal Charlottenborg, BIG og Ny Carlsbergfondet.

## Idræt som fast festivaldisciplin

De sidste to år har Golden Days eksperimenteret med mødet mellem kulturhistorie og idræt. Det har skabt nye formater samt kontaktflader til nye målgrupper og partnere. Vi ser en tendens til dette tværdisciplinære møde mange steder. Fx i kunsten og i kulturradikale mediers fornyede interesse for fodbold. Fra 2022 vil festivalen omfavne idræt som en disciplin på lige fod med de fagligheder, festivalen normalt arbejder med. Vi vil ophæve den traditionelle distinktion mellem 'krop' og 'hoved' (og ofte mellem folkelig og finkulturel), da det er vores overbevisning, at skellet er ganske kunstigt, og at der findes et væld af kulturelle indsigter i vores krops- og sportskultur. Hertil vil vi opdyrke et nyt netværk af partnere, der på sigt også skal betragte Golden Days som deres festival. Vi er allerede begyndt i det små og har pt. samarbejder med løbe- og atletikklubben Sparta, BK Skjold og sportsmediet Mediano.

## En socialt bæredygtig og mangfoldig festival

Det er vigtigt, at festivalens program afspejler det samfund, vi ønsker at præge. Derfor vil vi skabe arrangementer, der repræsenterer mangfoldighed ift. både køn, alder, etnicitet og demografi, så så mange som muligt kan genkende sig selv i festivalen. Vi har søsat en ny diversitetsindsats, der tager udgangspunkt i en nulpunktsanalyse for repræsentation blandt både medvirkende og deltagende, og som går på tværs af programindhold og kommunikation. Vi monitorerer løbende gennem optælling og metodisk synliggørelse. Analysen er et redskab til at opfange underrepræsentation og blindspots i festivalprogrammet. Vi arbejder ikke med kvoter, men har en systematisk og gennemgående bevidsthed ift. at skabe balance. Med indsatsen er det ønsket at gå forrest mod at øge den sociale inklusion og diversitet i festivalen. Vi agter at dele vores værktøjer og brugbare indsigter med resten af kulturbranchen, så vi på sigt får et mangfoldigt og inkluderende kulturliv i København.

## Kulturhistorie på skoleskemaet

De kommende år arbejder vi for at komme på skoleskemaet i udskoling og gymnasierne. Vi oplever tit, at undervisere henvender sig til os for materiale eller arrangementer i undervisningstiden. Derfor har festivalen indgået en dialog med Egmont ift. deres digitale undervisningsportaler. Her vil vi levere tekstmateriale og videoer om de forskellige temaer til mulige undervisningsforløb. Endvidere vil vi programlægge et udvalg af vores arrangementer i skoletiden, så de kan integreres i undervisningen. Denne indsats tilbydes i første omgang til undervisere i Københavns Kommune.

## Aktivering hele året

Golden Days sætter den fælles oplevelse i det fysiske rum højt. Men vi vil også skabe værdi uden for festivalperioden. Pt. udgiver festivalen hvert år en bog i samarbejde med Gads Forlag, hvor kompetente forfattere udfolder temaerne på aktualiserende vis. Produkter som disse er med til at skabe solid vidensformidling, der rækker ud over festivalens periode, og det er hensigten at skrive op for mængden af sådanne produkter. Det kan fx være podcasts, events og videoindhold, som publikum kan fortsætte udforskningen af kulturhistorien igennem.

Festivalen har fx skabt formatet 'Breaking Festival', hvor vi på under en uge udvikler et event, der markerer en skelsættende kulturhistorisk begivenhed.

### Kommercielle aktører og erhvervspartnerne

Det er et mål at styrke samarbejdet med kommercielle aktører og dansk erhvervsliv. Dels for at skabe en mere robust og økonomisk bæredygtig organisation, og dels for at blive en foregangsorganisation, der skaber strategiske og kreative alliancer på tværs af erhvervs- og kulturlivet. Vi har allerede samarbejder med fx Live Nation, Rosforth & Rosforth, Kontrapunkt, Café Europa, Apollo Bar, Saysky, Politikens Boghal, Gyldendal og Aarhus Universitetsforlag. Den styrkede økonomiske gearing, vi opnår gennem disse partnerskaber, vil desuden muliggøre, at arrangementsfrekvensen kan øges, så festivalen kan være aktuel ud over festivalperioden.

En treårig bevilling fra Københavns Kommune vil betyde:

### Længere planlægningshorisont

Pt. er det ikke muligt for os at planlægge større events i fremtiden eller booke større navne, da vi starter hvert år i nul ift. ressourcer og økonomi. En treårig bevilling ville betyde mindre økonomisk risiko og dermed øge mulighed for at udvikle aktiviteter over flere år. Det vil desuden åbne op for at lave større strategiske partnerskaber med fx Det Kongelige Teater eller Nationalmuseet, der ofte har fastlagt deres program flere år ud i fremtiden.

### Mere innovation

Med større økonomisk stabilitet følger mere innovation. En flerårig bevilling vil gøre det muligt for os at satse på og investere i nye formater uden at være dybt afhængige af, om de giver indtægt med det samme.

### Større økonomisk gearing

At kommunen støtter over flere år, motiverer også fondene til at støtte flerårigt. Pt. gearer vi festivalen med ca. en faktor 2, som kommer fra andre kilder. Man kan groft sagt sige, at størstedelen af midlerne fra kommunen går til drift, og fondenes midler går til aktiviteter. Hvis fondene ikke har garanti for, at driften er dækket, støtter de ikke mere end et enkelt år ad gangen.

### Større jobsikkerhed og færre løse projektansættelser

I dag går meget talent og viden ind og ud ad døren på festivalerne. De etårige bevillinger fra kommunen og fonde resulterer ofte i, at vi ser os nødsaget til at lave korttidsansættelser, hvilket er utilfredsstillende for både ledelse og ansatte. Med flerårige bevillinger ville det være muligt at fastansætte en større procentdel af vores medarbejdere og dermed skabe en mere stabil og tryk arbejdsplads.

### Generel professionalisering og konsolidering

Endelig vil bevillinger, der løber mere end et år, betyde en generel professionalisering og konsolidering af Golden Days. Hvis fokus ikke kun er på økonomisk sikring, kan ressourcer også bruges på udviklingen af organisation,

medarbejde, aktiviteter. I sidste ende gavner det hele økosystemet – både medarbejdere, borgere og samfundet.

### Succeskriterier 2022-2024

Golden Days skal tiltrække flere publikummer

- 50.000 gæster oplever festivalen i 2022
- 60.000 gæster oplever festivalen 2023 og 2024

Kunstneriske produktioner med lang planlægningshorisont (fx kommissionering af værker)

- Mindre pilotprojekt iværksættes i 2022
- En større kunstnerisk produktion i 2023 og 2024

Golden Days skal præsentere et mangfoldigt program

- Frem mod 2024 er målet, at fordelingen mellem mandlige og kvindelige talere og performere falder ind under normalfordelingen 60/40 (jf. Kvinfos anbefaling).
- Der tilstræbes en øget repræsentationsbalance i både arrangementer og formidling – i forhold til alder, demografi og minoritetsidentiteter.

Etablering af undervisningssamarbejde med fx Alinea/Praksis

- Over en treårig periode afprøves forskellige formidlingsformater
- Plaformen rummer et specifikt forløb i tråd med temaet i 2024

Publikum skal finde festivalen lærerig, inspirerende og anbefalelsesværdig

- Min. 75 % skal finde Golden Days inspirerende og lærerig
  - Min. 70 % skal blive inspireret til at opsøge mere viden
  - Min. 85 % skal ville anbefale venner og familie at deltage
- (Data hentes fra årlig publikumsevaluering foretaget af ekstern leverandør)

Partnerskaber blandt kulturelle og kommercielle aktører

- 2022: 100 samarbejdspartnere\*
  - 2023: 100 samarbejdspartnere\*
  - 2024: 120 samarbejdspartnere\*
- \*5 % skal være kommercielle/ikke-traditionelle kulturaktører, og 10 % skal være idrætspartnere

Medieomtale i lokale og landsdækkende medier

- 2022: 120 presseklip
- 2023: 140 presseklip
- 2024: 160 presseklip

Reach på sociale medier

- 2022: 500.000 personer
- 2023: 550.000 personer
- 2024: 600.000 personer

# VÆRDISKABELSE

Golden Days arbejder for at skabe bred og blivende værdi på tværs af kulturlivet og for byens borgere. Vi arbejder tværdisciplinært og sjældent alene; vores projekter skabes i netværk og partnerskaber med fokus på kollektiv nytænkning.

## Nytænkende indhold og nye indgange i historien

Golden Days skaber et nærværende, underholdende og horisontudvidende festivalprogram til et bredt publikum. Gennem nytænkende formater, der sætter kulturhistorien i spil på anderledes og overraskende måder, tilbyder vi publikum nye erkendelser om forholdet mellem fortid og nutid. Resultaterne fra de seneste års publikumsevalueringer foretaget af Thulstrup Research viser, at vi er godt på vej. Den generelle tilfredshed har de seneste år haft et højt og stabilt niveau. (I 2018 lå den på 8,7 ud af 10, i 2019 på 8,6 og i 2020 på 8,9). I 2020 medgav publikum desuden, at de havde oplevet events af høj kvalitet (gennemsnitligt 8,6 ud af 10), at pågældende arrangement gav dem ny viden (8,4 ud af 10), og at de blev inspireret til at lære mere (8,5 ud af 10). Disse positive tilbagemeldinger arbejder festivalen for at opretholde – bl.a. ved at gå i dialog med publikum gennem kvalitative analysemetoder.

## Partnere afprøver nye formater

Det er en central del af festivalens dna at være en form for testlaboratorie for oplevelsesformater, der overrasker publikum, kombinerer discipliner på nye måder og i sig selv udgør faglige og medrivende oplevelser. Dette er et af festivalens værditilbud til vores partnere, der ofte inspireres af de arrangementer, der udvikles til festivalen, og sidenhen arbejder videre med dem i eget regi. I Golden Days' partnerevaluering fra 2020 svarede 71,4 % af partnere, at de bruger festivalen til at eksperimentere med nye formater, og i sidste ende bidrager dette til institutionernes strategiske og kunstneriske udvikling.

## Sammen når vi nye målgrupper

Festivalen tilbyder kulturinstitutioner nye indgange til andre brugere end deres sædvanlige publikum. Gennem festivalens kommunikationsindsatser og det samlede program får indholdspartnerne adgang til brugergrupper, de ikke når ud til på egne platforme – ofte et yngre publikum. I 2020 var 55 % af festivalens publikum eksempelvis under 35 år. Samtidig arbejder festivalen på at tiltrække brugere, der nok har interesse for det historiske, men som ikke umiddelbart føler sig hjemme på museerne eller som ikke på forhånd er storforbrugere af kulturlivet. I den forbindelse sikrer festivalen økonomisk tilgængelige oplevelser. Mere end 50% af festivalprogrammet er gratis at deltage i, mens prisen på de andre events er 30-150 kr.

## Skaber møder på tværs af kulturområdet

Som central netværksorganisation i kulturlivet forbinder Golden Days aktører på tværs. I 2022-2024 vil festivalen opkvalificere netop denne egenskab gennem et workshopinitiativ, der skal styrke forbindelser på tværs af branchen og udmunde i en række tværfaglige, samproduktioner under festivalen. Indsatsen tager form som et workshopforløb med fokus på videndeling, netværk og samskabelse.

## Markant kommunikation og agendasættende PR

Vi har opbygget en stærk position inden for kommunikation, markedsføring og PR. Dette sikrer årligt en bred omtale af festivalen og dens samarbejdspartnere. I 2020 opnåede festivalens kampagner en samlet rækkevidde på 558.546 personer på sociale medier og mere end 110 presseklip. De samlede programaktiviteter for Golden Days 2022-2024 bliver understøttet af en markant kommunikations- og PR-kampagne, der gennem markedsføring i byrummet (fx plakater, strøgbannere, infostandere og video i busser) og redaktionelle omtaler skaber opmærksomhed om festivalen. Eksempelvis mænd, der ofte ikke går på museum, eller unge, hvis kulturforbrug ikke er højt, eller som kan opleve barrierer til de traditionelle institutioner.

*”Golden Days Festivalen giver os mulighed for at nå ud til andre målgrupper. Herudover er festivalens tilbagevendende ”benspænd” i form af temaer og greb en legeplads for os i forhold til at lege og eksperimentere med nye og andre formater.” – Arbejdermuseet 2020*

## Københavns Kommune ansøges om årligt at støtte Golden Days Festival med 1,7 mio. kr. i perioden 2022-2024.

Golden Days Festival har i 2022 et budget på 4.150.000 kr. Af dette beløb udgør bevillingerne fra Københavns Kommune den afgørende grundstøtte, der muliggør, at festivalen efterfølgende kan rejse de resterende midler via fonde, kommercielle samarbejdspartnere og sponser. Københavns Kommune ansøges om at støtte Golden Days Festival med kr. 1,7 mio. i 2022, hvilket er på niveau med den bevilling, som vi har fået fra 2018 og før. For at sikre størst mulig relevans og synergi med samarbejdspartnere, arbejder Golden Days Festival med en udviklingshorisont op til 1,5-2 år ved hver festival.

En flerårig bevilling fra Københavns Kommune ville muliggøre, at Golden Days Festival kan udvikle mere langsigtede, strategiske projekter og indsatser både i forhold til festivalen, men også i forbindelse med at etablere og udvikle solide og bæredygtige samarbejder med partnere og aktører i det københavnske kulturliv.

Budget og finansieringsplan findes sidst i ansøgningen.

### Festival i en corona-tid

Festivalen i 2020 blev udviklet, planlagt og afviklet med den globale corona-pandemi som bagtæppe. I løbet af festivalperioden blev der af regeringen indført nye retningslinjer og anbefalinger, der havde følger for kulturaktører og live-arrangementer. Derfor har Golden Days Sekretariatet gjort sig værdifulde erfaringer i forhold til at navigere som live-aktør i en tid med skiftende retningslinjer. Publikumsevaluering fra 2020 viser, at publikum følte sig trygge ved at deltage i festivalen. Adspurgt om tryk i forhold til corona angiver publikum i gennemsnit scoren 9,1 på en skala fra 1-10. Og adspurgt om den praktiske håndtering af arrangementet ift. corona var tilfredsstillende er gennemsnitscoren 9,2.

Golden Days er i udgangspunktet en "corona-venlig" festival. Festivalen består af mange arrangementer med begrænset publikumstal, fordelt over talrige venues, der arbejder under myndighedernes retningslinjer hver dag. Erfaringer som ovenstående gør, at Golden Days og vores samarbejdspartnere føler sig godt rustet til at planlægge og afvikle en festival i 2022 – også selvom den globale corona-epidemi stadig er en del af vores hverdag.



# BAGGRUND OG FORMÅL

Kulturhistorisk festival med bred appel og en unik blanding af klassisk dannelse og levende, underholdende og inddragende formidlingsoplevelser.

Under skiftende tematikker lader Golden Days historiens iboende fascinationskraft tale for sig selv og forbinder samtidig det øgede kendskab til historien med en nuanceret forståelse af samtiden og idérige perspektiver på fremtiden. Kulturhistorisk forskning og ny viden sættes i spil, når festivalen giver sig i kast med emner som 30-året for Murens fald, 70'erne, 1. Verdenskrig, Historiens B-sider, Ungdom eller Antikken.

Golden Days har eksisteret i over 25 år. Derfor trækker festivalen på årtiers erfaring i forhold til at udvikle festivaler, samtidig med at vi kontinuerligt skubber til grænserne for, hvordan man skaber nærværende kvalitetsindhold og kulturhistoriske oplevelser, der også peger fremad. Ambitionen med Golden Days er nemlig at styrke den almene interesse for kultur og historie hos et bredt udsnit af befolkningen.

## Samarbejdspartnere

Golden Days arbejder hvert år sammen med mellem 100 og 150 partnere. S sammensætningen af partnere varierer fra år til år afhængigt af ressourcer, snitflader og tematik. Af faste indholdspartnere på festivalen kan nævnes:

Absalon, Arbejdermuseet, AKB København, ATLAS Magazin, Bibliotekerne på Amager, Café Europa, Cinemateket, Copenhagen Pride, DAC, Det Kgl. Bibliotek, Det Kongelige Danske Musikkonservatorium, Det Kongelige Teater, Føljeton, Gads Forlag, Glyptoteket, Grand Teatret, Gyldendal, Kunsthall Charlottenborg, Københavns Hovedbibliotek, Københavns Museum, Københavns Universitet, Københavns Stadsarkiv, LitteraturHaus, Medicinsk Museion, Nationalmuseet, Nikolaj Kunsthall, Politikens Boghal, Rundetaarn, Sort/Hvid, SMK, Statens Naturhistoriske Museum, Thorvaldsens Museum, Ungdommens Folkemøde, VEGA og Vor Frue Kirke.

## Bæredygtighed, ligestilling og verdensmål

Vi stræber efter at medtænke bæredygtighed i forbindelse med festivalen. Det betyder bl.a., at vi anvender miljøcertificerede trykkerier til produktion af den årlige programavis for at imødekomme verdensmål nr. 12. Det kan være KLS PurePrint, der er 'cradle to cradle'-certificeret, da produktion af tryksager er festivalens største klimamæssige aftryk. Festivalens diversitetsindsats (beskrevet ovenfor) skal fremme ligestillingen mellem køn

og diverse sociale grupper, og læner sig dermed op ad ambitionerne bag det femte verdensmål. Golden Days er også under indflydelse af sekretariatets anden festival, Bloom – festival om natur og videnskab, hvor FN's verdensmål er helt centrale pejlemærker, når det kommer til både indhold og produktion.

## Golden Days Sekretariat

Golden Days Sekretariat er et af landets førende huse inden for konceptudvikling og formidling af kultur, historie og videnskab. Sekretariatet har mere end 25 års erfaring med kommunikation og festivaler/events, hvor komplicerede stofområder åbnes op og gøres relevante for et bredere publikum. Hovedproduktet er Golden Days Festival, og i 2017 lancerede sekretariatet desuden festivalen Bloom, der sætter fokus på natur og videnskab.

## Sekretariatets bestyrelse

Rasmus Øhlenschläger (Forperson, Udviklingsdirektør, Information), Signe Lopdrup (Næstforperson, Adm. Direktør, Roskilde Festival), Ulrik Langen (Professor i Historie, Københavns Universitet), Søren Riis (Lektor i Filosofi, Roskilde Universitet og stifter af GoMore) og Kirse Junge-Stevnsborg (direktør, Malmö Konstmuseum).



# BUDGET

Tilskudsmodtagers navn: Fonden Golden Days  
Festivalens navn: Golden Days Festival  
2022 – QUEENS  
Projektperiode: 1. oktober 2021 – 30. oktober 2022

## Indtægter

	Budget 2022	Budget 2021	
Tilskud fra Københavns Kommune	1.700.000	1.500.000	Bevilliget
<b>Kommunale tilskud</b>	<b>200.000</b>		
Frederiksberg Kommune		100.000	Bevilliget
<b>Statslige tilskud</b>	<b>100.000</b>		
Slots- og Kulturstyrelsen		100.000	Ansøgt
<b>Private fonde</b>	<b>2.025.000</b>		
Augustinus Fonden		300.000	Bevilliget
A.P.Møller Fonden		200.000	Bevilliget
Frederiksberg Fonden		150.000	Bevilliget
Beckett-Fonden		100.000	Bevilliget
William Demant Fonden		100.000	Bevilliget
Knud Højgaards Fond		75.000	Bevilliget
Dreyers Fond		100.000	Bevilliget
Carlsbergs Mindelegat		250.000	Bevilliget
Ernst Andersen og Tove Dobel Andersens		100.000	Bevilliget
Tuborgfondet		200.000	Ansøgt
Bestles Fond		125.000	Ansøgt
Wilhelm Bangs Fond		75.000	Ansøgt
Louis-Hansen Hansen		200.000	Ansøgt
Egenindtjening	125.000	95.000	
<b>Indtægter i alt</b>	<b>4.150.000</b>	<b>3.770.000</b>	

## Finansieringsplan for budget 2022

Københavns Kommune	1.700.000
Frederiksberg Kommune	200.000
Tuborgfondet	200.000
Frederiksberg Fonden	150.000
Nordea-fonden	100.000
Region Hovedstaden - Pulje til kulturfremme	500.000
Den Nordiske Ligestillingsfond	200.000
Louis-Hansen Fonden	100.000
Spar Nord Fonden	200.000
Augustinus Fonden	250.000
Knud Højgaards Fond	100.000
Beckett-Fonden	100.000
Øvrige private fonde	200.000
Egenindtjening	150.000
<b>Tilskud og egenindtjening i alt</b>	<b>4.150.000</b>

## Udgifter

	Budget 2022	Budget 2021
<b>Lønudgifter</b>		
Lønninger	2.150.000	2.150.000
<b>Lokaleudgifter</b>		
Husleje	156.000	156.000
El, vand og varme	22.000	22.000
Vedligeholdelse	24.000	24.000
Rengøring	24.000	24.000
Diverse	5.000	5.000
<b>Personaleudgifter</b>		
Transport og overnatning	5.000	5.000
Fortæring	10.000	10.000
Uddannelse	8.000	8.000
Øvrige personaleudg.	16.500	16.500
<b>Kontorholdsudgifter</b>		
Kontorartikler	5.500	5.500
Telefon, porto og fragt	22.000	22.000
IT-udgifter	55.000	55.000
Anskaffelser og vedligehold af inventar	11.000	11.000
Revision	16.500	16.500
Andre konsulenter (advokat mv.)	22.000	22.000
Abonnementer og kontingenter	8.000	8.000
Forsikringer	13.000	13.000
Diverse kontorhold	16.500	16.500
<b>I alt</b>	<b>2.590.000</b>	<b>2.590.000</b>
<b>Festival</b>		
<b>Udvikling og opstart</b>		<b>50.000</b>
Konceptudvikling	40.000	
Materialer	10.000	
<b>I alt</b>	<b>50.000</b>	<b>50.000</b>
<b>Formidling, programlægning og kuratering</b>		<b>400.000</b>
Programavis	120.000	
Programlægning og kuratering	135.000	
Produktion og afvikling	80.000	
Redaktør- og tekstarbejde (print og digitalt)	55.000	
Frivillige	10.000	
<b>I alt</b>	<b>400.000</b>	<b>400.000</b>
<b>Kommunikation og markedsføring</b>		<b>425.000</b>
Tekstarbejde	80.000	
Visuel kommunikation - identitet, web og layout	100.000	
Markedsføring, kampagne, outdoor, digitalt	210.000	
Film, dokumentation og kampagnefotos	40.000	
<b>I alt</b>	<b>430.000</b>	<b>425.000</b>
<b>Uforudsete udgifter</b>	<b>100.000</b>	<b>50.000</b>
<b>Fyrtårsaktiviteter 2021</b>		
Projekt: Åbningsarrangement på Statens Museums for Kunst		150.000
Projekt: Derfor løber jeg		60.000
Projekt: Mobiliseringskampagne		45.000
<b>Fyrtårsaktiviteter 2022</b>		
Projekt: Åbningsarrangement	150.000	
Projekt: Formidlings- og mobiliseringskampagne	50.000	
Projekt: Forening af kultur og idræt som fast festivaldisciplin	80.000	
Projekt: Kunstudstilling i byrummet (BIG, Charlottenborg Kunsthall m.fl.)	300.000	
<b>I alt</b>	<b>580.000</b>	<b>255.000</b>
<b>Udgifter i alt</b>	<b>4.150.000</b>	<b>3.770.000</b>
<b>Resultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Ansøgning:

Lisbeth Hermansen  
Martin Hermansen

[Hermansen.lisbeth@gmail.com](mailto:Hermansen.lisbeth@gmail.com) tlf. 26332634

CVR-nr. 33682964

Kunstforeningen hedder LIEBERTY og er en nonprofit frivillig kunstforening, uden religiøs eller politisk målsætning, der har til formål at lave utraditionelle kunstprojekter. Vi er ikke momsregistreret.

**Titel:**

**GUL FESTIVAL,**

en sports, kunst og kulturfestival.

(den gule farve som kreativteten og ånden, og lysets farve)

**Tid**

2 mdr. i København 2021

2022, 2023

**Sted:**

Overalt i København hvor kunstnerne og sportsfolkene ønsker at være

**Beskrivelse**

**Kunstnerne ønsker at udfordre sportens verden  
Og sportens verden udfordrer kunsten**

**Vi ønsker at genopfinde den gamle Olympiske ide med at forene sport og kunst, krop og sjæl.**

Vores samfund har udviklet sig på den måde, at vi er blevet mere og mere splittet som mennesker, og delt mere og mere op i forskellige kulturer, faggrupper, aldersgrupper, køn, erhvervsliv, interessegrupper og færdes mere og mere i vores egne ekkokamre, og lever ofte i parallelle livsforløb og livsverdner uden at møde hinanden.

Verden er blevet mere og mere opsplittet, og vi er blevet mere og mere løsrevet fra naturen og dermed også os selv, og vores egen kroppe. Nogen lever for meget i deres kroppe, og har kun fokus på kroppens ydeevne og udseende, og nogen lever helt uden for kroppen, og andre i ideernes verden, og som kunstnere.

Som udgangspunkt er alle inviteret med i festivallen. Alle sportsklubber, foreninger, institutioner, kunstskeoler, designskoler, teatre, foreninger kontaktes og vil blive inviteret til at deltage på de måder de nu selv ønsker det, og har ideer til.

Det første år ønsker vi at køre det som et pilotprojekt for at skubbe det i gang, og hvor der vil blive taget direkte henvendelse til kunstnere og sportsfolk med henblik på at etablere 5 sports-kunst-grupper, der hver skal bidrage med et projekt, event eller hvad de inspireres til i det offentlige rum.

Ambitionen er, at der skal arbejdes på at skabe en tradition for en årlig tilbagevendende begivenhed med en GUL – **sport - kunst og kultur festival**, Festivalen sætter fokus på både sport og kunst på en ny måde, og åbner op for et fyrværkeri af uventede og nyskabende projekter, der er med til at skabe netværker på tværs af kunst og sport og der får København til at lyse i gult, som symbol på foreningen af krop og sjæl.

### **Forventede deltagelse.**

Da 2021 vil vi gerne i opstarten lave det som et pilotprojekt. Det er i starten vigtigst at få skabt fundamentet og opbygget et netværk, og det er vigtigere at skabe projekter af høj kvalitet, så der bliver respekt omkring festivalen og tankerne bag.

I 2021 må vi forvente en deltagelse på 500 – 1500

Men de næste to år forventes antallet af medvirkende til at være meget højere.

Vi ønsker at skabe et fyrværkeri af kunstnerisk og sportslig udfoldelse, hvor den gamle olympiske ide, der bestod af både kunst og sport forsøges at genfindes og genopdages, men med en dansk samtidsvinkel på og i en bred forståelse af temaet.

Det er tårnhøje ambitioner om at lancere København som en forgangs by, for at skabe en hel ny festival koncept. Byen skal være forgangs by for en hel ny bevægelse, der har det hele, legende og eksperimenterende menneske som udgangspunkt, og der forsøger at skabe nye identiteter og betydelingsfelter og krydsfelter, hvor de kunstneriske discipliner sammen med den fysiske og sportslige udfoldelse skal afsøges og tænkes sammen og udfordres til glæde og inspiration for alle i byen der har lyst til at være med.

kodeord: fællesskaber, konkurrence, holdsport, præstationer, krop, poesi, æstetik, mode, kunst, netværk, kreativitet, viden, sociologi, idrætsteori, kunstpraksis, ny læring,

### Min baggrund for at lave projektet.

Kulturby 96 projekt med projektet Dalgas Underground, hvor jeg sammen med Cai U Platen var projektleder, derudover var jeg ide og konceptudvikler.

”Tårn til tårn” 2007 -2008 udstilling, som var et landstrikstudviklingsprojekt støttet af LAG, og der var 100 kunstnere med i projektet fra hele Vestjylland. Udstillingen var startprojektet til Bovbjerg Fyr, og blev flyttet til Rundetårnet. Min rolle var ide og konceptudvikler og kunstnerisk leder og kurator samt at give alle kunstnere indspark til deres karriere.

Ide og konceptudvikler for det første Social kulturelle projekt i Danmark i belastede boligområder, hvor der var involveret kunstnere. Projektet handlede om identitet og fællesskab. (C.U.D.I), samt i Lindevangskvarteret på Frederiksberg (1996 – 2004)

Jeg var den første der som kunstner arbejdede med landsbyudvikling i Danmark. Det var en opgave jeg havde fra Statens Kunstfond. Projektet hed ”kunstruten Bjergby Mygdal”. Jeg var kunstner og kurator og ide og konceptudvikler og landsbyudvikler. 2008 – 2009

I 2004 – 2021 Hygum Kunstmuseum, der har 100 samtidskunstnere med i museet. Jeg er grundlægger og ide og konceptudvikler samt kunstner og museumsleder i museet. Museet er



et helt nyt museums koncept i kunsthistorien, og er blevet støttet af alle kunstfaglige råd i Danmark.

2013 – 2021 Country Town i ” det vilde vesten”. Jeg købte halvdelen af en by i Vestjylland, og udråbte mig selv til sherif i byen og det er blevet meget eksponeret og er landskendt. Byen bliver hvert år besøgt af mange unge fra storbyerne fra hele Europa.

Besøg af 60 unge blaffere fra hele Europa i tre uger. Det blev en kæmpe succes. ( se også google Blaffere fra hele Europa og Country Town)

Min praksis har været ide og konceptudvikler, projektleder, kurator , kunstnerisk leder, museumsleder, kunstner, grundlægger, social entreprenant, projektmaker, lærer/underviser.

### Sportsmand: Martin Hermansen

Martin Hermansen er med som repræsentant for sportens verden, og han vil være med til at udvælge og udpege de to andre sportsfolk til styringsgruppen.

Martin Hermansen har mange års erfaring som projektmaker og eventmaker, og har en sportslig baggrund som professionel basketballspiller igennem flere årtier. Han er en kendt figur på den Københavnske basketball scene og i streetbasket miljøet, og har et enestående netværk i sportsverdenen.

Hen er social entreprenant og har arbejdet indenfor det social kulturelle felt og forstår på magisk vis at være kulturel og social inkluderende i sine sportsaktiviteter.

### Medlemskab: Lisbeth Hermansen

Akademiet for de skønne kunstnere

Medlem af BKF

Desuden er jeg uddannet folkeskolelærer med voksenuddannelse som videreuddannelse.

### Deltagere til festivalen.

Festivalen skal være åben for alle der har lyst til at være med .

DKS udvælger dog kun de projekter der har en særlig interesse og kvalitet, som kan blive en del af det officielle program. DKS udvælger kunstnere og sportsfolk til at være med i projektet og sammensætter grupperne. Grupperne mødes og finder selv på deres projekter, med mulighed for at bruge styringsgruppen som sparringspartnere.

DKS udarbejder en ide program som alle der har lyst til kan bruge.  
og konkurrence

Festivalen kommer til at bestå af selvstyrende og selvscenesættende enheder, der selv er helt ansvarlige for afholdelsen og udførelsen. Alle grupper eller enkeltpersoner der har lyst til at medvirke, skal selv stå for godkendelser og at alt foregår efter de gældende ordensreglementer. Alle sørger selv om medfinansiering hvis det er nødvendigt.

## Fremgangsmåde.

Der etableres en lille hovedbestyrelse der består af 5 personer, der skal fungere som en bestyrelse for en ny forening der skal oprettes hvis projektet bliver godtaget.

Lisbeth Hermansen og Martin Hermansen udpeger de fire andre medlemmer af styringsgruppen

### **Styregruppe:**

- Tre kunstnere
- Tre sportsfolk

### **Følgegruppen og bestyrelse**

- En repræsentant for skoler og ungdomsskoler
- En repræsentant fra en sportsorganisation
- En repræsentant fra Københavns kommune
- En repræsentant for kunstnerne (styregruppen)
- En repræsentant fra sportsfolkene (styregruppen)

Følgegruppen skal være fungere som sparringspartnere og rådgivere og bestyrelsesmedlemmer i den forening der vil blive oprettet umiddelbart efter projektets godkendelse.

Den kreative styregruppe skal afholde workshops, og finde personer indenfor sport og kunst, og forsøge at koble dem sammen i nye netværker og grupper der kan arbejde sammen og har lyst til at lave et projekt sammen. De nye gruppers projekter godkendes af styringsgruppen.

Bestyrelsen udpeger en projektleder, fundraiser og koordinator samt revisor.

Styringsgruppen står som kunstnerisk og sportslig leder og kurator.

Styringsgruppen er ansvarlig for at projektet bliver gennemført i overensstemmelse med projektbeskrivelsen.

Lisbeth Hermansen skal som ide og konceptudvikler af festivallen, godkende promovningen og alle visuelle udtryk der forbindes med konceptet. LH godkender også de ændringer der foretages med hensyn til selve konceptet, i hendes sted Martin Hermansen.

## GUL

Teamet er et helt frit og åben festival der ikke har baggrund i nogen bestemt religion, politik. Gul står som en ren farve og repræsenterer ikke noget ud over sig selv, det er lysets farve.

Der indkøbes to Christiania kassecykler og de males gule og skal være synlige i gadebilledet i forbindelse med projekternes afvikling.

De gule cykler kan lånes af projektholderne og af deltagerne i gul festival.

Placerig:

Alle offentlige steder og pladser kan i princippet blive brugt.

Beboerhuse, parker, gader, pladser, sportshaller, kunsthaller, gallerier

Der etableres 5 grupper der består af kunstnere og sportsfolk.

**Der afholdes mindst 5 events,**

**Der vil være 5 forskellige grupper med kunstnere og sportsfolk der er foreslået af styringsgruppen.**

**Ansøgning om penge til 1 år: Pilotprojekt**

**Varighed: to mdr. i København**

Første år er pilotprojekt, og der hvor fundamentet vil blive lagt for de næste to år.

Det første år vil der blive lagt vægt på organiseringen og at sprede budskabet.

Det første år vil der blive afholdt mindst 5 events

Efterfølgende vil projektet blive evalueret

København, den 15. marts 2021

Københavns Kommune  
Kultur- og Fritidsudvalget  
Rådhuset

## **Ansøgning om støtte til at gennemføre Historiske Dage 2022**

**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 2022, Øksnehallen 26.-27. marts 2022

### **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 på én gang faglig, underholdende og inspirerende ramme at opleve de mange måder, historien kan formidles og fortolkes på – samlet i én weekends historisk overflødhedshorn. 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.

Følgende jubilæer kan være med til at øge interessen for Københavns historie:

- Christian 4. inviterer velstående jødiske handelsfolk fra Amsterdam og Hamborg til at bosætte sig i København – 400 år
- Første professionelle teater på dansk på Den Danske Skueplads – 300 år
- Struensees fald og Caroline Mathildes udvisning – 250 år
- Slaget på Fælled – 150 år
- Den nordiske Industri- og Kunstudstilling i København – 150 år

### **Andre ansøgninger:**

Vi modtager i 2022 også støtte fra Augustinus Fonden og A.P. Møller Fonden.

**Ansøgt beløb:** 200.000 kr.

**Bilag:** Projektbeskrivelse og budget

# HISTORISKE DAGE 2022

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 er Københavns nye store historiefestival (afholdt første gang i 2015), som hvert forår samler 10.000 historieinteresserede af alle slags og de bedste hjemlige og internationale historieformidlere, som præsenterer historien på nye fascinerende måder. Fra fem 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 deltagere i 150 indsigtfulde, tankevækkende og farvestrålende events på scenerne, på gulvet og på pladsen foran Øksnehallen.

Historiske Dage 2022 afholdes i weekenden 26.- 27. marts 2022 i Øksnehallen i København.

Historiske Dage vil også i 2022 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 overflødhedshorn af måder at formidle historien og dyrke sin historiske interesse på og en fælles ramme for alle, der interesserer sig for historien, som på Historiske Dage har mulighed for at møde lige-sindede, 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. Samtidig vil vi dog typisk også have fokus på historiske begivenheder, der er særlig interesse for i kraft af et rundt årstal – i 2022 f.eks. 400-året for, at Christian 4. inviterer velstående jødiske handelsfolk fra Amsterdam og Hamborg til at bosætte sig i København, og 150-året for Slaget på Fælled og Den nordiske Industri- og Kunststudstilling i København.

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 vanlige 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
- Særlige sceneshow for børn
- Præsentation af historiske dokumentarudsendelser
- Salg af historiebøger, smykker, dragter og historiske varer
- Servering og prøvesmagning af historisk mad og drikke

## 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 vanlige 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 og producere indhold fra Historiske Dage. Dagbladet Politiken er vores anden mediepartner, som vi forventer at fortsætte samarbejdet med i 2022.

Historiske Dage bliver markedsført via et programmagasin, som bliver trykt i et oplag på 200.000 stk. og distribueret som dagbladsindstik og via biblioteker, kulturhuse, museer og boghandlere i Storkøbenhavn og på Sjælland. Storstilede outdoor-markedsføring i samarbejde med Københavns Kommune sikrer stor synlighed i byens strøggader og pladser med forventet omkring 150 banner-, infostander-, abibus- og plakatplaceringer. Online markedsføres Historiske Dage gennem hjemmeside, bannerannoncer og sociale medier og på print bl.a. gennem annoncering i dagblade og magasiner med fokus på historie.

Endelig vil udstillerne og eksterne samarbejdspartnere blive inddraget i markedsføringen, bl.a. ved at distribuere festivalmagasin, ophænge plakater og sælge billetter via egne salgskanaler. I 2022 forventer vi at have minimum 14.000 nyhedsbrevsabonnenter og 10.000 Facebook-følgere.

## IKKE-KOMMERCIEL KULTURBEGIVENHED

Historiske Dage 2022 arrangeres af Folkeuniversitetet i Emdrup. Folkeuniversitetet i Emdrup, Tuborgvej 164, er hjemmehørende i Københavns Kommune, hvor man på 14. 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 nonprofit organisation, 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.

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

- Historiker og forfatter, direktør Asser Amdisen, Skoleskibet Georg Stage
- Historiker og journalist Dorthe Chakravarty
- Områdeleder Allan Vestergaard, Rigsarkivet
- Formidlings- og kommunikationschef Mie Ellekilde, Museum Vestsjælland
- Museumsinspektør Jakob Seerup, Bornholms Museum
- Tv-producer og tidl. DR3-redaktør Julie Ralund, United Production

Historiske Dage vil i 2022 fortsætte samarbejdet med omkring 70 frivillige fra Copenhagen Volunteers og et tilsvarende antal studerende fra Saxo-Instituttet om afvikling af festivalen.

## SUCCESKRITERIER

1. Minimum 10.000 besøgende
2. Minimum 60 pct. besøgende deltager i over 3 timer
3. Minimum 80 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos besøgende
4. Minimum 70 udstillere med egen studeplads
5. Minimum 70 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos udstillere
6. Minimum 15 udstillingsstande på Øksnehallens forplads
7. Minimum 125 debatter, foredrag og events på fire scener

## MÅLGRUPPE

Historiske Dage henvender sig til den almindelige historieinteresserede dansker i bred forstand. Historiske Dage er for hele familien. Blandt udstillerne og på scenerne vil der være noget for alle aldre og særlige tilbud for børn.

## TIDSPLAN

Historiske Dage ligger i marts måned – i tilpas afstand af Golden Days i september.

- Forår 2021: Fundraising
- Forår 2021: Aftale med mediepartnere
- Forår 2021: Aftaler med udstillere
- Efterår 2021: Fortsat aftaler med udstillere
- Efterår 2021: Aftaler med oplægsholdere
- Efterår 2021: Programlægning og sidste aftaler på plads
- Efterår 2021: Start markedsføring og pr
- Januar-marts 2022: Markedsføring og pr intensiveres
- Marts 2022: Historiske Dage 2022 afholdes (26.-27. marts i Øksnehallen)
- Marts 2022: Evaluering af forløb og succeskriterier
- Forår 2023: Succesen gentages (Øksnehallen er booket 18.-19. marts 2023)

## ØKONOMI

Der er udarbejdet et budget, som balancerer ved indtægter på 2.700.000 kr.

Det samlede eksterne finansieringsbehov er 1.000.000 kr., som søges dækket via kommunal støtte på 200.000 kr. og støtte fra private fonde på 800.000 kr. Støtten vil gå til dækning af udgifter til oplægsholdere, markedsføringsaktiviteter, leje af udstillingssted og teknisk afvikling af festivalen.



# 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.*

<b>Tilskudsmodtagers navn: Folkeuniversitet i Aarhus, Emdrup og Herning</b>
<b>CVR: 69386512</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Historiske Dage 2022</b>

<b>Projektperiode:</b> 01.05.2021-30.04.2022.
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	200.000	200.000	Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) private fonde	800.000	700.000	Bevilliget
b)			
c)			
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	700.000	800.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) annonceindtægter, festivalmagasin	250.000	250.000	
b) salg af stande, udstillere	750.000	650.000	
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>2.700.000</b>	<b>2.600.000</b>	

<b>Udgifter</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b>
<i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>		(hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	650.000	650.000
Konsulentudgifter	150.000	150.000
Materialeudgifter	40.000	40.000
Transportudgifter	15.000	15.000
Opholdsudgifter	15.000	15.000
Fortæring, herunder møder	15.000	15.000
Diverse repræsentation	10.000	10.000
PR og markedsføring	950.000	950.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	30.000	30.000
Revisionshonorar	25.000	25.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Leje af Øksnehallen mv.	650.000	575.000
b) Mad mv. frivillige hjælpere	30.000	30.000
c) Honorar, optrædende mv.	75.000	75.000
d) Diverse	45.000	20.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>2.700.000</b>	<b>2.600.000</b>

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
-----------------	----------	----------

**Kommentarer/forbehold:**

## **Ansøgning om støtte til Københavns Jødiske Kulturfestival 2022-2024**

Jødisk Kulturfestival i København søger hermed Kultur- og Fritidsudvalget om en treårig bevilling for 2022-2024 på i alt 1.050.000 kr. Til festivalen 2022 søger vi om 450.000 kr.

Til festivalerne i 2023 og 2024 søger vi om 300.000 kr. pr. år.

Såfremt udvalget udelukkende vil støtte os i 2022, ønsker vi vores ansøgning taget i betragtning til det.

Der skal understreges, at vores ansøgning for 2022 er af en speciel karakter, da vi vil markere 400 året for ankomst af jøder til Danmark. Derfor er det beløb, vi søger, også højere end for 2023 og 2024.

### **Overordnet begrundelse for en treårig ansøgning:**

Jødisk kulturfestival er en veletableret festival med fokus på fornyelse, udvikling, kvalitet, at promovere unge talenter og at samarbejde på tværs af kulturgenerer. Det er vigtigt for vores festival at kunne tiltrække kunstnere af verdensklasse, hvilket kan kræve bookning flere år i forvejen.

Det vil være en næsten uvurderlig hjælp at modtage en treårig bevilling, da det vil give os helt andre arbejdsbetingelser og muligheder for at ny- og videreudvikle festivalen:

- Langsigtet og sammenhængende planlægning og mere fokus på at arbejde med indholdet.
- Bedre økonomisk stabilitet således at festivalen ikke skal have flere løse projektansættelser, hvor viden hvert år skal opbygges på
- Kontinuitet i samarbejde med spillesteder. Mulighed for ikke at skulle forhandle aftaler og priser forfra hvert år med risiko for afbestilling, da vi bl.a. skal være sikre på vores økonomi, inden vi kan bekræfte et arrangement og lokaleleje.
- Mere ro til at opbygge et bedre samarbejde med andre festivaler og sprede arrangementerne mere ud i tid og flere steder i København.
- Foruden Københavns Kommunes støtte er Jødisk Kulturfestival også støttet af ca. 5-10 private fonde hvert år. Det betyder, at vi hvert år igangsætter en målrettet fondsstrategi ift. vores finansieringsbehov og relevante danske og udenlandske fonde. Derfor ønsker vi at opnå en langsigtet støtte for at sikre øget likviditet og et stabilt økonomisk grundlag i forhold til yderligere fondsansøgninger fra tredjepart.

### **Specifikt om 2022**

Vi har endnu ikke påbegyndt detailplanlægningen af festivalerne 2023-2024, men 2022 er et helt specielt jubilæumsår i dansk-jødisk historie, hvor festivalen med en større række nye og nyskabende aktiviteter har det gennemgående jubilæumstema:

## **Jøder i Danmark i 400 år – historien om en vellykket integration**

Det er historien om en integration, som har sat dybe og tydelige fodaftryk på Danmark og specielt på københavnerkulturen, og i 2022 markerer vi 400 året for ankomsten af de første jøder til Danmark.

Jødisk Kulturfestival vil i den anledning styrke samarbejdet med andre festivaler som CPH Stage, CPH:DOX og KLANG Festival. Der vil blive indledt samarbejde med Danmarks Turistforening og Wonderful Copenhagen for at promotere København, idet etniske kulturfestivaler er blevet en del af oplevelsesturismen, og dermed er vi en relevant spiller til at tiltrække et internationalt publikum til København.

Arrangementer vil desuden planlægges i samarbejde med et bredt udsnit af jødiske foreninger og udvalgte københavnske institutioner, hvor københavnernes inddrages med både spændende og nyskabende optræden i bybilledet med fokus på både byens arkitektur, kunst og erhvervsliv, for at understrege, at jøderne er en integreret del af det københavnske liv.

Som noget nyt er festivalen udvidet med to nye aktiviteter i løbet af året:

1. Litteraturens Dag med fokus på litteratur, som relaterer sig til jødiske emner med deltagelse af forfattere.
2. Gallakonzert med danske og udenlandske musikere med deltagelse af specielle gæster fra det politiske og kulturelle liv i København.

Festivalens frivillige bestyrelse på 13 personer har påbegyndt forberedelser allerede i februar 2021 og fortsætter til selve festivalen i 2022.

Festivalen afsluttes med et evalueringsmøde efter endte aktiviteter.

### **Projektbeskrivelse - Hvor og hvornår finder projektet sted**

Jødisk Kulturfestival i København 2022 vil primært finde sted på forskellige lokationer i København fra den 5. til den 12. juni 2022 med synagogen og Det Jødiske Hus i Krystalgade som det primære omdrejningspunkt, men vi vil også som tidligere år være at finde på steder spredt i forskellige københavnske bydele bl.a. i sammenhæng med vores samarbejdspartnere - fx i Dansk-Jødisk Museum, Den Sorte Diamant, Københavns Hovedbibliotek, Cinemateket, Statens Museum for Kunst, Hirschsprungs Museum, Chabadhuset, Carolineskolen, Deborah Centret (det jødiske plejehjem i København) med flere, på flere rundvisninger i København til fods og på cykel og ikke mindst ved en kæmpefest for københavnernes, når vi åbner festivalen ved Rundetårns mure som vertikal dansescene med en førende dansegruppe fra Frankrig, hvor pladsen nedenfor bruges til at servere jødiske specialiteter fra forskellige dele af verden.

### **Formål med Jødisk Kulturfestival i København:**

#### **400 år i Danmark**

I 2022 fejrer Jødisk Kulturfestival 400 året for ankomsten af de første jøder fra Altona i Tyskland til Danmark efter invitation fra Christian 4. Hensigten var at de skulle være med til at genopbygge Danmark efter mange store krige og byggerier, som havde tømt statskassen.

Et af de væsentlige omdrejningspunkter og formål for Jødisk Kulturfestival i jubilæumsåret er at vise eksempler på, hvor integreret en del af Danmarks, og ikke mindst Københavns, historie, jøderne er. Ikke som en minoritet med en fremmed kultur og religion, som jøderne så absolut var i starten, men som københavnere, som har været med til at udvikle byen til det, den er i dag med store profiler

inden for alle samfundslag – også som iværksættere der startede store danske virksomheder som blandt andre Danske Bank, Tuborg, Berlingske og Sukkerfabrikkerne.

### **Jødisk kultur i København**

Jødisk Kulturfestival har siden den første kulturfestival i 2011 været en meget vigtig prioritet at invitere københavnere ”inden for murene” – for at give en unik oplevelse af jødisk kultur i Danmark og skabe dialog mellem københavnere og det jødiske samfund i København.

Formålet er desværre ikke blevet mindre relevant, siden terrorhandlingen i København i 2015, som har betydet, at Det Jødiske Samfunds bygninger i Krystalgade i det daglige bliver nødt til at være mere sikrede og lukkede for offentligheden. Derfor er det vigtigt for Det Jødiske Samfund og Jødisk Kulturfestival også igennem hele året at være så åbne og dialogskabende som overhovedet muligt.

### **Mangfoldighed og brobygning**

Vores vision er, at en jødisk kulturfestival skal vise mangfoldigheden i den jødiske kulturverden. På den måde kan vi udfordre fordomme og opretholde denne mangeårige sameksistens mellem det jødiske samfund og København.

Mangfoldigheden afspejles i, at vores kunstnere og gæster kommer fra Danmark og mange andre lande. Alle vores gæster repræsenterer den jødiske kultur på deres egen måde præget af deres lokale opvækst med forskellige historier, der har formet deres kunstneriske og intellektuelle profil. Alle aktører og medspillere har ét tema til fælles – den jødiske identitet i en historisk, nutidig og fremtidig kontekst. På den måde giver festivalen plads til danske klassiske musikere og jazzmusikere såsom Henrik Goldschmidt fra Det Kongelige Kapel og Benjamin Koppel – københavnere og verdenskendt, efterspurgt jazzsaxofonist. Festivalen får dermed vist de forskellige musikgenrer præget af jødisk kulturarv med kendte og genkendelige musikere og samtidig åbnet for nye dele af den jødiske musikalske verden.

### **Kvalitet og originalitet**

Jødisk Kulturfestival i København har et højt kunstnerisk niveau. Det afspejles på flere måder:

- Mangfoldigt program der omfatter musik, dans, scenekunst, workshops med fokus på aktivering af publikum, mad, foredrag, debat også med fokus på kunst, historie og identitet.
- Originalitet, som består i, at festivalen er en paraplybegivenhed inden for jødisk kulturarv i Danmark og omfatter mange genrer inden for musik, kunst, scenekunst, mad som identitet, kulturelle og historiske foredrag.
- Danske kunstnere som Henrik Goldschmidt, Benjamin og Anders Koppel, Pia og Ina-Miriam Rosenbaum bidrager regelmæssigt med deres repertoire.
- Den efterspurgte danske og internationale saxofonist Benjamin Koppel inviterer gæster med, der repræsenterer den kunstneriske elite inden for deres genre, fx Kenny Werner
- Internationalt anerkendte kunstnere har også optrådt på festivalen, fx Grammyvinder Frank London, der er kendt jazztrompetist, der også leder bands inden for etnisk og klezmer musik
- Festivalen får bred presseomtale sammenlignet med andre nichefestivaler, hvilket understreger det høje kunstneriske og niveau, og at festivalen hvert år fornyer sig
- Fordi festivalen dækker over en bred vifte af kulturelle events på et højt niveau, kan vi inddrage et bredt københavnsk publikum, der har interesse i den jødiske kultur og

identitet, minoritetskultur og dansk minoritetshistorie, som er med til at understrege, at København er en multikulturel og international by.

- Andre københavnske festivaler og kultursteder har igennem årene vist stigende interesse for et samarbejde med jødisk kulturfestival, fx CPH:DOX, KLANG Festival og CPH Stage

### **Dialog og debat på tværs af 20 lande**

Festivalen har også været platform for dialog og debat med aktuelle og relevante danske samt internationale debattører, forfattere og diplomater. Vi har gennem årene etableret samarbejde med næsten 20 ambassader, og deres repræsentanter hører med til festivalens faste publikum. Vores internationale samarbejde har hidtil involveret: Belgien, Bulgarien, Canada Frankrig, Israel, Italien, Japan, Litauen, Marokko, Moldova. Nederlandene, , Polen, Portugal, Rumænien, Rusland, Serbien, Slovakiet, Spanien, Sverige, Tjekkiet, Tyskland, Ungarn, USA og Østrig

Samtidig har Jødisk Kulturfestival været med til at gøre København til en kendt by blandt Europas jødiske kulturfestivaler og har gennem årene samarbejdet med andre førende jødiske festivaler i Europa og Nordamerika. Vores frivillige arbejde har gjort festivalen til en af de største i Europa. Det er et imponerende resultat taget i betragtning, at vi er et lille jødisk samfund i Danmark, og at alt arbejdet i 12 år har været skabt af frivillige.

### **Plads til frivilligt engagement**

Gennem festivalens aktiviteter ønsker vi også at støtte frivilligt engagement i kulturelle begivenheder i København og Danmark. Festivalens bestyrelse består af 13 frivillige med kompetencer inden for forskellige områder. Takket være denne gruppe er det lykkedes os siden 2011 at forberede og gennemføre festivalen med flere tusinde besøgende hvert år. Under selve festivalen hjælper 70-80 frivillige hvert år med selve afviklingen.

### **Relevans for Københavns Kommune**

Populariteten af den jødiske kulturfestival blandt københavnere viser, at der også er stor interesse for den jødiske kultur. Vores aktiviteter er velbesøgte og efterspurgt ikke kun af publikum med jødisk tilhørsforhold, men også af et bredt publikum med interesse i kvalitetsmusik, kunst, international etnisk musik, dansk-jødisk kulturarv og jødisk sameksistens i København.

Finansieringen fra Københavns Kommune har givet os mulighed for at tage mange nye initiativer og for at kvalitetssikre den kunstneriske oplevelse for københavnere. Støtten fra Københavns Kommune bidrager til, at vi fortsætter med at styrke den jødiske kultur i København. Set fra et nichefestivals perspektiv har vi formået at skabe et genkendeligt produkt blandt internationale bands inden for genrerne World Music og jødisk musik. Det kan vi dokumentere ved flere henvendelser fra kunstnere, bands, journalister og forskere med interesse i promovning af jødisk kulturarv i Danmark og Europa.

Nedenstående er udvalgte begivenheder og fakta omkring festivalen, som viser populariteten og betydningen for København:

- Festivalen oplever stigende antal gæster år for år, hvad gælder både København og Københavns omegn

- Ca. 20% af vores gæster er udenlandske turister, som besøger København, hvilket også er vigtigt for København som en by med ambitiøse mål for turisme væksten
- Med mange tusinde besøgende hører Københavns jødiske kulturfestival til Nordens største, hvilket gør København attraktivt i den internationale jødiske kulturverden, kunstnernetværk, hos relevante organisationer og for et nyt netværk af samarbejdspartnere
- Festivalen tiltrækker kendte internationale profiler inden for forskellige områder, fx Oliver Hart – nobelprismodtager i økonomi (USA, festival 2017), Uri Sheft – verdenskendt bager og konditor (Israel/USA, festival 2016), Frank London – elite jazztrompetist (New York, USA, festival 2015, 2017, vinder af Grammy), Francois Zimeray – Frankrigs tidligere ambassadør i Danmark (Frankrig, festival 2016) og flere andre.
- Hvert år etablerer festivalen samarbejde med diverse ambassader. I 2021 er det følgende landes ambassader, der bidrager til programmet eller støtter festivalen: Tyskland, Østrig, Rumænien, Sverige, Litauen, Ungarn, Polen, Belgien, Nederlandene, Israel, Tjekkiet og Marokko. Samarbejdet forventes at fortsætte fremover.
- Festivalen har tidligere år fået opmærksomhed fra både medlemmer af Københavns Borgerrepræsentation, flere borgmestre, ministre og folketingspolitikere samt repræsentanter fra det københavnske kulturliv.
- Festivalen har siden start været samlingssted for jødiske frivillige kulturforeninger, der er aktive i København. Vi vil forstærke vores mission med at engagere flere unge, og i 2021 er fx den jødiske ungdomsbevægelse, Jødisk Ungdom København, aktiv i festivalen, ligesom unge jøder holder foredrag om, hvad det vil sige at være ung dansk jøde.
- København er en verdenskendt kulinarisk by, og festivalen satser derfor også på at servere jødiske specialiteter som Street Food – her giver vi også først og fremmest plads til unge iværksættere fra restaurationsbranchen, der laver jødisk og mellemøstlig mad. Flere internationale kokke har også gæstet festivalen med workshops
- I 2018 lavede festivalen i samarbejde med Københavns Rådhus en udstilling: 'Dansk-Jødisk Kunst' – som blev besøgt af 13.000 gæster. Det var den første samlede udstilling af jødiske kunstnere i København i 110 år.

### **Foreløbigt program 2022**

#### **Musik**

- Benjamin Koppel - ny komposition i anledning af 400 året (DK) evt. også samarbejde om Vinterjazz
- Emil Goldschmidt og det danske klezmerband Mames Babegenush - nyt projekt i samarbejde med KLANG-Festival
- Henrik Goldschmidt – ny komposition
- Goldschmidts Musikakademi
- Avi Avital med Ksenija Sidorova og Itamar Doari - (Israel/Litauen)
- Frank London & Yaakov Lemmer
- Felix Shinder & Dengi Vpered (Ukraine) fusion af rap og klezmer
- Yamma Ensemble – musik fra Yemen med israelske musikere
- Hadar Maoz – musik fra Iran og Uzbekistan
- Mazel – dansk klezmer
- Poul Rosenbaum – klassisk pianist med unge talenter
- Kantorkoncert med udenlandske kantorer fra Israel og USA– i efteråret
- 

#### **Film, Teater og Dans**

- Vægdans med Isabelle Pencreach festivalåbning ved Rundetårn i samarbejde med Danmarks Turistforening og Københavns kommune <http://reveriedanseverticale.com/>

- Teaterforestilling i samarbejde med CPH Stage:
- Deborah Gzesh, Cabaret – (Østrig) – i samarbejde med CPH Stage
- Israelske folkedanse
- Aktuelle og historiske film i i samarbejde med CPH:DOX
- 

#### **Foredrag / samtaler**

- Tværreligiøst møde mellem overrabbiner Jair Melchior og biskop
- Nyt foredrag med kulturformidler Dennis Jacob Rosenfeld
- Dansk Jødisk Museum emne om 400 året under udarbejdelse
- Jøder i kunsten med kunsthistoriker og forfatter Miriam Gelfer Jørgensen
- Tal R – samtale om kunst
- Jøder i sportslivet i københavnske sportsklubber
- Hvor humlen ligger begravet – en integrationshistorie af Henrik og Lizette Ottensten)
- Tuborgs historie
- Jøder i journalistik
- Jødiske museer i Centraleuropa af ph.d. Katalin Deme
- Olga Tokarczuk, nobelprismodtager i litteratur, Polen
- Jødiske filosoffer af Jonathan Harvat phd. studerende i filosofi
- Historien om Wojciech Rychlewicz - polsk konsul i Istanbul som reddede mange jøder

Yderligere omkring 15 foredrag med emner relateret til 400 året – bl.a. inden for økonomi, erhverv, journalistik, litteratur, historie.

#### **Udstillinger**

- Statens museum for Kunst om jøder i kunsten eller jødiske kunstnere
- Hirschsprungs samling, samme tema som på Statens Museum for Kunst.
- Samarbejde med andre museer under udarbejdelse: fx Hofteatret, Nationalmuseet, Sølyst – Den Kongelige Skydebane (udstilling af skydeskiver fra de jødiske medlemmer gennem historien)
- Udstilling om jødisk indflydelse på dansk arkitektur, erhverv m.m. i samarbejde med Det Jødiske Samfund.

#### **Workshops / aktiv deltagelse mm flere steder i byen**

- Bordtennisturnering i Absalon kirken
- Israelske folkedanse
- Virtual Reality for unge I Kødbyen
- Interaktivt undervisningsprogram om jødisk historie i Danmark
- Demonstration af madvarer, jøderne har bragt med sig (se madtema)

#### **Rundvisninger i København**

- Guidede vandre- og cykelture om jødiske arkitekter
- Tur i det jødiske København som gps styret podcast
- Rundtur i Chabad huset

#### **Madtema**

- Demonstration af madvaner som jøder har bragt med sig.
- Historien om spændende madvarer og frugter samt krydderier som bl.a. jøderne fra Altona og det sydlige Tyskland medbragte til Danmark - fx kanel, mandler, jødekager, bagels osv. v/ Thorbjørn Scott Moy, Manager hos Arp Hansen groups.
- Madworkshops fra Lublin. Polen med Jødisk mad i Øst -og Centraleuropa



- Food truck med kokkene fra Det Jødiske Samfund ved vægdans på Rundetårn
- Præsentation af Dansk-Jødisk Museums nyudviklede historiske te, der genopliver historien om te og de jødiske handelshuse med udgangspunkt i det gamle brand MASAGAMA med fortællinger og smagsprøver

#### **Foreningsliv**

- Diverse selvstændige aktiviteter ved de forskellige jødiske foreninger som integreret del af festivalen

#### **I løbet af året:**

##### **Litteraturdag**

- Dansk jødiske forfattere gennem tiden – fx Henri Nathansens Indenfor murene og Georg Brandes.
- Fokus på nye bøger fx med Adam Holm eller Sally Altschuler.

##### **I støbeskeen:**

- Samarbejde med Judaistisk Samling på Det Kongelige Bibliotek
- Samarbejde med Københavns Hovedbibliotek om jødisk litteratur som emne

##### **Koncerter**

Jødisk nytårskoncert med førende kantorer/tenorer fra den jødiske verden i synagogen i samarbejde med Jewish Culture in Copenhagen.

##### **Formidling og markedsføring**

Festivalen er meget bevidst omkring en målrettet markedsføringsstrategi. I 2022 fortsætter vi samarbejdet med det professionelle kommunikationsbureau 'Have Kommunikation'. Deres opgave er at sikre formidling i landsdækkende presse og lokal presse samt TV. Pressematerialet omfatter interviews og artikler.

Derudover har vi en gruppe frivillige personer, der tager sig af følgende opgaver:

- Hjemmeside jkfestival.dk (tekster, visualisering, synlighed)
- Programmets layout
- Annoncesalg til programmet
- Sociale medier: Facebook, Instagram (1.800 følgere på Facebook)
- Nyhedsbrev
- Promovering via Det Jødiske Samfunds hjemmeside og medlemsblad
- Promovering via over 30 jødiske foreningers hjemmesider
- Koordinering af promoveringsarbejde med kunstnere, ambassader og festivalens samarbejdspartnere
- Print af foldere og distribution til biblioteker, kulturcentre osv.
- Billetsalg via Politiken Plus, Billeynet og mindre distributører

##### **Jødisk Kulturfestival har følgende mål og succeskriterier for de kommende tre år:**

- at gennemføre en uges program med musik, debat, historie, film og mad samt litteraturdag og gallakoncert
- at fastholde et højt besøgstal,

- at involvere et ungt publikum og unge frivillige.
- at fortsætte med at bidrage til World Music scenen i København ved at arrangere minimum syv-otte koncerter, som er repræsentative for mindst tre genrer inden for jødisk musik og dens kombinationer med andre genrer (østeuropæisk klezmer, sydeuropæisk sefardisk, mellemøstlig, klassisk, jazz, dans)
- at fortsætte samarbejdet omkring fremtidens jødiske kulturliv i Europa ved at bruge Københavns succesfulde eksempel de sidste 12 år og dele erfaringer med andre jødiske kulturfestivaler og nichefestivaler

### **Bæredygtighed og Verdensmål:**

Vi arbejder i Jødisk Kulturfestival på at være bevidste om at efterleve FN's Verdensmål på de parametre, vi falder ind under.

Primært ønsker vi at bruge bæredygtige løsninger i forhold til ansvarligt forbrug – punkt 12 i Verdensmålene. Både i forhold til at minimere plasticaffald - fx ved at benytte pant på glas og flasker - og at bruge økologisk mad og drikke, hvor det er muligt. Vi arbejder derfor på at benytte os af de mest bæredygtige partnere, som til daglig arbejder med at optimere bæredygtige løsninger, som fx Carlsberg, som arbejder med grønne valg.

Vi mener også, at en festival som vores kan gøre en forskel i forhold til Verdensmål nr. 16, som handler om fred, retfærdighed og stærke institutioner. Målet handler om at støtte fredelige og inkluderende samfund, give alle adgang til retssikkerhed og opbygge effektive, ansvarlige og inddragende institutioner på alle niveauer.

Som minoritet, der historisk har været forfulgt og været nægtet borger- og menneskerettigheder, ligger det os stærkt på sinde at arbejde for samarbejde, åbenhed og oplysning, fordi det fremmer forståelse mellem mennesker. Den opstår både ved at opleve hinanden som individer og dele oplevelser, men også om viden gennem interessante og oplysende foredrag om historie, samfundsforhold mm. fra både danske og internationale navne – bl.a. gennem vores samarbejde med en lang række ambassader.

### **Projektets organisering**

Jødisk Kulturfestival har en frivillig styregruppe, som afholder månedlige strategimøder. Der udarbejdes en strategi og aktivitetsplan for alle 13 medlemmer, som består af syv kvinder og seks mænd, for at udnytte deres vidt forskellige kompetencer, netværk og kendskab til de enkelte emner. Samtidig udfører vi arbejdet i forhold til at søge fonde, sponsorer og stå for og skabe relation til samarbejdspartnere.

Det Jødiske Samfund i Danmark er paraplyorganisationen med et egetbidrag på 85.000 kr. og yder et kvalificeret bidrag i form af strategiudtænking, bogholderi og administration samt mødefaciliteter for bestyrelsens arbejde.

### **Kvalificeret og erfaren ledelse**

Lederen for festivalen er Jacob Zylber, der er en kvalificeret og erfaren erhvervsprofil med særlig interesse i kulturelle arrangementer og organisering af store events for Københavns publikum. Jacob har været festivalleder siden 2011 og har med succes gennemført ti jødiske kulturfestivaler i København og omegn. Derudover har Jacob været medlem af bestyrelsen for Jewish Culture in Copenhagen siden 2005, og med denne organisation har han arrangeret gennemsnitlig to koncerter

årligt med et deltagerantal på 500-800 gæster samt en række events med danske og internationale kunstnere, samfundsdebattører, forfattere, forskere m.fl. Jacob har mange års erfaring fra erhvervslivet og et stort netværk blandt kulturpersoner, kunstnere og diplomater i Danmark og internationalt.

## 8. Kontaktoplysninger

Det Jødiske Samfund i Danmark

Krystalgade 12, 1172 KBH K

CVR-nr. 18227916

Festivalleder: Jacob Zylber - Tlf. 40549360 jz@jckfestival.dk

Fondsansvarlig : Justyn Salamon js@jckfestival.dk

Festivalkoordinatør: Lizette Ottensten lo@jckfestival.dk

*Det Jødiske Samfund i Danmark er ikke fuldt momsregistreret*

## BUDGET

<b>Tilskudsmodtagers navn: Jødisk Kulturfestival v/ Det Jødiske Samfund i Danmark</b>
<b>CVR: 18227916</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Jødisk Kulturfestival i København 2022</b>

<b>Projektperiode: 1.3.2022 til 30.6 2022</b> <i>Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.</i>
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	450000	250000	100.000 bevilget
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )	487000	352000	
a)Fonde	397000	242000	Skal først søges i løbet af 2021
b)sponsorer	75000	100000	Skal først søges i løbet af 2021
c)ambassader	15000	10000	Skal først søges i løbet af 2021
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	120000	80000	Iht budget
Øvrige indtægter, specificeret			
a) annoncesalg	30000	25000	Skal først søges i løbet af 2021
b) salg af drikkevarer	20000	25000	IHT budget
c) Det Jødiske Samfunds underskudsgaranti	85000	17000	garanti
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>1192000</b>	<b>900000</b>	

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	553000	391000
Konsulentudgifter	20000	50000
Materialeudgifter	35000	50000
Transportudgifter	111000	70000
Opholdsudgifter	78000	30000
Fortæring, herunder møder	37500	25000
Diverse repræsentation	22000	20000
PR og markedsføring	55000	60000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	0	0
Revisionshonorar	0	0
Øvrige udgifter, specificeret		
a)arrangements udgifter(faciliteter/rengøring o.o)	187050	120000
b)instrumentleje og leje af koncert lokaler+teknik	85000	80000
c)Koda	8000	4500
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>1191550</b>	<b>900500</b>

<b>RESULTAT</b>	<b>-450</b>	<b>-500</b>
-----------------	-------------	-------------

Jødisk Kulturfestival har tidligere modtaget støtte fra Kultur- og Fritidsforvaltningen i Københavns Kommune i følgende år:

Jødisk Kulturfestival 2015-2018 og 2020-2021: 100.000 kr. årligt  
 Jødisk Kulturfestival 2019: 140.000 kr.

# *Kurs Festival 2021*

*– pilot for en ægte  
ung festival*


# OM OS

Kurs Festival 2022 er en festival på Ungdomsøen skabt af, for og med unge mellem 18-30 år. Festivalen skal give danske unge et ungefællesskab, der arbejder for at skabe platform for andre unge, særligt i det kreative vækstlag inden for musik og kunst. Programmet byder på musik, kunst og talks og skal være et sted, hvor der i praksis opereres ud fra værdierne inklusion, kreativitet og fællesskab. Kurs Festival vil gerne skabe et kreativt åndehul og fællesskab for unge, hvor der er mulighed for at engagere og udfolde sig i medskabelsen af et ægte ungt festivalformat, hvor åbenhed overfor forskellighed og ansvar for mangfoldigheden giver unge nye måder at opleve kunst og kultur.



## FORMÅL

- 1** At give mulighed for at unge kan engagere sig frivilligt og få hands-on erfaring med kulturarbejde .
- 2** At skabe plads til at eksperimentere og udvikle nye formater for kunst- og kulturoplevelser.
- 3** At være platform for så mange unge som muligt fra det kreative vækstlag inden for kunst og musik.



# UNGE KØBENHAVNERE HAR BRUG FOR ENDNU FLERE MENINGSFULDE FÆLLESSKABER!

Ét sted, hvor det er muligt at samle forskellige kunstformer, genrer og typer af fællesskaber omkring både store og små dagsordener, er festivalen. Festivalen giver mulighed for at unge kan engagere sig frivilligt med mange forskellige aspekter af kulturarbejde, og netop derfor er der brug for ægte unge festivaler, der er udviklet og ledet af unge. Derfor er en gruppe engagerede frivillige gået sammen om at udvikle Kurs Festival; en festival ledet af unge, som bidrager til Københavns Kommune med noget kant og giver storbyens unge mulighed for at være medskabere på byens identitet og kulturelle liv. Det giver mulighed for at holde rum for unge i kreative vækstlag og for unge af forskellige miljøer at forenes i arbejdet omkring de større linjer i samfundet som bæredygtighed, ligestilling, demokrati og integration gennem kunst og kultur. Kurs Festival skabes i 2022 af omkring 50 frivillige unge og inviterer det første år 300 unge til festival til en billetpris på kun 100 kr. for at sikre så gode vilkår for unges deltagelse som muligt. Det vil være muligt at tilkøbe en madbillet med seks økologiske og grønne måltider for 500 kr. Der er rig mulighed for, at deltagerantallet kan sættes op, idet Ungdomsøen kan huse op mod 4000 gæster på øen ad gangen.

Unge Københavnerne har i dag, mere end nogensinde før, brug for meningsfulde unge fællesskaber på tværs af køn, kulturer, og uddannelse; fællesskaber, hvor forskelligheder mødes. Unge i dag har brug for kreative åndehuller, hvor pladsen til at eksperimentere er central, og hvor muligheden for udvikling og medskabelse er på dagsordenen. Rammerne for at unge kan give platform til hinandens kunst og kulturer, kan i vores øjne optimeres, og være mere eksperimenterende, og derfor har vi et stort engagement for at skabe et sted udelukkende med det formål.



## EN FESTIVAL AF OG FOR UNGE

# KURS FESTIVAL HISTORIEN

Seks unge samledes på Ungdomsøen omkring visionen om en ægte ung festival. Ambitionerne blev drevet frem af et ønske om at give flere unge erfaring med kulturarbejde og udvide begreber som kunst og kultur baseret på de nye oplevelsesformater øens grønne omgivelser inviterer til.

**2019**

**2021**

I 2021 har vi fået bevilget **40.000 kr. fra Tuborgfondets Drømmepulje** til at afholde Kurs Festival 2021, som er en endagsfestival, hvor formater og frivillighed bliver testet af til 2022. Arrangementet løber af stablen på Ungdomsøen d. 14. august

**2022**

I 2022 løber Kurs Festival, med økonomisk hjælp fra Københavns Kommune, af stablen d. 10.-12. juni

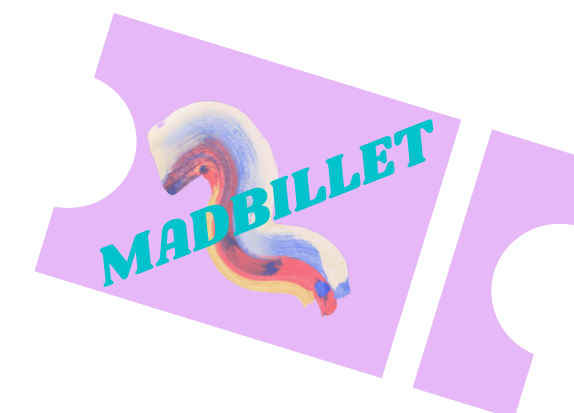
**2020** For at realisere visionen stiftede vi Foreningen Kurs, der i dag består af omkring 20 engagerede frivillige. Det frivillige engagement er det, der sætter kursen for arbejdet med festivalen. Det er drømmen, at Kurs Festival skal blive en fast tilbagevendende begivenhed med tusindvis af deltagende.

**2021** Yderligere ansøger vi om at deltage på **Kulturhavn Festival 2021**, hvor vi sætter en koncert op med havet og Ungdomsøen som baggrund for at tage Kurs Festival ind til fastlandet, gøre os bekendte med byens unge og bidrage til kommunens kulturelle initiativer



# EN GRØN INDSTILLING

Et centralt tema i arbejdet med Kurs Festival og med at skabe en retning for nye ungefællesskaber er en grøn indstilling. Kurs Festival arbejder med bæredygtighed ud fra et mål om at skabe ansvarsbevidsthed blandt unge, inspirere til personlige grønne tiltag, samt præsentere dem for workshops af folkeoplysende karakter. Overordnet for udviklingen af diverse aktiviteter er et løbende fokus på bæredygtighed, som for nuværende særligt udmønter sig i måden, hvorpå vi håndterer bespisningen af vores gæster som en central aktivitet i et fællesspisningsformat. Det vil i 2022 være muligt at købe en **madbillet** med seks inkluderede måltider og dermed bespisning under hele festivalen. Med et kendt antal bespisninger, samt et fokuseret partnerskab med **grønne madleverandører**, vil vi bestræbe os på så lille en madspildsprocent som muligt. Derudover er vi i skrivende stund i gang med at udvikle på ideen om, hvorvidt det vil være logistisk muligt fuldstændig at **undgå engangsservice** og dermed udvikle en ordning, hvor man har et personligt krus, som benyttes hen over festivalen. Ved dette vil vi forsøge at mindske brugen af plast og dermed også produktionen af skrald. Med fokus på forskellige grønne tiltag, forsøger Kurs Festival at bidrage til at opfylde de mål, som Københavns Kommune har sat sig. Dette gælder både for en stor del af **FNs Verdensmål**, samt for kommunens ambitiøse mål om at blive verdens første CO2-neutrale hovedstad i 2025.





# AKTIVITETER

## TALKS

Kurs Festival ønsker med et musikprogram at udfordre den mainstream musik- og koncertkultur, samt åbne scenen op for unge på tværs af køn, genre og alder inden for ungdomskulturen. Vi ønsker med vores musikprogram at sætte en dagsorden for en større mangfoldighed og ligestilling i organisation såvel som program, samt motivere fællesskaber omkring en bredere forståelse af, hvad musik kan være. Pilotprogrammet tager derfor udgangspunkt i en bred repræsentation og indbefatter bl.a.:

- En lydvandring i fortets tunneller som et samarbejde mellem en ambient artist og en installationskunstner
- En mørkekoncert, hvor det intime rum for musikken manifesteres
- Et samarbejde med Rapolitics om at skabe platform for unge nonbinære og transpersoner
- En 12-timers koncert, hvor en sammensætning af musikere fra forskellige genrer improviserer et stykke musik i fællesskab, som tager form efter de deltagende individer
- En operaoplevelse med særligt fokus på den musikdramatiske oplevelse

## KUNST

Talksprogrammet skal turde udfolde sig autentisk og i øjenhøjde. Det er målet, at udvide rammerne for, hvordan man opnår bevidstliggørelse blandt unge omkring specifikke emner, og hertil skal festivalens gæster inddrages så meget som muligt i udformningen af dialogen. Her ud fra er det ønsket, at der skabes samtaler, som rækker ud over scenekanten. Dette skal opnås med bl.a.:

- Unge poetry slammere inviteres gennem et open call til at deltage med tekster om bl.a. ensomhed/kærlighed/håb/hverdag under en global pandemi
- Et eventuelt samarbejde med Ordskælv om ung litteraturaktivisme gennem mindst to aktiviteter baseret på temaer fra deres udgivelser: en oplæsning og en efterfølgende artist talk.
- En talk med unge operasangere om udtryksmuligheder gennem klassisk musik

## MUSIK

Kunsten på Kurs Festival skal kurteres med udgangspunkt i Ungdomsøens omgivelser. Den skal formes i samspil med eksisterende kunstplatforme for at give platform og stemme til unge uprøvede kunstnere med noget på hjerte. En overvejende del af kunsten på Kurs Festival skal være organisk i form, således at gæsterne har mulighed for at interagere med det. Gennem et open call inviteres unge udøvende kunstnere til at sætte deres præg på den unge kunstscene og formidle aktuelle og relevante temaer til andre unge

# BAEREDYGTIGE SAMARBEJDER

Vi ønsker at opnå vores visioner om et bæredygtigt festivalformat ved at skabe meningsfulde samarbejder og partnerskaber med andre kulturelle aktører, organisationer og institutioner.

Vores første indgåede samarbejde er med **Ungdomsøen**, hvorved vi gennem lokationen sikrer et vedvarende fokus på unge og en rammesætning i en historisk natur.

Vores andet indgåede samarbejde er med **Kunstmotellet**, som er et nyt kreativt initiativ, som skal agere springbræt for unge kunstnere. Igennem Kunstmotellet får seks unge kunstnere muligheden for et artist residency på Ungdomsøen i en måned op til festivalen. Her skaber de interaktive, stedsspecifikke værker, som har til formål at engagere Kurs Festivals gæster i en deltagelsesbaseret oplevelse af kunsten under festivalen.

Yderligere er vi lige nu i dialog med blandt andre **Rapolitics** og **FRAK** om mulige samarbejder til Kurs Festival 2021 og 2022.

The logo for FRAK features the word "FRAK" in a bold, orange, distressed font. To the right of the text is a yellow circle with a white dot in the center, resembling a stylized eye or a target. Below the main text, the slogan "GØR UNGE GODE TIL AT ARBEJDE!" is written in a smaller, black, sans-serif font.

**FRAK**

GØR UNGE GODE TIL AT ARBEJDE!



**ungdomsøen**

The logo for Rapolitics consists of the word "RAPOLITICS" in a bold, black, distressed font. The letter 'O' is replaced by a white megaphone icon pointing to the right.

**RAPOLITICS**

The logo for Kunstmotellet features the word "kunstmotellet" in a blue, rounded, sans-serif font. The letters are set against a horizontal background strip that shows a landscape with green trees and a red sun or moon over a yellow horizon.

**kunstmotellet**

# ØKONOMI



Økonomien omkring Kurs Festival er bygget op omkring tre elementer:

- Støtte fra Københavns Kommunes Festivalpulje på 250.000 kr.
- Salg af madbilletter, drikkevarer og merchandise
- Samarbejdsaftaler med f.eks. Kunstmotellet, som leverer billigere indhold.

De 250.000 kr. fra Københavns Kommunes Festivalpulje vil gå til:

- Udvikling og afvikling af aktiviteter
- Leje og opbygning af faciliteter
- Aflønning af artister, kunstnere og projektledere
- Kommunikation og revisionsudgifter

Indtægter fra salg af mad og drikke er i budgettet estimeret til 200.000 kr., hvilket der kan være lidt usikkerhed omkring, da det jo afhænger af antal solgte madbilletter samt drikkevarer. Da det er planen, at salget af madbilletter til fællesspisninger vil foregå inden festivalen, vil udgifterne til denne post naturligvis basere sig på antal solgte madbilletter. Vi vil dermed ikke stå i en situation, hvor udgifterne kommer til at overstige indtægterne. Såfremt posten alligevel mod forventning skulle give underskud, vil dette blive modregnet eventuel aflønning. Et eventuelt overskud fra festivalen vil gå til afvikling af Kurs Festival det efterfølgende år.

I tråd med centraliseringen af den grønne omstilling i arbejdet med kultur, har vi også et ønske om, at Kurs Festival skal være økonomisk bæredygtig. Dette gælder eksempelvis opbygningen af elementerne til festivalpladsen, som skal laves på en måde og i materialer, som kan genanvendes i de følgende år. Derudover vil vi som forening løfte projektet frivilligt, men vi arbejder parallelt på på sigt at skabe en stabil og bæredygtig organisation med mulighed for aflønning af større projektledende ansvarsposter for at sikre projektet stabilitet.

Som udgangspunkt er vores budget lavet, så vi kan afholde Kurs Festival 2022 for de midler, der er søgt bevilget fra Københavns Kommunes Festivalpulje.



# BUDGET OG FINANSIERINGSPLAN

Vi anmoder om 250.000 kr. fra Københavns Kommunes Festivalpulje til støtte af Kurs Festival 2022. Støtten vil muliggøre afviklingen af festivalen i form af bl.a. leje af faciliteter og honorering af artister. I tilfælde af, at Københavns Kommune ikke ønsker at støtte med det fulde beløb, er det muligt for os at skære ned på udgifterne for program, samt aflønningen af vores kunst- og kulturskabere og projektledere under afvikling. Nedenfor fremgår budget og finansieringsplan efter skabelonen lavet af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

Vi er en nystiftet forening og er endnu ikke momsregistreret, men dette bliver vi inden Kurs Festival for alvor begynder at have udgifter.

## Tilskudsmodtagers kontaktoplysninger:

Foreningen Kurs  
Nordbanegade 20  
2200 Kbh N  
[trine@kursfestival.dk](mailto:trine@kursfestival.dk)  
+45 28 50 30 57

CVR: 41961902

Festivalens/eventets navn: Kurs Festival

## Projektperiode:

Udgiftsperiode: juli 2021 – juni 2022  
Festivalperiode: juni 2022

Indtægter	Budget
Tilskud fra Københavns Kommune	250.000 kr.
Øvrige tilskud, specificeret	
a)	
Øvrige indtægter, specificeret	
a) Salg af mad, merchandise, drikkevarer	200.000 kr.
b) Billetter	30.000 kr.
<b>Indtægter i alt</b>	<b>480.000 kr.</b>
Udgifter	Budget
Aktiviteter (musik, talks, kunst)	180.000 kr.
Faciliteter (leje af lokation, sikkerhed, renovation, atmosfære)	60.000 kr.
Kommunikation (annoncering, fotograf, videograf, droneflyver, plakater, flyers, banner)	50.000 kr.
Mad og drikke	80.000 kr.
Frivillighed (forplejning, transport, frivillig t-shirt)	40.000 kr.
Projektledelse	50.000 kr.
Revisorhonorar	20.000
<b>Udgifter i alt</b>	<b>480.000 kr.</b>
<b>Resultat</b>	<b>0 kr.</b>

## Kommentarer/forbehold:

Budgettet er lavet ud fra en overbevisning om, at det er retvisende. Da det er første gang, festivalen afholdes, tages der forbehold for ændringer. Ved væsentlige ændringer, vil der naturligvis blive givet besked herom.

# NATURBY

Talks · Walks · Dance · Nature · Movement ·  
Workshops · Happenings · Music · Community



## **NATURBY**

juni, juli, august og september  
2022, 2023, 2024  
på Refshaleøen/Magneten i København

**12 weekend-events** med et kontinuerligt program og aktiviteter, over en 3-årig periode.

## **Velkommen til NATURBY festival**

NATURBY inviterer til levende og elektronisk musik, grønne workshops, natur-talks, dansegulv ved havet, performance, wellness og bevægelse for alle aldre..

NATURBY fokuserer på naturens tilstand og betydning for mennesker. Hvordan skaber vi plads til meget mere vild natur på kloden og i byerne? Mærker naturen i os selv, og skaber ny 'natur-kultur', hvor naturen spiller en positiv og livsbringende rolle.

NATURBY skaber rum til at opleve, og tale om, vores indre og ydre natur, i alle dets variationer og fortolkninger, til at reflektere over menneske, samfund og natur.

NATURBY er sjove, forunderlige, smukke og mærkværdige oplevelser, i et åbent format der inddrager publikum i dialog, og i udviklingen af nye ideer og bæredygtige fællesskaber.

NATURBY er et nyt og vibrerende samlingspunkt for kunstnere, dansere, musikere, aktivister, by-udviklere, forskere, filosoffer og plante-elskere – et godt sted at blive inspireret, engageret, møde nye tanker og nye venner.

NATURBY finder sted i de grønne områder og i de smukke gamle bygninger omkring den gamle Afmagnetiserings-station på Refshaleøen.

NATURBY gennemføres på bæredygtige vilkår, med fokus på naturen i byen.

### **Forventet antal deltagere :**

300-400 personer inklusiv børn og unge pr. weekend, i alt 12 weekender. Hvert weekend-program udfoldes over 2 dage, og publikum deltager i de aktiviteter de ønsker.

### **Erfaringsgrundlag :**

NATURBY er afprøvet på forsøgsbasis i sommeren 2020, og publikum i alle aldre var nærværende og engagerede i et format der vekslede mellem fysisk aktivitet, intellektuel dialog, musikalsk og dramatisk oplevelse.

NATURBY skaber grobund for en ny performativ natur-kultur, skaber nye netværk og samarbejder på tværs, og skaber opmærksomhed omkring bæredygtige og livgivende tiltag i byrummet.

NATURBY foregår på og omkring området Magnetten, med udendørs (og indendørs) aktiviteter, ved havet og i byens grønne områder.

Eksempel på program (fra Naturby#2 i 2020), **se bilag**.

### **Kontinuitet :**

NATURBY ønsker at skabe kontinuitet og udvikling, at forankre at netværk af organisationer, foreninger og borgere i et udviklende forløb, hvor temaet 'natur-kultur'

udforskes, eksperimenteres med, diskuteres, og leges med.

NATURBY vil skabe grobund for nye samarbejder og initiativer, for ny opmærksomhed, for nye tiltag, kunstneriske, filosofiske og praktiske, der fremmer livskvalitet og bæredygtighed i hverdagen og i byrummet.



### **Aktører :**

NATURBY er en non-profit forening, et samarbejde mellem en række frivillige foreninger og aktører i København. NATURBY er opstået i 2020, hvor vi afholdt 2 større events (på Refshaleøen) samt et vinterprogram.

Alle samarbejdspartnere er med-skabere, og bidrager med aktiviteter, logistik og dialog.

**NATURBY's partnere :**

Nature Tales, The Vibroacoustic Studio, Copenhagen Dream House, Planetary Guardians, Move Copenhagen, Voice Colour, Contact Improvisation Copenhagen, Akroyoga KBH, Growing Pathways, Teaterøen, Authentic Relating, Politics of Nature, Naturbageriet, Urtehekserier, Gro Selv, Ecowitchin og The Djembe Tribe.

**Hovedkræfterne :**

NATURBY produceres af **Copenhagen Dream House** (v Pipaluk Hansen), en non profit teater-og koncert virksomhed der siden 1993 har arrangeret teater, dans og musik, kulturelle og kunstneriske begivenheder.  
[www.copenhagendreamhouse.com](http://www.copenhagendreamhouse.com)

Primære co-arrangører :

**Growing Pathways** (v Oleg Koefoed), en organisation der arbejder med udvikling af Naturbyer, herunder 're-wilding' af hele Refshaleøen.

[www.growing-pathways.com](http://www.growing-pathways.com)

**Nature Tales** (v Jakob Ulrik Ahlers), et fælleskab omkring interaktiv lyd- og musik, dans, psykisk og fysisk wellness.

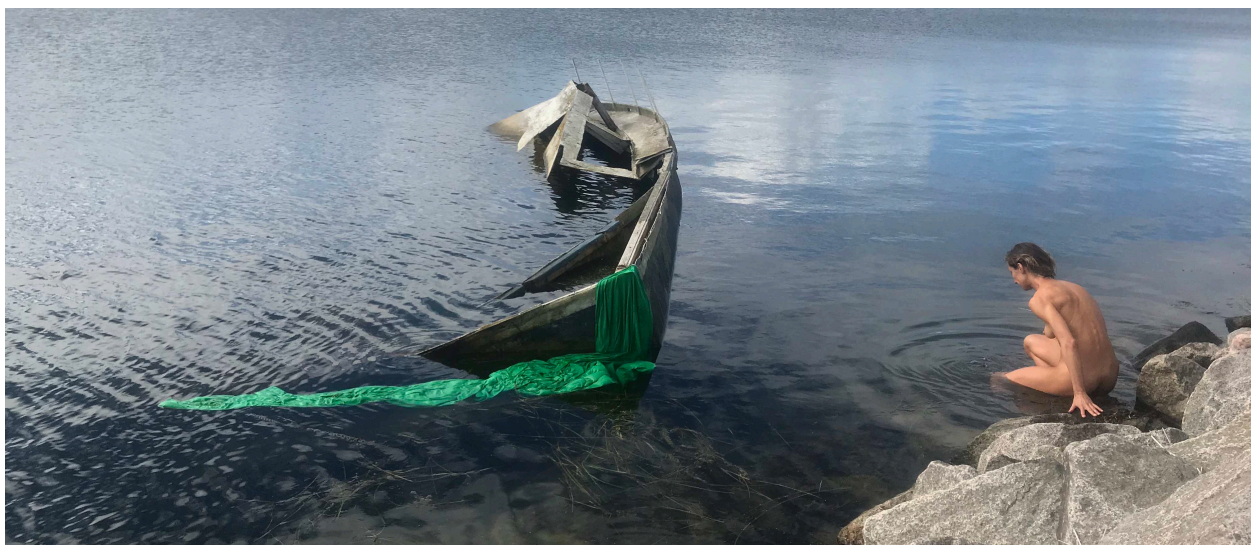
[www.facebook.com/naturetalescommunity](https://www.facebook.com/naturetalescommunity)

**Planetary Guardians** (v Lars Anthon Engberg), et fælleskab omkring naturfilosofi, bæredygtighed og natur i byen.

[www.facebook.com/PlanetaryGuardians](https://www.facebook.com/PlanetaryGuardians)

**VoiceColour** (v Hanne Siboni), sang, lyd-rejser og dramatik for alle aldre.

[www.voicecolour.dk](http://www.voicecolour.dk)



Naturby Pr fotos ©

# Eksempel på PROGRAM : -fra Naturby#2, september 2020



## **NATURBY #2**

'Interpretations of Sustainability'

Søndag d. 6. September kl 14.00-24.00

Talks · Walks · Dance · Nature · Movement ·  
Workshops · Happenings · Music · Community

@ Teaterøen <https://goo.gl/maps/LeU8HomdyNX3vMv39>

(English below)

Velkommen til en søndag på Refshaleøens grønne områder, med hav og udsigt over byen. Naturby inviterer til levende og elektronisk musik, grønne workshops, natur-talks, dansegulv ved havet, acroyoga, performance, jam, wellness og bevægelse for alle aldre. NATURBY#2 foregår på Magneten og Kasernen (5 min fra Reffen).

Naturby fokuserer på naturens tilstand og betydning for mennesker. Hvordan skaber vi plads til meget mere vild natur på kloden og i byerne? Mærker naturen i os selv, deler naturoplevelser og skaber ny "naturkultur". Begrebet "naturkultur" beskriver hvordan naturen spiller en positiv og livsbringende rolle i alt. I Naturby skaber vi rum til at opleve og tale om vores indre og ydre natur, i alle dets variationer og fortolkninger, og at reflektere over menneske, samfund og natur. NATURBY er et nyt og vibrerende samlingspunkt for kunstnere, dansere, musikere, aktivister, by-udviklere, forskere og plante-elskere - et godt sted at møde nye tanker og nye venner.



**Billet til hele dagen 250 kr**, begrænset antal. (lav indtægt 200kr, sponsor 300-350kr, børn u 16 gratis)

<https://billetto.dk/en/e/naturby-2-tickets-464991>

I løbet af dagen serveres chai, the og kaffe. En dejlig vegansk buffet serveres for alle kl 19 Medbring egen kop! - og gerne spise-sæt. (aftensmad donation foreslået 50 kr, kaffe, te og urtecocktails også donation, husk kontanter ell mobilepay)

### **NATURBYs co-creation partners:**

Nature Tales, The Vibroacoustic Studio, Planetary Guardians, Move Copenhagen, Akroyoga KBH, Copenhagen Dream House, Voice Colour, Contact Improvisation Copenhagen, Growing Pathways, Chelar, Urtehekserier, Gro Selv, The Djembe Tribe, Authentic Relating, Politics of Nature, Naturbageriet og Teaterøen

⦿ · · · ⦿ · · · **PROGRAM** · · · ⦿ · · · ⦿

### **KASERNEN**

#### ⦿ **The Vibroacoustic Studio(Nature Tales)** ⦿

Nature Tales is taking early steps into the future, creating experiences using a vibroacoustic floor and music specially produced for it, turning self-discovery into a cultural and playful journey towards better physical and mental health.

14:00 Vibroacoustic Sound Massage w/ Guided Meditation by Ananyo & Respira

15:00 Yoga w/ Live Music by Fanny Fauli & Holtoug

16:30 Meditation: Being Your Own Therapist w/ Tenna & Respira

17:30 The Essence of Being Meditation w/ Jacob Wellendorf

### **MAGNETEN**

#### ⦿ **The Living Room (Nature Tales)** ⦿

Nature Tales invites you to just enjoy and relax, in the midst of so many activities, with a cup of tea or coffee in cozy sitting places. Enjoy listening to DJ's and live music.

14:00 Trailblazer (DJ)

16:00 Peter Asholt (DJ)

19:00 JAMA (DJ)

21:00 Ishtadi (DJ) - the big dance floor is open @ the Ocean room

#### ⦿ **The Dance Room (CI-CPH, Copenhagen Dream House)** ⦿

Dance, movement and sound, workshops, interactive performance and live music w Pipaluk, Andreas Bennetzen, Dasha Lavrennikov and Caleb Fawcett

14:00-14:45 Dance and contact improvisation for kids and parents

(workshop på dansk (-:

15:00-16:00 Solo and contact improvisation (workshop)

17:00-17:45

Dance walk 'Evolution Fields'

(live music/interactive dance experience, meet in sound room+out doors)

18:00-18:45

Dance walk 'Evolution Fields'

#### ⦿ **Nature Urban Listening and Collective Mapping (Growing Pathways)** ⦿

Growing Pathways offer processes, tools, and site-based transformations for

neighbourhoods, areas, organisations, and collectives. Our aim is to make it easier for individuals, groups, networks, and organisations to be part of a movement of giving space back to nature.

14.00-18.00 All participants are asked to connect to more-than human life forms in Naturby, and record their discoveries. All creative ideas are welcome!

18.00-19.00 We get together and share and collect - the results will be visualised and exhibited at Naturby#3

### 🌀 **The Sound Room (VoiceColour)** 🌀

Sound, joy and miracles.

14:00-15:30 Joy & Sound workshop w/ Hanne Siboni and Benjamin Hedengran introducing the Element Key for improvisation.

16:00-16:45 The Mystery of the Golden Apple, an interaktiv performance in sound and joy, about creating miracles, w/ Hanne Siboni, Guiseppe Locatello, Maxmillian Vording and Benjamin Hedengran.

<https://www.facebook.com/events/680838579447882/>

### 🌀 **Nature Talks (Planetary Guardians)** 🌀

Planetary Guardians organizes a series of Nature Talks - a TedTalk-inspired format featuring nature activists, scholars and people working to protect nature and the species - as speakers.

15:30 Nature Talks, w Lars A. Engberg, Planetary Guardians

15:40 Live a natural cycle-based life - inspirations from the wheel of the year, w Julie Munck, [Urkraften.org](http://Urkraften.org)

16:20 Four persistent myths in biodiversity conservation, w Rasmus Ejrnæs, Senior Researcher, Aarhus University

17:00 Nature policy, biodiversity and rewilding of the mind, w Catrine Grønberg Jensen, ranger in Aalborg

17:30 Nature Talk, Conclusions & Next Steps

### 🌀 **Edible Plants** 🌀

Outdoor walks and talks, where we learn about local plants and food.

(meet at Glass House, outside)

14:30-14:15 - Herbal walk with Urtehekserier

15:30-16:30 - Herbal walk with Natalya Tarankova

16:30-17:30 - Preserving herbs with Kristin Erp

17:30 - Wild cocktails with GRO SELV

### 🌀 **Authentic Relating** 🌀

At the loft of Magneten you are invited to take part in workshops that deepen your connection with yourself and others.

14.30-15.30: Authentic relating games with a twist of physicality

15.45-16.45: Social Meditation - Connecting from deep presence

17.00-18.30: Trust & Surrender

<https://www.facebook.com/events/1253280928350946/>

### 🌀 **The Movement (Akroyoga København)**



Akroyoga København is an association that facilitates akro-yoga in Copenhagen and organises weekly trainings and more.

16:30 Akroyoga intro 1

17:00 Akroyoga intro 2

17:30 Akroyoga intro 3

18:00 Akroyoga Open

### 🌀 **The Djembe Tribe** 🌀

drumming... out door drum jams

### 🌀 Kids 🌀

Naturby is kid-friendly, bring your kids and kid friends.

Naturby aims to inspire and ask questions about different ways to live a sustainable life, and to have people of all ages contributing to the discussion.

Activities for kids during the day, dance, acroyoga, drawing, clowning - and 'Magenten' is amazing for investigating, getting lost in the bushes, or swimming (bigger kids). Invite the Family - all 37 different ways of being a family  
14:00-14:45 Dance for kids and parents  
15:00-18:30 Open drawing table, w David, and clowning w Antonio Bueno, and trapez artist Rosella de Rosa

16:00 The Mystery of the Golden Apple, music performance, w Hanne Siboni

16:30-18:00, Acroyoga (see above)

### 🌀 SAUNA by the ocean 🌀

### 🌀 DINNER 🌀

delicious vegan food for all Naturby participants, (donation), served at 19:00

### 🌀 Sync into Nature 🌀

Nature Walk in the dusk/Tusmørke tur  
Emma Luna Lindekilde and Andreas Franzys Wolf offer a frame for being together in nature in a silent, slow and sensuous way, to discover the surroundings and how we respond to them.

20:00-21:30 (meet at Glass House)

### 🌀 Board game Night 🌀

Politics of Nature

A playful experimentation with an alternative take on politics, inspired by the work of the French philosopher Bruno Latour

20:00-23:00 (The Loft)

<https://www.facebook.com/events/382777399386478/>

### 🌀 Evening Hygge 🌀

Living Room and Sound Room, conversations, jam and hygge

20:00 24:00 open

### 🌀 Ocean Room Dance floor 🌀

20:30 24:00 open

### 🌀 Audiovisual Installation (Martin Stebbing, Hackstage) 🌀

Hackstage is a multidisciplinary network of visual artists and tech-specialists.

We apply technology to challenge the senses and dissolve perceptual boundaries

---

Our aim is to organize a Naturby on the 1st Sunday of every month.

If you would like to collaborate with talks, walks, workshops, movement, art, happenings, music, performance, write to [naturby2020@gmail.com](mailto:naturby2020@gmail.com)

---

All events in compliance with current regulations in regards to Covid-19.

## 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: <b>NATURBY co/Copenhagen Dream House</b>
<b>CVR: 16069892</b>
<b>Festivalens/eventets navn: NATURBY</b>

<b>Projektperiode:</b> Maj 2022-September 2024
---

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<b>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</b>
Tilskud fra Københavns Kommune	411.000		
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) fonde (ansøges, forventet)	200.000		ansøgt
b) sponsorer (12 events x 3000 kr)	36.000		ansøgt
c)	-		
Honorarer	-		
Billetindtægter (12 events x 250 pers. x 250 kr)	750.000		
Øvrige indtægter, specificeret			
a) mad, drikke, salg t publikum (alkohol sælges ikke) (12 x 4.000 kr)	48.000		
b)	-		
c)	-		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>1.445.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer (12 x 45.000)	540.000	
Konsulentudgifter (12 x 5.000)	60.000	
Materialeudgifter (12 x 7.000)	84.000	
Transportudgifter (12 x 3.500)	42.000	
Opholdsudgifter	-	
Mad, drikke, medvirk og publikum (12 x 15.000)	180.000	
Administration og regnskab (12 x 8.000)	96.000	
PR og markedsføring (12 x 4.000 )	48.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	30.000	
Revisionshonorar	5.000	
Øvrige udgifter, specificeret		
Lokaler, leje (12 x 19.000 )	228.000	
AV udstyr, leje (12 x 8.000 )	96.000	
Dokumentation (12 x 3.000)	36.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>1.445.000</b>	
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	

**Kommentarer/forbehold:**

Budgettet er baseret på 12 NATURBY events, hhv 4 i 2022, 4 i 2023, 4 i 2024.

Såfremt at Københavns kommune kun ønsker at støtte et-årigt forløb, 2022, er budget 1/3 af samlet.

Dvs ansøgt beløb er kr 137.000 kr pr år.

Ansøger /administrator er momsregistreret

Nikolaj Kunsthal  
Nikolaj Plads 10  
1067 København K  
att. Kunstnerisk leder Helene Nyborg Bay  
e: g88h@kk.dk / t: 24 22 83 77  
CVR 64942212, momsregistreret

ANSØGNING til  
Københavns Kommunes Festivalpulje  
For perioden 2022-2024

#### PROJEKTBEKRIVELSE

*Planet XR* er en ny festival, som har fokus på virtual reality (VR), augmented reality (AR) og andre former for virkelighedsskabende- og forstærkende medier gennem ny teknologi - tilsammen kaldet "XR". *Planet XR* vil præsentere mange forskellige udtryksformer fra konkrete kunstværker til nyudviklede computerspil og kan opleves både individuelt og i fællesskab med andre.

*Planet XR* afholdes i samarbejde med Khora, Khora Contemporary og Makropol, som hver især er nogle af de fremmeste producenter på området. Festivalen kurateres ud fra et kunstnerisk indhold, hvor oplevelserne engagerer publikum i nye verdener. Her vil vi præsentere en række kunstnere, som arbejder med mediet.

Udover de forskellige udstillingsværker vil programmet bestå af undervisning, foredrag og møder mellem fagprofessionelle. Samtidig vil det også være muligt at opleve *Venice VR Expanded Satellite Programme*, som er en del af Venedig Filmfestival.

Festivalen har hovedsæde i Nikolaj Kunsthal, hvor udstillingsrummene Nedre Galleri, Øvre Galleri samt Tårnrum og Tårngalleri tages i brug. Festivalarealet udgør her i alt ca. 1.100 m<sup>2</sup>. Samtidig vil der være andre pop-up venues i byen, hvor borgerne kan opleve festivalen som del af deres hverdag. F.eks. i Kødbyen, hvor Khora har lokaler.

# “IN ART WE TRUST”

NIKOLAJ  
KUNSTHAL

*Planet XR* vil være et årligt tilbagevendende programpunkt, som for første gang afholdes i 2022. Vi ønsker, at festivalen bliver en solid platform i et tilbagevendende format, hvor nye talenter og nye medier præsenteres og udvikles i en kunstnerisk ramme.



*Venice VR Expanded Satellite Programme, installationsfoto, 2020*

Vi vil hvert år kuratere et rigt program, der inddrager forskellige medier, herunder VR-briller, fælles VR-biograf samt AR-formater, som man kan få adgang til via egne smart devices eller lånte tablets. I 2022 vil vi bl.a. have danmarkspremiere på VR-oplevelsen *Common Room* af Maja Maletković, der arbejder med menneskets sind og virkelighedsopfattelse. I Øvre Galleri vil der være fokus på gaming indenfor VR, hvor vi vil vise nogle af de mest eksperimenterende tredimensionelle oplevelser indenfor computerspil. I Nedre Galleri indrettes en VR-biograf, hvor der kan sidde op til 30 personer ad gangen og se samme VR-oplevelse samtidigt. Her vil der desuden være talks og workshops, hvor branchefolk formidler muligheder og oplevelser med XR. De forskellige rum og niveauer vil være inddelt i zoner

med de forskellige værker udarbejdet af en scenograf, som vil stå for et samlet indbydende udtryk på festivalen.

Det vil være nødvendigt at reservere plads/billetter til de enkelte oplevelser, da VR kræver, at man benytter det nødvendige udstyr i en tidsbegrænset periode. Således vil man blive tildelt tidsintervaller for sit besøg ved billetbestilling afhængig af det enkelte værk. Vi forventer at festivalen besøges af 1.500 gæster i 2022, 1.750 gæster i 2023 og 2.000 gæster i 2024.



Nikolaj Kunsthal, event på Nikolaj Plads, 2019

## RELEVANS FOR KØBENHAVN

Nikolaj Kunsthal arbejder som Københavns kunsthall med fokus på byens kunstscene og de lokale talenter. Kunsthallen har en lang tradition for at eksperimentere med udstillingsformater for at give plads til nye kunstneriske udtryksformer midt i København. Dette gælder især foto- og videokunst, som kunsthallen har arbejdet aktivt med siden 1980'erne, samt virtual reality, som vi har vist løbende siden 2015. Vi arbejder dynamisk med de levende og skabende kunstnere og ser det som vores fornemste opgave at formidle den nyeste samtidskunst til et bredt publikum.

I august 2020 viste vi *Venice VR Expanded Satellite Programme* i samarbejde med Venedig Film Festival. Festivalen, som bestod af mere end 40 VR oplevelser blev et stort tilløbsstykke med udsolgte forestillinger og et



meget begejstret publikum. Ved at dyrke kombinationen af nye medier og kunstnerisk indhold ønsker vi at udvide det kunstneriske felt og dermed være med til at bane vejen for nye XR-baserede oplevelsesformater.

København har et publikum, der er interesseret i virtual reality og relaterede medier. Samtidig er byen hjemsted for virksomhederne Khora og Makropol, som begge producerer XR-indhold af høj kunstnerisk kvalitet. København er således et naturligt udgangspunkt for festivalen, som vi forventer får stor opmærksomhed lokalt, regionalt og internationalt.



*Havfolket Kalder Mørknet Vand, VR-oplevelse af Vibeke Bryld, Nikolaj Kunsthal, 2020*

## SAMARBEJDSPARTNERE

VR-producenterne Khora og Makropol er partnere i festivalen. De er begge privatejede firmaer, som arbejder internationalt og har en stor professionel viden om XR feltet. Begge firmaer vil levere indhold/værker til festivalen, samt være en del af det organisatoriske planlægningsarbejde. Firmaerne vil også være konsulenter på den tekniske del og udførelse af festivalen, samt stå for dele af det tekniske set up, f.eks. computere og head sets.

Vi vil i festivalperioden benytte Nikolaj Kunsthals personale, samt praktikanter og frivillige til at være værter for festivalen samt bestyre de forskellige VR-stationer. Skoletjenesten vil også være en del af festivalen i

form af undervisningsforløb for de ældste klasser i folkeskolen. Undervisningsforløbene vil foregå i tidsrummet 9-11, inden festivalen åbner for det øvrige publikum.

### UDVIKLING OG FORNYELSE

Vi søger støtte til foreløbig tre år, da festivalen vil være et tilbagevendende format, som udvikler sig for hver år. XR-formaterne er i rivende teknisk udvikling, så vi forventer at teknikken forbedres og fornyes hvert år. Samtidig vil vi udvikle festivalen på erfaringerne fra forgangne år, således at der hele tiden udvikles “best practises” for festivalen. At VR/AR feltet er i så hurtig udvikling giver en naturlig fornyelse, både indenfor teknisk kunnen, men også indenfor indholdsmæssige formater. Vi forventer desuden at publikum vil stige for hvert år i takt med at det bliver kendt, at festivalen findes og er en tilbagevendende begivenhed i København.



*Venice VR Expanded Satellite Programme, VR-festival i Nikolaj Kunsthal, 2020*

### TI ÅRS FESTIVALERFARING

Nikolaj Kunsthal har mange års erfaring som arrangør og medarrangør af forskellige festivalformater. Således har kunsthallen bl.a. arrangeret videokunsthallen “FOKUS” i årene 2011-2020. Nu hvor videokunsten er etableret som medie i kunstverdenen er det tid til at gå nye veje. Derfor ser vi det som en naturlig forlængelse at udvikle en festival for XR, da disse medier er i rivende udvikling og stadig svært tilgængelige for de fleste. Nikolaj Kunsthal er desuden medskaber af kunsthallen Artweek og deltager aktivt i diverse

# “IN ART WE TRUST”

NIKOLAJ  
KUNSTHAL

andre festivaler som f.eks. Golden Days, Copenhagen Architecture Festival og Art in a Day.

Vi ønsker med *Planet XR* at bruge Nikolaj Kunsthals mangeårige erfaring med organisering, kommunikation og publikum til at synliggøre nye eksperimenterende formater, der kan give publikum anderledes kunstoplevelser, som animerer til nytænkning og samtale.

**Vi håber derfor at festivaludvalget vil støtte *Planet XR* med 500.000 kr. pr år over en treårig periode, fra 2022 til 2024. I alt søges der om 1.500.000 kr.**



Anna Domnick, *IT IS ALL WHITE*, Nikolaj Kunsthals Øvre Galleri, 2018

BUDGET

<b>Tilskudsmodtagers navn: Nikolaj Kunsthal</b>
<b>CVR: 64942212</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Planet XR</b>

<b>Projektperiode: 1. august 2022 – 1. november 2024</b>
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)	<b>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</b>
Tilskud fra Københavns Kommune	1.500.000		Ansøgt
Øvrige fonde, bl.a. Statens Kunstfond	195.000		Ansøges
DFI	450.000		Ansøges
Sponsoring, Khora Contemporary	225.000		Bevilliget
Sponsoring, Makropol	100.000		Ansøges
Egenfinansiering, Nikolaj Kunsthal	225.000		Bevilliget
Billetindtægter	30.000		Bevilliget
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>2.725.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer (3 x 287.500)	862.500	
Konsulentudgifter, herunder scenograf (3 x 65.000)	195.000	
Materialeudgifter (3 x 247.000)	741.000	
Transportudgifter (3x 11.000)	33.000	
Opholdsudgifter (3 x 22.000)	66.000	
Fortæring, herunder møder (3 x 3.500)	10.500	
Diverse repræsentation (3 x 2.000)	6.000	
PR og markedsføring (3 x 75.000)	225.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.) (3 x 8.000)	24.000	
Revisionshonorar	10.000	
Teknisk support (inkl. workshop) (3x18.000)	54.000	
Opbygning og nedtagning (3 x 106.500)	319.500	
Forsikring (3 x 7.000)	21.000	
Formidling, layout og vægteksler (3 x 52.500)	157.500	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>2.725.000</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	
-----------------	----------	--



# Ansøgning om støtte

# TALK! TOWN ♀ 2022

## Ansøger og kontaktperson

Foreningen Talk Town  
c/o Kvinderådet  
Niels Hemmingsensgade 10, 2.  
1153 København K  
CVR-nummer: 40053662

## Festivalledere:

Cecilie Brandel  
Telefon: 27580134  
E-mail:  
cecilie@talktown.dk

## Projektitel

Talk Town

## Projektet afholdes

Foråret 2022 (formentlig medio maj)

## Resumé

Talk Town er en københavnsk festival – en samtaleby om køn, ligestilling og feminisme. Talk Town er en festival med debatter, workshops og koncerter og et forum, hvor man kan få udvidet sin horisont og møde nogle af byens vigtigste interesseorganisationer, ildsjæle og NGO'er, der arbejder med ligestilling, feminisme og medborgerskab.

Festivalen er aktørbaseret og indledes hvert år med et open call, hvor interesserede organisationer, foreninger og enkeltpersoner byder ind med idéer til programmet. Derefter sammensætter Talk Towns ledelse et varieret festivalprogram med debatter, workshops, performances og musikalske optrædener over tre dage.

Talk Town har siden sin fødsel i 2016 vokset sig større og bredt sig ud til flere byer i landet, bl.a. Odense, Aarhus og Roskilde. Målet for 2022 er at fokusere på et mere mangfoldigt publikum til festivalen og gøre programmet relevant for nye målgrupper, der endnu ikke har fundet vej til Talk Town. Derfor lancerer vi i 2022 en ny, ambitiøs strategi for festivalen, som vi håber at få Festivalpuljens støtte til.

# Københavns debatfestival om køn, ligestilling og feminisme



Talk Town er en aktørbaseret festival og et forum, hvor man kan få udvidet sin horisont og møde nogle af byens vigtigste interesseorganisationer, ildsjæle og NGO'er, der arbejder med ligestilling, feminisme og medborgerskab.

Festivalen indledes hvert år med et open call, hvor interesserede organisationer, foreninger, græsrodder og enkeltpersoner byder ind med idéer til programmet. Derefter sammensætter Talk Towns ledelse et varieret festivalprogram med debatter, workshops, performances og musikalske optrædener over tre dage.

Talk Town er således en demokra-

tisk og demokratifremmende platform for debat, netværksdannelse, borgerengagement og vidensdeling blandt foreninger, organisationer og borgere, som belyser, løfter og styrker den danske ligestillings- og kønspolitiske debat i relation til den internationale dagsorden.

## Baggrund

Talk Town udspringer af Danmarks værtskab for FN-konferencen Women Deliver i 2016, hvor Talk Town blev arrangeret som en folkeligt tilgængelig pendant til FN's konference. Det viste sig hurtigt, at debattører, aktivister og organisationer, der arbejdede med køn og

ligestilling, længe havde manglet et sted at mødes på tværs. Derfor vendte Talk Town tilbage i 2017 og har siden vokset sig større, både når det gælder antallet af events og publikum. I 2019 havde Talk Town over 70 forskellige aktører, der organiserede samtaler, paneler, workshops og indhold. I 2019 deltog mere end 3000 publikummer i løbet af festivalens tre dage. I 2021 er der over 90 debatter, performances og talks. I 2019-20 har Talk Town desuden afholdt succesfulde events i Århus, Odense, Albertslund og Roskilde.

## Aktiviteter

Netop nu arbejder vi på højtryk med årets festival, og programmet for 2022 ligger ikke klar endnu. De fleste af festivalens aktiviteter arrangeres af vores aktører, men festivalledelsen funder også selv til særskilt indhold, særligt kulturelle aktiviteter, som fokuserer på udvalgte tematiske spor. Et eksempel i år er børne- og queerfeministisk litteratur. Desuden vil vi fremover planlægge 'huller' i programmet, hvor vi kan tage helt aktuelle cases op, som eksempelvis i år kunne have relateret sig til sygeplejerskernes lønkamp. Talk Town 2021 finder sted på Kulturhuset Union på Nørrebro fra 20-22 maj og rummer 90 gratis offentlige arrangementer. Antallet er højere end i 2020, hvor vi var nødt til at skalere ned på grund af COVID-19 pandemien. Programmet byder både på debatter om mænd og skam, workshop om kvinder og investering, oplæsning fra nydanske stemmer i litteraturen, en queerfeministisk cabaret og meget mere.

Festivalen præsenterer et bredt program i samarbejde med mere end 90 organisationer, ngo'er, debattører, aktivister og kunstnere. Fx kan du opleve Emma Holten i samtale med den amerikanske forfatter Chris Krauss om romanen 'Aliens & Anoreksi', høre tegner og aktivist Sofie Riise Nors om bogen 'Sexmagasinet vol. 1' samt debattør Moussa Mchangama og sociolog og forfatter Aydin Soei til en debat om faderskab og rollemodeller.

Historiker og forfatter Gry Jexen fra 'Kvinde Kend Din Historie' gæster også Talk Town og fortæller om danske kvinder, der fortjener en plads i historien.

Som en del af det internationale online-program præsenterer Talk Town den tyrkiske forfatter og politolog Elif Shafak til en snak om litteratur og kvinders rettigheder. Hun interviewes af Yildiz Akdogan. Talk Town 2021 belyser ligestilling, køn og intersektionel feminisme fra mange forskellige perspektiver – fx kan du opleve standupkomiker Ane Høgsberg og tilrettelægger Roald Bergmann fortælle om DR-programmet 'Alle Hader Feminister', eller høre Sex & Samfunds debat om, hvorvidt man kan hacke sig til ligestilling i skolen.

Det sidste år har lært os, at vi ikke er færdige med at tale om racisme og diversitet – og flere events fokuserer på disse emner. Fx in-

viderer Fahad Saeed et fagpanel i 'Fahads Forsamlingshus' for at få bud på, hvordan vi taler med børn om online racisme. Desuden kan du opleve Naima og Ingrid fra den prisvindende podcast 'A Seat At The Table', der sammen med radiovært Rikke Collin udforsker, hvordan 'hygge' står i vejen for en antiracistisk nutid og fremtid. I år udvider Talk Town med en scene i Nuuk med unge, grønlandske aktivister og kunstnere. Vi sender direkte fra vores Talk Town-satellit i Nuuk, og du kan se med fra Empire Bio under festivalen i København.

## Stærkt kulturprogram

Talk Town 2021 præsenterer et stærkt kulturprogram med nye LGBT+ stemmer i litteraturen som Gry Stokkendahl Dalgas, Oskar Fehlauer og Aaiún Nin, et farverigt burlesqueshow af Kabaret Kopenhagen samt video-installationen 'Det groomede barn' om lovgivningen om voldtægt af mindreårige fra kunstnerduoen STORM&OLRIK. Talk Town Fridays showcaser tre af musikscenens nye lysende stjerner. Både den 20-årige popmusiker Mina Okabe og den 20-årige rapper Sosa giver deres første liveshow på Talk Town, og Betty Bass, som har over to millioner streams på Spotify af hittet 'Sideways' er en af de mest spændende nye stemmer i dansk musik.

Vores vision er at skabe et inkluderende og mangfoldigt byrum omkring DIT:KBHs venues, hvor Talk Town finder sted. Vi har en ambition om hvert år at omdanne byrummet med hjælp fra lokale kunstnere, hvilket imidlertid ikke lykkedes i '20 og '21, hvor vi har været udfordrede på grund af corona situationen. Det kunne eksempelvis være i samarbejde med fotokunstnere som Marko Pogacar, hvis udstilling Bodytalks vi håber at kunne præsentere til efteråret. Samfundet mangler flere repræsentationer af, hvordan man kan performe køn, krop og seksualitet, og som resultat udvikler flere spiseforstyrrelser, kropsdysmorfier og lavt selvværd. Bodytalks udstillingen gør op med samfundets snævre kropsidealer og stereotypificeringer af køn og seksualitet.

# Mål

Med en stærk folkelig forankring og en åben, imødekommende profil skal Talk Town blive en dagsordensættende festival af internationalt format.

## Inkluderende og mangfoldig debat

Vi vil gøre ligestillingsdebatten mere inkluderende og tilgængelig. Ligestilling angår alle, og derfor skal debatten ikke føres af et relativt snævert udsnit af befolkningen. Vi har brug for så mange forskellige stemmer som muligt for at styrke ligestillingsdebatten.

Derfor ønsker vi at tiltrække nye målgrupper og et mere mangfoldigt publikum til festivalen bl.a. via et stærkt kulturprogram. Vi vil samtidig øge diversiteten og mangfoldigheden i debatten og undgå at lukke ned for samtalen - vi skal turde være uenige. I ligestillingsdebatten skabes der lige nu mange tabuer, hvor folk undgår at deltage i debatten af frygt for at træde ved siden af eller krænke nogen. Det modvirker vi med en programlægning, hvor der er plads til forskellige holdninger, vinkler, provokationer mm.

## Unge og engagement

Talk Town er båret af et stort engagement med inddragelse af mange forskellige organisationer og frivillige kræfter. Det vil vi gøre endnu tydeligere fremover med en ny strategi for større og tættere inddragelse af højskoler, Kvinderådets medlemsorganisationer og klare rammer for det frivillige engagement.

- Vi vil prioritere skoletjeneste, og med nærværende emner vil vi få det brede publikum af unge gjort interesseret i ligestilling og demokrati. Vi ønsker, at 15-20 skoleklasser deltager hvert år.
- Der skal være forløb på min. 2 højskoler op til festivalen om ligestilling og demokrati fx "moderator-forløb" for unge.

## Internationalt udsyn

Det er de samme debatter og kampe, der tages verden over, og vi når længere ved at hente inspiration fra hinanden – på tværs af grænser. Det internationale er en vigtig del af Talk Towns DNA, og det er blevet oprioriteret i 2021 bl.a. med internationale gæster, mange engelsksprogede aktiviteter, livestreaming mm. Talk Town er allerede godt kendt i Norden, og de sidste par år har vi erfaret, at vi kan nå bredt ud med de digitale muligheder, både i Danmark og ude over Danmarks grænser. Vi livestreamer via Facebook og Zoom både fra Talk Town i København og vores satellitfestival i Nuuk. Med hovedfestival i



København og satellit-festivaler både i Danmark og andre lande vil vi sætte Talk Town og København endnu mere på verdenskortet fremover.

- Vi vil fortsætte samarbejdet med udviklingsaktører, som er startet i år, så vi sikrer os at ca. en tredjedel af programmet er internationalt.
- Der skal være forløb på min. 2 højskoler sammen med udviklingsaktører om ligestilling globalt.



# Målgrupper

Hovedmålgruppen er unge. Festivalen er bredt forankret i det kønspolitiske miljø, og mange deltagere har hidtil været kvinder ml. 18-35 år med interesse for køn og ligestilling. Det vil vi gerne brede ud, så også unge uden en særlig forhåndsinteresse og viden om feltet vil få lyst til at deltage i aktiviteterne. Samtidig vil vi understøtte samtalen om ligestilling på tværs af generationer. Historien er en nøgle til at forstå ligestillingsdebatten.

Talk Town skal give plads til nye perspektiver og publikumsgrupper såvel som aktører. Vi bygger bro mellem politisk engagerede unge aktivister, de nysgerrige og byens kulturinteresserede publikum. Vi samarbejder i skrivende stund med 90 aktører, foreninger og interesseorganisationer og er i gang med at inddrage nye relevante organisationer og foreninger, der ikke tidligere har været en del af Talk Town.

Vi vil også samarbejde tæt med interesseorganisationer, der i forvejen er en del af Talk Town, og tage dem med på råd om, hvordan vi bedre kan møde deres medlemmer

Alle disse nye og etablerede målgrupper søges engageret og inkluderet gennem målrettede tiltag og relevante arrangementer - fx fagspecifikke konferencer, workshops og tilbud målrettet uddannelsesinstitutioner. Festivalen har fokus på tilgængelighed, idet vi sikrer at de fysiske rammer rummer de fleste og fastholder, at festivalen er gratis og åben både for aktører og publikum



# Samarbejds partnere

## Højskoler

Talk Town har tidligere samarbejdet med Vallekilde Højskole og Roskilde Festival Højskole, hvor eleverne har mulighed for at være med til at afvikle og få færdigheder, de kan tage med ud i verden. Der er stor efterspørgsel blandt unge for at debattere, lære og lave feministisk forandring. Dette samarbejde vil vi udbygge, så højskolerne bliver medejere af festivalen og kommer ind i ejerkredsen.

Højskolerne skal være med til at sætte rammen om festivalen og samtalen. Samtale og demokrati er hjerteblod for både Talk Town og højskoler, som vi fælles skal være med til at skabe gode rammer omkring. Der vil være forløb på højskolerne op til festivalen omkring, hvordan man bedst fremmer samtalen, får lyttet til flere stemmer, hvad moderatorens rolle er, hvordan vi bliver ved med at samtale – også med folk, vi er uenige med etc.

## Aktører

Talk Town skal stadig være aktørbaseret, og indholdet skal være genereret af de aktører, der holder talks/event. Talk Town-ledelsen refererer til bestyrelsen, hvori den primære samarbejdspartner, Kvinderådet, tegner halvdelen af medlemmerne. Kvinderådet er en medlemsorganisation for en række faglige organisationer, politiske partier og interesseorganisationer (se vedlagt medlemsliste som bilag).

Vi samarbejder med så forskellige parter som Sex & Samfund, Amnesty International, Dansk Kvindesamfund, Female Invest, Dansk Palæstinensisk Kvindeforening, Københavns Musikteater, MIX Copenhagen LGBTQ Film Festival, Oxfam IBIS, Danner, CBS, Lund University, Sabaah, Dansk Magisterforening og Nyt Europa. Størstedelen af vores samarbejds partnere fra 2021 ønsker at deltage igen - se hele liste over dem i bilag 2.

# Kulturarrangører

Talk Town samarbejder med andre kulturarrangører, og her er der et stort potentiale for synergieffekter.

## Fluid Scenen/ Copenhagen 2021

Talk Town har indgået et samarbejde med Copenhagen 2021 (Copenhagen 2021 forener WorldPride og EuroGames i én storslået fejring af kærlighed, kampgejst og LGBTQ-rettigheder), hvor vi kuraterer et program til deres Fluid Scene/Fluid Festival. Fluid Festival fokuserer på flydende kønsudtryk, seksuel orientering og kønsidentitet og tilbyder et inkluderende rum for kvindelig identificerede, genderqueer, ikke-konforme og non-binære mennesker. Her inviterer vi internationale gæster til København, bl.a. polske aktivister og transaktivister fra England, og stiller de store spørgsmål omkring backlash mod LGBTQ+-rettigheder i Europa.

Fluid Festival er Copenhagen 2021s næststørste mødested med plads til 4.000 gæster. Talk Town bidrager med 1-2 talks hen over 6 dage d. 14.-20. august. Samarbejdet betyder at Talk Town, når ud til et bredere publikum, samt at Talk Town også vil fremgå i omtalen af Fluid Scenen under Copenhagen 2021.

## 48TIMER Festival

Som optakt til Talk Town 2021 præsenterer Talk Town et præ-event med kvindepladeselskabet SIGNS. Her fortæller grundlæggerne af pladeselskabet, Aviaja Larsen og Astrid Christiane, sammen med deres artister, om repræsentation af kvinder i musikbranchen, hvilke problemstillinger de imødekommer og konkrete løsninger dertil. Arrangementet er en del af serien om sexismen i musikbranchen, som Talk Town har fået støtte til at afholde fra bl.a. KODAs kulturelle midler. Dette arrangement vil være ét ud af 100 unikke kulturarrangementer, hvor der i alt forventes at komme 10.000 gæster. Samarbejdet giver et meget aktuelt indhold til 48TIMER festivalen i en bydel med et spirende musikvækstlag.

## DIT:KBH, involvering af Københavns Kulturhuse

Grundet Corona bliver Talk Town afholdt i Kulturhuset UNION i år. Talk Town har en ambition om at fortsætte og styrke samarbejdet med DIT:KBH i 2022, hvor planen er at vende tilbage til Onkel Dannys Plads. DIT:KBHs venues er en indgang til at forankre festivalen endnu mere lokalt og til at samarbejde med frivillige aktører og organisationer, der bruger kulturhusene. I år har vi eksempelvis et samarbejde med 'Send Flere Krydderier', der holder til i Kulturhuset UNION, som leverer vegetarisk og vegansk mad til produktionen, til frivillige og til festivalens publikum og deltagere. Det er en socialøkonomisk virksomhed, der arbejder for at opkvalificere og ansætte minoritetsetniske kvinder, der er langt fra arbejdsmarkedet.





# Tidsplan

## August 2021

Booking af venue til 2022.

## Efterår 2021

Planlægning af undervisningsforløb med involverede højskoler, finansiering.

## Nov-Dec 2021

Outreach til gamle og nye aktører. Vejledning og sparring i forbindelse med indhold og forberedelse til Open Call.

## 2022:

### Januar - 1. marts:

Open Call for aktører, tilladelser, finansiering, booking af kulturprogram, markedsføringsstrategi skabes sammen med højskolerne.

### Marts-15. april:

Programlægning og produktionsplaner skabes sammen med højskolerne, frivilligrekruttering starter.

### 15. april-15. maj:

Markedsføring, koordinering og presarbejde. Uddannelse af frivillige og planlægning af afvikling.

### 15.-19. maj:

Opbygning af Talk Town 2022.

### 19.-21. maj:

Afvikling af Talk Town 2022.

### 22.maj-15. juni:

Regnskab, evaluering og dokumentationsarkivering.



## Organisation

Bag festivalen står Foreningen Talk Town, der blev stiftet i 2018. Bestyrelsen består af Mika Christoffersen fra Roskilde Festival Højskole (næstforkvinde), samt Lise Johansen (direktør) og Nanna Højlund (forkvinde) fra Kvinderådet. I de kommende år vil højskolerne engagere sig kraftigere og blive medejere af Talk Town. De kommer til at indgå aktivt i bestyrelsen, bl.a. Vallekilde Højskole er i spil. Højskolerne vil også være med til at fundraise til festivalen. Kvinderådets formål er at "koordinere de kvindepolitiske krav og påvirke den kønspolitiske udvikling nationalt og internationalt" på vegne af dets over 40 medlemsorganisationer (se Bilag 1: Kvinderådets medlemsliste). Kvinderådet er ansvarlige for aflønning af sekretariatet og er således yderst engageret i festivalen på dets medlemmers vegne.

Udviklingen og produktionen af Talk Town udføres af Talk Towns sekretariat, der består af Maia Kahlke Lorentzen, Nanna Balslev og Cecilie Brandel. Festivalleder Cecilie Brandel blev ansat i starten af året, og hun har en solid baggrund med mere end 17 års erfaring indenfor arrangementsudvikling og -produktion samt en kandidat i virksomhedsstudier. Hun har senest arbejdet som chef for arrangementer og partnerskaber, Copenhagen Contemporary, og tidligere for bl.a. Culture Works og Strøm Festival.

Sekretariatet har tidligere været aktive i det københavnske aktivistiske kulturskaberkollektiv, Renegade Runners og dameUlove. Både udviklingen og afviklingen af festivalen sker i samarbejde med en lang række dedikerede frivillige og ildsjæle, der har været aktive i festivalen gennem årene.

Det er bestyrelsens vurdering, at det med græsrodderne i hjertet af festivalen er muligt fortsat at udvikle Talk Town i en relevant, vedkommende retning, der er politisk relevant - både for byens borgere, men også nationalt.



# Dokumentation

Talk Town vil umiddelbart efter afholdelsen, og senest primo juli 2022, fremsende dokumentation af festivalen til Københavns Kommune bl.a. inkluderende deltagerantal, liste over aktører og arrangementer, regnskab, evaluering samt pressemappe, hvori dokumentation for synliggørelse af fonden vil indgå.

## Oversigt over bilag

### BILAG #1

## Kvinderådets medlemsliste

### BILAG #2

## Liste over samarbejds-partnere 2021

### BILAG #3

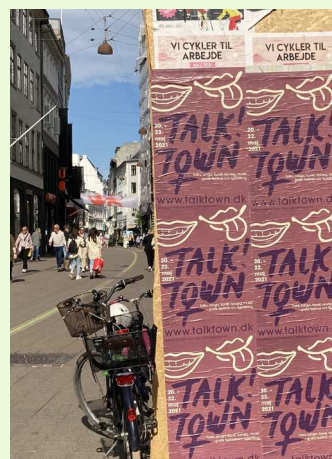
## Budget for Talk Town 2022

### BILAG #4

## Markedsføringsstrategi

### BILAG #5

## Bæredygtighedsstrategi



## BILAG #1

# Kvinderådets medlemsliste

Afghansk Kvindeforening i Danmark  
BUPL  
Danner  
Dansk Journalistforbund  
Dansk Jurist og Økonom Forbund (DJØF)  
Dansk Kvindesamfund  
DM  
Dansk Sygeplejeråd  
Danske Baptisters Kvindeforbund  
Danske Handicaporganisationer  
Danske Kvindelige Lægers Forening  
De Grønne Pigespejdere  
Den Irakiske Kvindeforening i Danmark  
Det Radikale Venstres Ligeretsudvalg  
Enhedslistens Kvindeudvalg  
Fagligt Fælles Forbund - 3F  
Feministisk Forandring  
FOA  
Forbundet Arkitekter og Designere  
Foreningen for Kønsforskning i Danmark  
Frelsens Hærs Kvindekreds  
Gender Equality Center

Gymnasieskolernes Lærerefor-  
enings Ligestillingsudvalg  
HK Danmark  
Ingeniørforeningen i Danmark  
(IDA)  
Jordemoderforeningen  
KFUK's Sociale Arbejde  
Kost & Ernæringsforbundet  
Kvindelige Kunstneres Samfund  
Kvindemuseet i Danmark  
Kvinder i Musik  
Kvindernes Internationale Liga for  
Fred og Frihed  
LOKK  
Nyt Europa  
Oasis  
Sex & Samfund  
Socialistisk Folkepartis Ligestil-  
lingsudvalg (SF)  
Socialdemokratiets Ligestillings-  
netværk  
Socialpædagogernes Landsfor-  
bund  
Soroptimist International  
Danmarks Unionen Venstre  
Virksomme Kvinder  
WIZO i Danmark  
Zonta



## BILAG #2

# Liste over samarbejdspartnere 2020-21

LGBT Asylum, Enhedslisten, Nat Fogel, Low Impact Posse, Fordi Det Nytter/She For She, BUPL, LGBT Ungdom, OVO Press, Forlaget Cobolt, Ungdomsbyen på Global Platform, Feministisk Forandring, Center for Magtanalyse, MELLEM OS, Feminisme ligestilling, Kira Marie Peter-Hansen MEP og Greens/EFA i Europaparlamentet, Peech, Den Irakiske Kvinde Liga, Kvinde Kend Din Historie, Voldsforebyggelse i praksis v/Chris Poole, Tyrannosaurus Regs, Feministisk Forandring, NORM + Flexwerker, Everyday Sexism Project Danmark, A Seat At The Table, Ulandssekretariatet, Fahad Saeed, Oxfam IBIS, Radio LOUD, Danner, The Time Travel Agency, Folkekirkens Nødhjælp, Maternity Foundation, Sex & Samfund, Sex & Samfund International, KVINFO, The Red Van, Erhvervsuddannelseselever imod fordomme, DIPD, DareGender, Operation Dagsværk, Dansk Institut for Internationale Studier - DIIS, Morcati, Nat Pod'en, Kunst og Kultur I Balance, Cat Eyed People, LGBT+ Denmark - Global Queer Volunteers, MIX COPENHAGEN, Bazooka ApS, EuroMed Rights, Abortfortællinger, SF, Afro Danish Collective, GodGu, Rebel With a Cause, ARIEL - Feminism in the Aesthetics, CBS, Lund University, Elif Shafak, Masif Alinejad, Sammen Mod Racisme, Sabaah, Antiracistisk Arbejdsgruppe, Dansk Magisterforening og Nyt Europa, K.Vinders Fond

# Budget for talk town 2021

<b>Indtægter</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b>
Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.		Bemærk 2021
Tilskud fra Københavns Kommune	250000	100000
KODA Kultur	100000	100000
Statens Kunstfond	50000	56000
NAPA - Nordens Institut i Grønland samt Den Grønlandske Fond	100000	0
Tuborgfondet, Nordea-fonden og andre fonde	250000	350000
<b>Øvrige indtægter specificeret</b>		
Salg af sceneplads/slots	70000	70000
Barsalg	10000	0
Feministisk markedsplads	8000	0
Egenbetaling Kvinderådet til projektledelse	150000	150000
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>988000</b>	<b>826000</b>
<b>Udgifter</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b>
Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov		Bemærk 2020
Festivalledelse/projektledelse/frivilligkoordinering Jan-Maj	250000	240000
Projektkoordinering og udvikling af format med højskolerne fra efteråret 2021 én person deltid sep-december	50000	-
<b>Produktion</b>		
Venue inkl. teknikere og teknik 3 dage	97500	97500
Livestream	45000	45000
Onlinefacilitering		8500
Produktionsansvarlig	20000	20000
Programindhold	134500	102000
Arrangementdesign (2021 designet genbruges)	5000	10000
Transport	5000	5000
Transport udenlandske speakere	10000	-
Overnatning	20000	-
Catering	15000	10000
Skiltning	5000	5000
<b>Abonnementer</b>		
Forsikring	6000	6000
Gebyrer og licenser inkl. Zoom, KODA og GRAMEX	5000	5000
Konsulentydelse (revisor, fundraising) mv.	15000	15000
<b>Markedsføring og Kommunikation</b>		
Grafiker og hjemmeside	55000	42000
Marketing	35000	20000
SoMe annoncering	25000	15000
Plakatkampagne	25000	15000
Videocontent	15000	10000
Fotograf/Videograf	15000	10000
PR	10000	10000
<b>Andet</b>		
Coronasikring	5000	15000
Uforudsete udgifter	20000	20000
Satellitscene i Nuuk	100000	100000
<b>I alt</b>	<b>988000</b>	<b>826000</b>

# Markedsføringsstrategi

Talk Town fik i 2020 en opdatering af tidligere markedsføringsstrategi, som der i 2021 bliver bygget videre på. Med ambitionen om at gøre festivalen interessant for en bredere gruppe interessenter, blev følgende tiltag gennemført:

- Opdatering af visuel profil til et mere moderne udtryk, der henvender sig til nye målgrupper.
- Ny hjemmeside med stærkere fokus på kommunikationsdesign og brugervenlighed for nye publikummer.
- Professionalisering af indholdsstrategien for Talk Town som helhed.
- Udvidelse af markedsføringskanaler, da det tidligere fokus på Instagram primært henvendte sig til det allerede eksisterende publikum.
- Løbende sproganalyse og SEO-optimering for at sikre, at festivalens materialer er sprogligt tilgængelige samt synlige på internettet.

## I 2021 måler vi vores succes på følgende datasæt:

- Tilmelding til nyhedsbrev og click rate.
- Følgere på sociale medier, herunder Instagram og Facebook.
- Engagement rate (hvordan vores følgere interagerer med vores indhold).
- Besøg på hjemmesiden.
- Mixed method evaluering af selve festivalen vha. spørgeskemaer, exit pop quiz og andre aktiviteter.
- Engagement af græsrodsbevægelsen i København og word-of-mouth aktivering i bredere netværk.

## Fokusområder

### SOME

Vi har stor succes med at nå især unge målgrupper via Facebook og Instagram med fængende, visuelt indhold. Vi anvender guides, billeder fra events, take-overs af vores Instagram af ledende stemmer fra den feministiske græsrodsbevægelse mm. I år giver DJ og aktivist, Future Female Sounds, en 30 sekunders introduktion til DJ'ing, som teaser til DJ-workshoppen, der finder sted på årets festival, og Moussa Mchangama fra Mino Danmark, giver sit bud på 3 gode events at tage til. Der bliver i 2021 sat højere fokus på at producere indhold til markedsføringen af festivalen i 2022. Professionelle fotos og videooptagelser fra festivalen klippes til små videoer, der kan leve efter festivalen og som optakt til næste år.

### NYHEDSBREV

I løbet af 2020 har der været fokus på en bedre anvendelse nyhedsbrevet. Vi anvender segmentering for at sikre relevans for alle vores modtagere. Samtidig spreder vi også indhold skabt af andre dele af den feministiske græsrodsbevægelse via nyhedsbrevet. Talk Towns mailingliste er vokset med 75% i 2020, og vi forventer yderligere stigning i 2021.

### PRESSE

I månederne op til festivalen ansætter vi en ekstern presserådgiver, der hjælper med placering af historier, pitches og generel dækning af festivalen og dens mærkesager i den nationale presse. Sekretariatet har opbygget et stort og solidt pressenetværk, og i år forventes pressedækning følgende medier: DR, Information, Weekendavisen, Alt for damerne, Politiken, Heartbeats og lokalaviserne.

### AKTØRER OG GRÆSRØDDER

Vi producerer en guide, der beskriver hvordan vores mange forskellige aktører bedst kan promovere deres arrangementer på Talk Town til egne medlemmer og til offentligheden. Derudover prioriteres der også digitale annoncepengene på aktører, som har særlig interesse for københavnere, eller som har ekstra brug for hjælp med at få deres budskab ud. I år lancerede vi en pressemappe med grafik af programmet, som aktørerne kunne dele på deres platforme, for at skabe visuel sammenhæng.

# Bæredygtighedsstrategi

Talk Town har udviklet vores egen 2021-plan, som skal sikre dels grøn administration og kontorhold, dels videreudvikling af vores bæredygtige festival. Planen er en videreudvikling af de klimatiltag, vi allerede har foretaget på tidligere festivaler. Talk Town søger, så vidt det er muligt, at arbejde med lokale, socialøkonomiske virksomheder, som på en eller flere måder arbejder med FNs verdensmål.

## Grøn administration

“Grøn administration” er en seriøs og målrettet fælles indsats, der skal spare energi og skabe miljøforbedringer i vores virksomheders drift. Indsatsen bygger bl.a. på en kvalitets- og materialebevidsthed i alle fællesskabets aktiviteter og investeringer. Herunder:

- Klimavenlig printer, -printerpapir og -blæk. Så vidt muligt printes der ikke i sekretariatet.
- Ladcykel til distribution af flyers, programbøger og anden let transport.
- El-sparepærer.
- Lys-sensorer, der automatisk slukker på et givet tidspunkt.
- Fælles mad- og energipolitik.
- Opsyn med vandforbrug i arbejdstiden.
- Opsyn med varmekonsum i arbejdstid, samt i weekender og ferier.
- Genanvendelse af kontormøbler og kontorartikler.

## Lyd- og lysproduktion

I videst muligt omfang samarbejder vi med bæredygtige lys- og lydudlejningselskaber i vores koncertproduktioner. Fx bestræber vi os på at anvende digitalforstærkere og LED-lys i vores arbejde for at minimere energiforbruget.

Økologisk, vegetarisk og klimavenlig madpolitik

Det er en del af Talk Towns dna, at vi serverer lokalt, økologisk og bæredygtig mad og drikkevarer. Der serveres alene vegetarisk mad og drikke til både frivillige, artister og publikum.

## Andre tiltag

- Samarbejde med wastefood-virksomheder.
- Mindst muligt madspild ved samarbejde med lokale økologiske og vegetariske leverandører.
- Vi har erstattet catering (som ofte medfører store mængder urørt mad) med buy out/diæter.
- Vi genanvender merchandise og scenografi i videst muligt omfang. Hvis ikke det er muligt, doneres materialerne til velgørende formål.
- Begrænset produktion af merchandise. Verden har ikke brug for flere muleposer!
- Leverandører der fungerer som socialøkonomiske virksomheder eller på anden vis forsøger at aktivere et eller flere af FNs verdensmål.

## Tryksager og papirbrug

Vi er i 2021 gået 90 % digitalt i forbindelse med tryksager. Dvs. at vi kun trykker genanvendelige bannere, byrumsplakater og stickers. Program og kataloger bliver kun tilgængelige online for at mindske brugen af papir. Til tryksager anvender vi udelukkende trykkerier, som er kvalitets- og miljøcertificeret efter ISO og EMAS og producerer bæredygtige tryksager iht. FSC, PEFC, Sva-

## INTRODUKTION /

Ungdommens Folkemøde er en demokratifestival i hjertet af Valbyparken, der samler unge mellem 15-25 år til to dage, hvor holdninger mødes og brydes, og hvor unges stemmer bliver hørt af både beslutningstagere, interesseorganisationer og hinanden. De seneste seks år har Ungdommens Folkemøde engageret over 100.000 unge til en heksekedel af visioner, ideer, drømme og håb samt diskussioner, møder, samtaler, aktiviteter og udtryk, der har sat aftryk i ungdommen såvel som resten af landet.

I 2016 afholdte vi det første Ungdommens Folkemøde, for at tage livtag med den tendens, som den internationale ICCS-rapport<sup>1</sup> havde konkluderet. For alt imens danske unge er verdensmestre hvad angår viden om politik og samfundets opbygning, så halter vores unge bagefter, når det kommer til demokratisk selvtillid og troen på, at det giver mening at involvere sig i demokratiet og samfundet. Imidlertid ser vi nu en ungdom, der udtrykker sig gennem demonstrationer, borgerforslag, sociale medier, debatindlæg, oprettede organisationer mv. Unge engagerer sig i stigende grad i klimadagsordener og er politisk bevidste forbrugere som aldrig før. Med andre ord spirer den demokratiske samtale og selvtillid gennem ord og handling!

**Men! Vi ser samtidig**, hvordan fortællingen om samfundsengagement stadig centraliserer sig omkring en grundidé om, at den ser ud på en særlig måde, og således er noget man enten besidder eller ikke gør. Dette efterlader et tomrum for den eksplosion af engagement, som mange unge går rundt med og som ikke på samme måde repræsenteres i samtiden. Derfor er det en forudsætning, at vi konstant udfordrer idéen om, hvad engagement er, og viser bredden af samfundsengagement.

**Vi ønsker at** skabe en demokratifestival for unge, der både repræsenterer det klassiske politiske engagement, men som også rummer projektageriet, byggeriet, lektiehjælpen, omsorgen og den generelle nysgerrighed for det samfund, som vi lever i. Vi arbejder strategisk i retning af hele tiden at skabe en festival, hvor både pladsen og indholdet formår at rumme spændvidden af den danske ungdoms engagement, og som hele tiden optimerer sin demokratiske bæredygtighed.

Ungdommens Folkemøde **søger herved en treårig bevilling på 1.000.000 kr. årligt af Københavns Kommune til dels at støtte festivalens eksistens, men samtidig strategisk udvikling af festivalen i retning af en demokratisk bæredygtighed**, der både rummer det sociale men i særdeleshed også det miljømæssige. En treårig bevillingsperiode vil tillade os som festival at kunne satse yderligere på langsigtet og strategiske veje for festivalens fremtid.

I dette udviklingsarbejde er der dels fokus på den demografiske udvikling af deltagerne, hvilket understøttes yderligere gennem udvikling af festivalens indhold. Gennem en treårig periode vil Ungdommens Folkemøde lancere tre nye koncepter for festivalen, der har til hensigt dels at sætte fokus på miljø og klima, men samtidig også understøtte den sociale bæredygtighed for festivalens demokratiske samtale.

Med andre ord ønsker vi at engagere flere, gennem nye udbud og nye måder at tænke samfundsengagement på!



<sup>1</sup> International Civic & Citizenship Education Study 2016

## UFM'22-24: EN DEMOKRATISK TRETRINSRAKET /

I løbet af bevillingens treårige periode vil vi på Ungdommens Folkemøde lancere tre nye områder for festivalen, der alle skal understøtte ambitionen om at skabe en festival, der engagerer bredere gennem spændvidden af samfundsengagement. I 2024 vil vi altså engagere unge igennem både hænderne, smagsløgene og stemmen

# '22

7. - 8. september

**NYT OMRÅDE: MAKER-ZONE**



2 dage  
30.000 deltagere  
80 organisationer

8 UFMpH forud



# '23

6. - 7. september

2 dage  
33.000 deltagere  
100 organisationer

10 UFMpH forud

**NYT OMRÅDE: FOLKEKØKKEN**



# '24

4. - 5. september

**NYT OMRÅDE:  
DOME OF DEMOCRACY**

2 dage  
37.000 deltagere  
120 organisationer

15 UFMpH forud





## MAKER ZONE /

# '22

I samarbejde med Foreningen Maker vil vi på Ungdommens Folkemøde 2022 lancere området Maker Zone. Her vil deltagerne blive præsenteret for en legende og kreativ tilgang til teknologi, bæredygtighed og cirkulation. Dette område arbejder videre på vores nuværende pilotprojekt fra Ungdommens Folkemøde 2021, hvor vi i en nedskaleret version undersøger, hvordan vi kan etablere mere bygge- og skaberkultur ind i festivalens demokratiske samtaleanlæg.

**Maker Zone har til formål** at engagere unge gennem eksperimenter og hands-on erfaring, der samtidig åbner om for en samtale om, hvordan fysiske genstande - og re-materialiseringen af samme - i sig selv kan blive en samfundsengagerende aktivitet. Maker Zone vil produktivt bruge klimabekymringer og tanker til at skabe konkret handlekraft hos unge på festivalen. Derudover forestiller vi os, at FGU elever vil være tilstede i området og via et ung-til-ung princip understøtte skaberkulturen.

Med **Makerzonen forventer vi** dels at bidrage med mere erfaring og forståelse for eksempelvis genanvendelse og design af cirkulære systemer, men samtidig også at omfavne et bredere spektrum af unge deltagere. Hertil vil netop denne zone være med til at styrke interessen for festivalens hos andre unge målgrupper eksempelvis EUX-studerende.

Vi vil i samarbejde med Foreningen Maker benytte deres konkrete viden fra Copenhagen Maker Festival til at skabe et område, der fungerer som rugekasse, hvor unges ideer, gejst, vrede, interesse og indignation, kapulteres og modelleres til handling!

Med MakerZone vil vi på Ungdommens Folkemøde:

**Skabe et rum for unge med håndværks- og byggemæssig interesse**

**Synliggøre hvordan samfundsengagement kan manifestere sig til konkrete produkter og ikke blot samtale**

**Have fokus på bæredygtig innovation**



På Ungdommens Folkemøde har vi længe ønsket at benytte de gode erfaringer, viden og netværk fra vores tidligere projekt Madfællesskaberne<sup>2</sup>. Ambitionen er at skabe en madoplevelse på festivalen, der aktivt inviterer deltagerne med bag kulissen, så deltagerne i fællesskab kan dele madglæden gennem hele processen. Forskning viser at unge ikke gider lave mad, når det blot er til dem selv. I stedet finder unge glæde ved at bruge tid på maden, når det laves og spise i fællesskab med andre<sup>3</sup>.

På baggrund af dette, har vi på Ungdommens Folkemøde en vision om at supplere de konventionelle foodtrucks med et madområde, der ikke bare mætter sultne maver, men også stimulerer og skaber oplevelser og rum til at diskutere sundhed, smag, bæredygtighed og fremtidens fødevarer.

Med inspiration fra Foodjam på Roskilde Festival<sup>4</sup> **ønsker vi på Ungdommens Folkemøde 2022 at skabe et madområde**, hvor deltagerne aktivt inviteres med i køkkenet. I samarbejde med eksempelvis Fonden Københavns Madhus, Gro Selv, Kitchen Collective og elever fra madlinjer på de Forberedende Grunduddannelser (FGU), vil deltagerne blive mødt af madværter, der både guider og hjælper igennem processen.

**Folkekøkkenet vil være** et tværfagligt samarbejde mellem forskellige aktører, og derved vil vi ikke alene engagere unge deltagere på festivalen, men vil samtidig engagere unge fra FGU-uddannelserne, ved at tilbyde et alternativrum til at indtræde i festivalen på<sup>5</sup>. Vi forventer i 2023 at have 3000 kuverter på festivalen, og 4000 kuverter i 2024 svarende til ca. 10% af det samlede deltagerantal.

Med Folkekøkkenet vil vi på Ungdommens Folkemøde:

**Sælge billige, bæredygtige og sunde måltider til festivaldeltagerne ud fra princippet om ung-til-ung**

**Gøre måltidet til en oplevelse og inspirere, udfordre og stimulere samtaler om mad og madvaner.**

**Bidrage til at skabe opmærksomhed blandt de øvrige unge festivaldeltagere om erhvervsrettede uddannelser såsom madfaglige og tjeneruddannelser.**



<sup>2</sup> Projekt Madfællesskaberne: <https://nordeafonden.dk/projekter/madfaellesskaber-bringer-unge-sammen>

<sup>3</sup> <https://foodculture.dk/samfund-og-forbrug/madkultur/2015/unge-vil-lave-mad-til-hinanden>

<sup>4</sup> <https://www.madkulturen.dk/projekt-indsats/danmarks-stoerste-koekkenfest/>

<sup>5</sup> Vi har tidligere en solid og god erfaring med at arbejde med FGU klasser ifm. vores projektpulje Rumlig, hvor eleverne bygger atmosfæriske konstruktioner til festivalpladsen og samtidig hjælper til som frivillige under afvikling.

# '24

## DOME OF DEMOCRACY /

Valgretsaldere er historisk set løbende blevet yngre, men denne tendens har imidlertid været stagneret siden 1978, hvor den er endt på 18 år<sup>6</sup>. Alt imens en valgretsaldere på 16 år, siden årtusindskiftet har været omdiskuteret, har vi endnu ikke givet flere unge muligheden for at stemme. Vores egen undersøgelse Ung & Reduceret fra 2019<sup>7</sup> indikerer, hvordan unge tillægger et særligt demokratisk mandat til de 18 år, da denne alder markerer skæringspunktet for at kunne stemme.

**Med Dome of Democracy ønsker vi** på Ungdommens Folkemøde at skabe en platform, hvor unge kan indtræde i det politiske maskinrum og skabe reel politisk udvikling. Ambitionen er at give unge værktøjer og derigennem vise, hvordan alle unge kan bidrage og tage aktiv del i det politiske liv. Vi ønsker at sætte fokus på den demokratiske ulighed, som eksisterer hos ungdommen, som konsekvens af, at den ældre del af vælgerkorpset bliver større og større. Det estimeres at når den demografiske udvikling i Danmark topes i 2030, vil næsten 1/3 af befolkningen være over 60, men under 1/5 vil være 35<sup>8</sup>.

**Ambitionen for Dome of Democracy er**, at bredden af deltagere på Ungdommens Folkemøde igennem fælles dialog, nysgerrighed og samarbejde kan drøfte og beslutte, hvad vi stiller op med alskens samfundsudfordringer. Vi vil med Dome of Democracy omsætte unges eksisterende engagement til konkret politisk handling og -magt.

Vi har set, hvordan inddragende tiltag såsom Klimaborgertinget og Borgerforslag på flere parametre ikke formår at forpligte politikerne direkte på borgernes visioner<sup>9</sup>. Derfor vil Dome of Democracy også husere et kommissorium bestående af en række ungdomsorganisationer, der i fællesskab med deltagerne, kan omsætte indignation, frustration og tanker til reelle borgerforslag, kampagner mv. Vi tror på, at vi i samarbejde med andre ungdomsorganisationer kan kvalificere og forsøge at lægge pres på de forskellige dagsordner, som fylder i ungdommen.

**Med Dome of Democracy vil vi** arbejde for, at der handles og tages stilling til unges konkrete visioner og forslag til samfundet! Dome of Democracy fungerer således som Ungdommens Folkemødes mikrokosmos af et borgerting, hvor vi vil arbejde for mere ungdomsmagt i de politiske processer!

Med Dome of Democracy vil vi på Ungdommens Folkemøde:

**Komme med konkrete politiske udspil fra unge til beslutningstagere**

**Sætte fokus på unges demokratiske ulighed i samfundet og demokratiet**

**Skabe en bevægelse af unge, der gennem det politiske maskinrum og dens arbejdsmetoder aktivt kan tvinge beslutningsforslag igennem**



<sup>6</sup> <https://valg.oim.dk/media/14998/valgretten-gennem-tidene-frem-til-1978.pdf>

<sup>7</sup> <https://ungdomsbureauet.dk/wp-content/uploads/2020/05/Ung-og-Reduceret.pdf>

<sup>8</sup> <https://www.zetland.dk/historie/s8l4vX2L-ae6XddK5-40b0b>

<sup>9</sup> <https://politiken.dk/debat/art8194961/Christiansborg-nedsætter-et-Klimaborgerting-med-100-borgere.-Men-politikerne-end-ikke-dukke-op-og-lytte-til-deres-anbefalinger>

<https://www.mm.dk/artikel/venstre-borgerforslag-underminerer-tilliden-til-folkevalgte>

## DELTAGERESAMSÆTNING & UDVIKLING /

Ungdommens Folkemødes vision er at skabe mere ungdomsmagt! På trods af en stigende demokratisk selvtillid ser vi forsat, at unge ikke inddrage i emner, der berører ungdommen selv. For selvom ungdommen i høj grad har fundet fællesskab og styrke i at samle sig, betyder det ikke, at de nødvendigvis lyttes til. I takt med at ungdommen sparker flere og flere døre ind og kræver sin plads ved forhandlingsbordene, skal UFM være det rum, unge kalder på. UFM skal samle og styrke ungdommens stemme – sikre mere magt til ungdommen. Vi arbejder derfor løbende på dels at sikre deltagelse fra hele landet og hele uddannelsesspektret, men samtidig også skabe politiske ringe i vande, som skaber reel magt til den danske ungdom! Dette gør vi bl.a. ved:

**Interessepluralisme:** Ungdommens Folkemøde skal kunne rumme og inspirere alle unge. Derfor sætter vi fokus på, at der er oplevelser og udfordringer, der rammer et mangfoldigt publikum gennem bredde såvel som temaer og engagementsformer. Gennem vores nye områder sætter vi også unge fra EUD'er og FGU'er forrest og skaber et rum for dialog mellem forskellige unge.

**Besøg på uddannelser:** Ambitionen for Ungdommens Folkemøde er, at deltage sammensætning repræsenterer bredden og mangfoldigheden af den danske ungdom – både hvad angår uddannelse og geografisk placering. Derfor drager vi på Danmarksturné, hvor vi besøger alskens forskellige ungdomsuddannelser, hvor ca. 91,3% af en årgang begynder<sup>10</sup>.

**Ungdommens Folkemøde på Hjul<sup>11</sup>:** Da Danmark blev lukket ned af en pandemi i foråret 2020, måtte vi som så mange andre aflyse årets festival i Valbyparken. Men ud af asken på enhver krise står muligheder, og frøene til Ungdommens Folkemøde på Hjul blev sået. Ungdommens Folkemøde på Hjul vil årligt tage på tur rundt i landet og afholde lokale endagsdemokratifestival, der vil kulme med megabegivenheden Ungdommens Folkemøde i Valbyparken. Med UFMpH kan vi arbejde for at trække endnu flere unge til hovedstaden og vise, hvad byen kan.

Ungdommens Folkemøde har siden 2016 kontinuerligt haft vækst i deltagerantal, og vi forventer forsat en tiltagende vækst, da unges krav om inddragelse og magt ikke har nået sit mætningspunkt endnu. Frem imod 2024 forventer vi en vækst på 48% fra 25.000 (2019) til 37.000 (2024), dertil forventer vi en vækst af deltagende organisationer på 33% fra 80 (2019) til 120 (2024),

	ANTAL DELTAGERE /	ANTAL ORGANISATIONER /
2016	20.000	60
2017	23.000	72
2018	23.000	76
2019	25.000	80
2020 <sup>12</sup>	13.000	-
	FORVENTET ANTAL DELTAGERE /	FORVENTET ANTAL ORGANISATIONER /
2021 <sup>13</sup>	18.000	60
2022	30.000	80
2023	32.000	100
2024	37.000	120

<sup>10</sup> Dette er baseret på Undervisningsministeriets estimater: <https://www.uvm.dk/statistik/tvaergaende-statistik/andel-af-en-ungdomsaargang-der-forventes-at-faa-en-uddannelse/profilmodel-definition-og-metode>

<sup>11</sup> Vi er på nuværende tidspunkt i gang med at fundraise til at realisere Ungdommens Folkemøde på Hjul fra 2022

<sup>12</sup> Her skal tages særligt højde for pandemien og dertil, at Ungdommens Folkemøde Online (UFO) blev skabt og afviklet på 2 uger

<sup>13</sup> Her tages særligt højde for pandemien og den foreløbige genåbningsplan, der sætter begrænsning på antal deltagere

## SAMARBEJDSPARTNERE & ØKONOMI /

En grundforudsætning for Ungdommens Folkemøde er samarbejdet mellem os og et væld af organisationer, der alle bidrager med indhold, workshops, dialog og konstruktioner på Ungdommens Folkemøde. Derudover samarbejder vi med forskellige festivaler og kulturelle tilbud, som bistår med både erfaringsudveksling, konstruktioner og indhold samt at skabe festivalstemningen mv. Disse inkluderer:

**Copenhagen Contemporary:** Ungdommens Folkemøde samarbejder med Kunstdemokraterne fra Copenhagen Contemporary, hvor unge udvikler kunst, der synliggør nutidige samfundsproblematikker. Gennem workshops mellem Ungdommens Folkemøde og Kunstdemokraterne undersøger vi, hvordan kunst og politik både er afhængige af hinanden og former hinanden.

**Golden Days:** Golden Days-festivalen afvikles af non-profit-kulturorganisationen af samme navn, og finder normalvis sted i forlængelse af Ungdommens Folkemøde i Valbyparken. Vi samarbejder gennem fælles vidensdeling, sparring, som workshopdeltagere, taler mv.

**Copenhagen Photo Festival:** Ungdommens Folkemøde samarbejder med Copenhagen Photo Festival ved at forlænge de forskellige værkers udstillingsrum. Ambitionen for samarbejdet er at udstille fotografier taget af unge, og sætte fokus på samfundet og fællesskabet.

**Foreningen Maker (Copenhagen Maker Festival):** I 2021 har Ungdommens Folkemøde opstartet et samarbejde med Foreningen Maker, der senere skal danne rammen for et decideret Maker Zone på UFM'22. Her undersøger vi opfindelser, teknologisk skabertrang og maker-kulturen.

**Roskilde Festival Experience:** Vi samarbejder med RFX omkring logistikken på festivalpladsen, hvor de bistår som partner i at opbygge, producere og afvikle festivalen i trykrammer.

**Tomorrow:** I 2021 har vi påbegyndt et samarbejde med Tomorrow festival, da de afvikler i Valbyparken få dage forud for Ungdommens Folkemøde. Vi koordinerer og planlægger rammer, der kan styrke vores fælles logistiske rammer.

**Ung Kunst:** Ung Kunst samarbejder med Ungdommens Folkemøde om at skabe kunstværker og -installationer fra ungdommen til ungdommen. Samarbejdet har til formål at inspirere og skabe fokus på, hvordan kunsten kan være et kritisk politisk værktøj for den samtid, vi lever i.

**SUMH:** Sammenslutningen af Unge Med Handicap er en nøglepartner i vores tilgængelighedsarbejde, hvor vi løbende indgår i sparring af, hvordan vi kan sikre tilgængelige rammer for forskellige unge. Her koordinerer vi bl.a. taktilskiltning, farvekoordination af festivalpladsen, Quiet-Zone loungeområde mv.



Ungdommens Folkemøde finansieres af fonde og offentlige midler samt af betalte partnerskaber fra organisationer som deltager på festivalen. Dette sikrer, at det er gratis at deltage på festivalen, og at det derudover ikke kræver tilmelding eller lign. at dukke op på festivalpladsen. På den måde understøtter vi, at festivalpladsen er åben, levende og mangfoldig i sine deltagere.

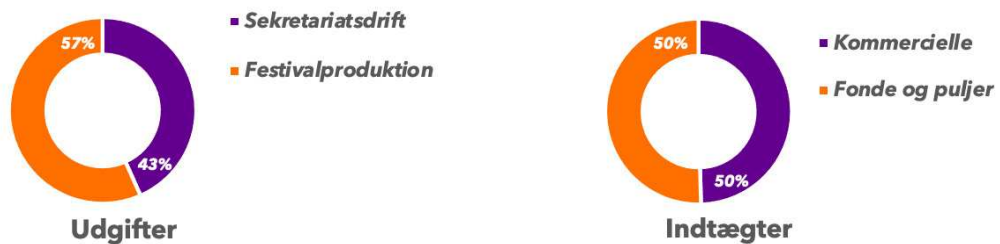
I 2021 lanceret vi i kølevandet på vores partnerskabsmodel et firetrins-pris at deltage i festivalen på som organisation. Det gjorde vi bl.a. i forsøget på at gøre Ungdommens Folkemøde mere økonomisk selv bærende, gennem bl.a. langvarige og strategiske partnerskaber, der kan øge mængden af egne indtægter. Derudover tilbyder vi stadig en reduktion af prisen for de organisationer og foreninger, som er stiftet og drevet af unge selv. Ungdommens demokratiske tilstedeværelse på Ungdommens Folkemøde er selvfølgelig en forudsætning for hele festivalen! Samtidig muliggjorde denne lancering af vores firetrins-prismodel en gennemsigtighed overfor vores partnere, hvilket vi tror giver demokratisk værdi for festivalen.

Vi insisterer dog forsat på, at Ungdommens Folkemøde skal være gratis, for demokratiet skal være tilgængeligt for alle! Derfor må vi sande, at vi med vores ambitioner om at udvikle nye koncepter og formater for festivalen ikke kan afvikle uden støtte fra fonde.

### UFM'22



### UFM'23



### UFM'23



## BÆREDYGTIGHED & LIGESTILLING /

Vi arbejder løbende med at finde de bedste løsninger hvad angår bæredygtighed såvel mangfoldighed på festivalpladsen og i arbejdsprocesserne. Som festival forbedrer vi os hvert år, og vi er bl.a. medlem af Brancheforeningen for Oplevelsesproducenter<sup>14</sup>, med henblik på at dele erfaringer, samt at kunne stå sammen i henvendelser til leverandører med at kunne stille større krav.

Som demokratifestival arbejder vi konstant på at sikre en bred repræsentation i vores indhold, der afspejler den faktiske virkelighed, vi lever i. En analyse lavet af Kvininfo for Ungdommens Folkemøde i 2019<sup>15</sup> viser desuden at vi blandt vores deltagersammensætnings køn og etnicitet repræsenterer den faktiske virkelighed, men samtidig påviste analyse også, at der blandt musikindholdet var en overrepræsentation af mandelige kunstnere. Vi arbejder forsat på at udligne denne forskel for vores indhold på diverse scener.

I 2021 lanceret vi dertil vores Demokratiidealer<sup>16</sup>, der har til hensigt at sikre at festivalen – funderet på Hal Kochs demokratiske principper – er et safe space for demokratisk tænkning. Disse idealer inkluderer:

- Vi møder hinanden med positive forventninger
- Vi deltager nysgerrigt
- Vi har respekt for alles deltagelse
- Vi taler sammen
- Vi begår fejl

Vi har løbende forsøgt at optimere festivalens miljømæssige bæredygtighed, og vi ønsker forsat at finde nye og mere optimale løsninger. Når unge kræver klimahandling, så er det essentielt for UFM, at vi forsat går med i kampen for klimaet og fremtiden! Dette udspiller sig eksempelvis igennem:

- Klima på dagsordenen både som sceneindhold, specifikt tematelt og gennem klimamarch på pladsen
- Udvidelse af samarbejdspartnere til at sikre en bæredygtig festival. I 2021 samarbejdede vi med LoveSpring, der som socialøkonomisk virksomhed både bidrage med gratis vand på festivalpladsen, og samtidig laver brønde til rent drikkevand i Afrika på baggrund af de midler, som de tjener fra salg af deres bionedbrydelige drikkedunke.
- Vi har en politik for organisationers uddeling af materiale, hvor det ikke er tilladt at dele flyers, bolsjer eller andet. Dette er for at mindske mængden af affald og produktionen af materiale i forbindelse med festivalen.
- Vi sorterer affald i op til 9 forskellige fraktioner, alt efter område. Derudover samarbejder vi løbende med bl.a. RF Experience om nye muligheder for sortering af madaffald og emballage.
- Vi genanvender så meget af det materiale, der produceres til festivalen som muligt, alt fra skilte og bannere til installationer, frivilligtøj og loungemøbler. Derfor har vi bl.a. ikke årstal på vores materialer, da eksempelvis overskudsfrivilligtøj kan gå igen til året efter.
- Vi har optimeret vores løsninger for festivaltoiletter, så vi nu bruger mindre strøm og vand.
- Fremfor gators (golfbiler) som kører på diesel, har vi i stedet skiftet til eldrevne.
- Hvis der anvendes konfetti, glimmer el.lign. til et sceneindslag er dette bionedbrydeligt.
- Vi arbejder løbende på at skære ned i produktionen af papirmateriale. Derfor har vi udfaset vores festivalavis, til fordel for en mindre programfolder.
- Fremfor at producere nye skilte hver år, har vores frivilligruppe i år produceret konstruktioner, der samtidig er universalskiltning til eksempelvis infobod, toiletter mv.

Vi håber dertil, at vi med denne treårige bevilling kan forsætte både klimaarbejdet og arbejdet i retning af mere ligestilling gennem vores treårige fokus på social- og miljømæssig bæredygtighed.

<sup>14</sup> <https://oplevelsesproducenter.dk>

<sup>15</sup> <https://kvininfo.dk/saadan-lige-repraesentation-af-koen-og-etnicitet/>

<sup>16</sup> <https://www.ungdommensfolkemoede.dk/demokrati-ideal>

## BUDGET /

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Ungdomsbureauet
<b>CVR:</b> 40 19 56 88
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Ungdommens Folkemøde 2022-2024
<b>Projektperiode:</b> 1. januar 2022 – 31. december 2024

Indtægter	UFM'22 ex. moms	UFM'23 ex. moms	UFM'24 ex. moms	UFM'21 ex. moms	Note.
<i>Tilskud fra Københavns Kommune</i>	<i>1.000.000</i>	<i>1.000.000</i>	<i>1.000.000</i>	<i>750.000</i>	<i>Ansøges hermed</i>
<b>Øvrige tilskud, specificeret</b>	<b>2.200.000</b>	<b>2.100.000</b>	<b>2.025.000</b>	<b>2.900.000</b>	
Københavns Kommune – teknik og miljø	100.000	100.000	100.000	100.000	Søges på årsbasis
Nordea Fonden	500.000	-	-	500.000	Er bevilget
SparNord Fonden	250.000	250.000	250.000	200.000	Endnu ikke ansøgt
Novo Nordisk Fonden	500.000	500.000	500.000	500.000	Endnu ikke ansøgt
Region Hovedstadens Kulturfremme	750.000	-	-	1.000.000	Endnu ikke ansøgt
Diverse mindre bevillinger	100.000	500.000	400.000	600.000	Ansøges på årsbasis
Større fondssamarbejde	-	500.000	700.000	-	
Rumlige projektstøtte	-	-	95.000	-	Søges på ny i '24
<b>Øvrige indtægter, specificeret</b>	<b>2.554.000</b>	<b>3.238.000</b>	<b>3.858.000</b>	<b>2.601.280</b>	
Salg af organisationspladser	2.250.000	2.610.000	3.050.000	2.140.000	
Salg af mad og drikke i boder, pre-orders	80.000	144.000	172.000	80.000	
Salg af indhold	180.000	300.000	400.000	-	
Strategiske partnerskab	-	120.000	160.000	100.000	
Fees fra diverse foodtrucks	44.000	44.000	56.000	100.000	
Udlejning af materiel	5.000	24.000	32.000	-	
Midler fra andet UB-projekt, Rumlige	186.718	192.300	-	181.280	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>5.754.000</b>	<b>6.332.000</b>	<b>6.915.000</b>	<b>6.251.280</b>	

Udgifter	UFM'22 ex. moms	UFM'23 ex. moms	UFM'24 ex. moms	UMF'21
<b>SEKRETARIAT</b>	<b>2.855.464</b>	<b>3.063.236</b>	<b>3.212.743</b>	<b>2.705.300</b>
Faste lønninger	2.391.190	2.562.926	2.689.813	2.273.000
Drift- og administrationsomkostninger	239.119	256.293	268.981	227.300
Frivillige	225.155	244.017	253.948	205.000
<b>ATMOSFÆRE</b>	<b>427.000</b>	<b>616.200</b>	<b>751.436</b>	<b>510.000</b>
Events på pladsen og etablering af rum	237.000	483.000	641.000	275.000
<i>Makerzone</i>	<i>109.000</i>	<i>97.000</i>	<i>97.000</i>	-
<i>Folkekøkken</i>	<i>20.000</i>	<i>274.000</i>	<i>289.000</i>	-
<i>Dome of Democracy</i>	-	-	<i>135.000</i>	-
Kunst, udsmykning og siddemøbler	60.000	44.000	24.000	135.000
Tilgængeligheds lounge	40.000	28.000	28.000	-
Skilte og visualisering af pladsen	40.000	41.200	42.436	-
Videnssamling og evaluering	50.000	20.000	16.000	100.000
<b>PROGRAM</b>	<b>85.490</b>	<b>90.435</b>	<b>93.707</b>	<b>90.000</b>
Honorar, gaver og erkendelighed – artister	37.080	39.338	40.612	40.000
Artist Care og transport af artister – forplejning	9.270	9.835	10.130	10.000
Stage managers	20.600	21.855	22.510	20.000
Udsmykning på scener	10.300	10.927	11.255	10.000
Koda gebyr	8.240	8.480	9.200	10.000
<b>UNDERVISERE</b>	<b>38.300</b>	<b>40.724</b>	<b>43.214</b>	<b>45.000</b>
Underviserrekruttering	16.000	16.000	16.000	25.000
Møder med undervisere og studeholdere	12.000	13.600	15.200	10.000
Undervisningsmateriale	10.300	11.124	12.014	10.000
<b>KOMMUNIKATION &amp; PR</b>	<b>130.400</b>	<b>128.549</b>	<b>128.326</b>	<b>150.000</b>
PR-materiale, deltagerrekruttering, grafik	89.200	84.840	83.305	110.000
IT-systemer	41.200	43.709	45.020	40.000
<b>SITE &amp; LOGISTIK</b>	<b>2.305.605</b>	<b>2.483.095</b>	<b>2.595.398</b>	<b>2.544.000</b>
Infrastruktur, telte, festavetablering, billeje mv.	1.590.550	1.802.927	1.963.255	1.790.000
Fysisk tilgængelighed	51.500	54.636	56.275	50.000
Renovation, opbevaring, genbrug af materiel	74.550	81.173	87.448	68.500
Buffer og uforudsete udgifter	120.000	120.000	120.000	150.000
Scene, udstyr, PA, Baggear og indkøb materiel	264.800	213.280	151.008	310.000
Rejseomkostninger og forplejning – sekretariat	8.240	8.742	9.004	10.000
Vagter og sikkerhed	195.965	202.337	208.407	165.500
<b>PARTNER, SALG &amp; ORGANISATIONER</b>	<b>95.100</b>	<b>79.087</b>	<b>81.895</b>	<b>126.000</b>
Varekøb	40.000	20.000	20.000	65.000
Fremvisning og vidensdeling	10.300	10.927	11.255	10.000
Diverse udgifter i forbindelse med salg	800	960	1.040	1.000
Rekruttering, pleje og forplejning – organisationer	8.000	5.600	4.800	10.000
Udvikling- og indholdskonference, netværksbar	36.000	41.600	44.800	40.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>5.937.359</b>	<b>6.501.326</b>	<b>6.906.718</b>	<b>6.170.300</b>
<b>RESULTAT</b>	<b>3.359</b>	<b>28.974</b>	<b>8.282</b>	<b>80.980</b>





# Vegansk Vinyl Festival 2022

**Lokation:** Balders Plads

**Dato:** Ultimo Maj - ~21.-23. Maj 2022

**Forventet deltager antal:** 500-1000

**Målgruppe:** Alle

**Ansøgt beløb:** 50.000 DKK

**Tidsplan:** 3-dages festival / 12:00-21:00

**Markedsføring:** Promovering igennem de forskellige deltagere af festivalen, Posters, sociale medier, streaming af DJ sessions etc.

**Ansøger:** Soundtrack Café (Pladsens café)

**Adresse:** Baldersgade 65, Kbh K 2200

**CVR:** 40264701

**Momsregistreret virksomhed:** Ja

**Mail:** Soundtrackkbh@gmail.com

**Kontaktperson:** Nicolas Delgado Clausen

**Tlf:** 31545113

## Projektbeskrivelse

En rolig tre dages festival afholdt på Balders Plads; en hyldest til musik på vinyl og vegansk mad skabt i samarbejde med de lokale vinyl butikker og veganske restauranter. Vi forestiller os 10 boder på hver side af pladsen, 10 boder med vinyl, 10 med vegansk mad.

Der vil stå vinyl DJs på "sten-scenen", som vil skabe en skøn rolig energi til sammensmeltningen af de to voksende verdener - det veganske klimabevidste mad og den tilbagevendte vinylplade efterspørgsel. En festival der er skabt i de passionerede sjæles navn.

## Formål

1. Nyskabende atmosfære der hjælper de lokale forretninger og kunstnere.
2. Give folk et nyt perspektiv på de klimabevidste veganske retter.
3. Inspirere og overraske festivalens gæster med den unikke musik der findes på vinyl.
4. Netværksdannende forum for begge verdener og måske også imellem de to verdener.

## Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum

Over de tre dage, Fredag til Søndag forventes der at der komme 1000 engagerede gæster/deltagere. Især vinylsalget vil tiltrække.

## Beskrivelse af projektets relevans for København

Der er ikke mange veganske festivaler i Danmark og heller ikke vinyl-festivaler. Vi mener Balders Plads er et perfekt sted at holde et event som dette, da der findes mange initiativtagere og ildsjæle fra disse verdener i nærområdet. Balders Plads er i forvejen en lokalt forankret plads med Jazz Festivalen og de succesfulde loppemarkeder. Med det i mente har vi (Soundtrack Café, tidligere Røde Roses Kaffebær) tænkt meget over at skabe noget nyt og spændende da vi mener der sagtens kan foregå flere kulturelle projekter på pladsen deraf; en Vegansk Vinyl Festival.

Igennem massere af kommunikation med vores naboer og kollegaer i de forskellige butikker/restauranter, især vinyl-butikkerne og de veganske steder, har vi fået utrolig god feedback på denne festivals idé.

Denne festival vil støtte op om pladsens allerede gode ry, de små virksomheder i nærområdet vil få et samlingspunkt, DJs vil få en fantastisk mulighed for at lufte deres unikke plader, og vinyl nørderne kan få et fortjent netværksdannende forum. Det er lokalt, hyggeligt og kulturelt.

Derudover må det nævnes, at det er helt essentielt, at vi alle sammen begynder at åbne op over for en ændring af vores kostvaner, hvis vi skal nå i mål med klima omstillingen. Kultur forandrer adfærd, og det er oplagt og ikke mindst nødvendigt at skabe kulturelle referencepunkter for denne adfærdsændring. København er kendt for at gå forrest, og derfor er det helt oplagt, at København lægger hus til denne festival.

Metroen har åbnet op for mange fantastiske områder i København. Områder som har et stort potentiale, men som også kræver opmærksomhed, hvis folk skal turde satse at flytte deres virksomheder ud i byens yderområder. Ydre Nørrebro vil med denne festival komme endnu tættere på centrum og skabe bevidsthed om de fantastiske rammer der omgiver Balders Plads.

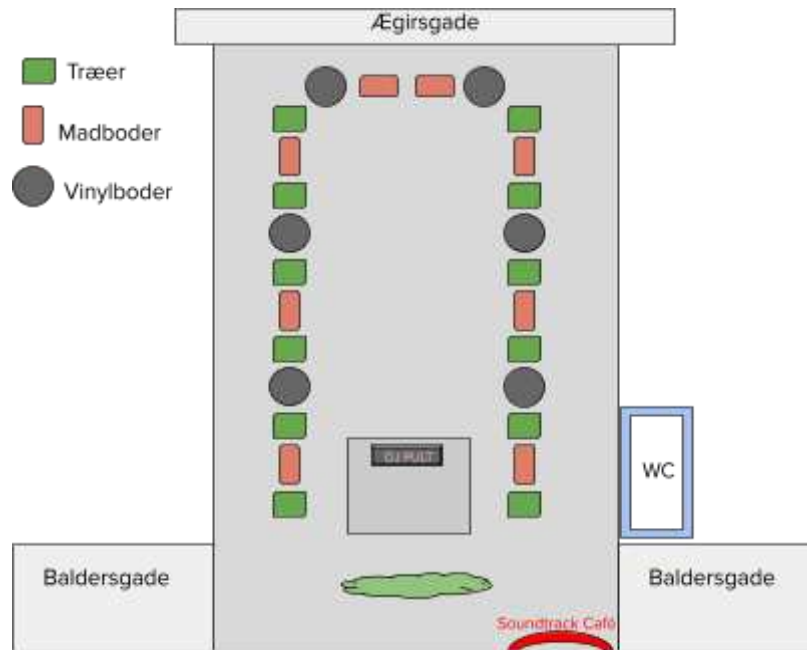
## **Samarbejdspartnere og typer af samarbejde**

Med samarbejde som bla. Logik & Co., Soundboks, Plant Power Food, vinyl.eu og en masse andre kan vi skabe en unik weekend i det mytologiske kvarter. Logik & Co. bygger bæredygtige boder; vinylboder og madboder. Soundboks hjælper med god lyd, setup og vil også hjælpe med promovring. Plant Power Food er fx en af de mange veganske steder der vil have en bod og vinyl.eu vil være en af de mange vinylboder.

Vi har allerede taget kontakt til disse forskellige virksomheder, og de er klar til at bidrage til festivalen.

Vi har også et fantastisk samarbejde med Balders Pladslaug og de vil hjælpe med strøm og promovring.

Soundboks er kommet til os og vil utrolig gerne hjælpe, da de er store fans af det vi har gang i her på pladsen/caféen - de sætter 5 soundbokses op, en på scenen og 2 på hver side af pladsen. Vi har en del vinyl DJs der gerne vil spille. Dem der har vinylboder kan også spille nogle set. Vi har også et godt samarbejde med Gamma Brewery i Herlev, der vil levere gode lokale special øl.



#### Boderne:

*Mad:* Plant Power Food, Kaf, Batin, Grød, Falafel Factory, Koshari, Morgenstedet, Nicecream  
*Vinyl:* vinyl.eu, Palmspree, Paname City Records, 313 vinyl collective, Route 66, BEAT, Can Spree, Rekords, OOH AAH records

## Udvikling og fornyelse

Festivalen har stor mulighed for at blive en succes mener vi selv og vil kun kunne udvikle sig positivt. Der er allerede stor opbakning til de events vi (Soundtrack Café) har lavet og vil lave ude på pladsen. Madboderne skal ikke betale for deres bod så der er stor fortjeneste for de forskellige deltagende virksomheder. Med promovoring fra dem der deltager så vil vi hurtigt få skabt en solid markedsføring og sikre os en stigende interesse til året efter. vinyl.eu har et samarbejde med et af verdens største vinyl netværk for DJs, The Vinyl Factory, og vi har snakket om, at det ville være en idé at lave live sessions til dem, derved kunne der også blive skabt udenlandsk interesse.

DJs vil blive optaget og deres sessions vil ryge ud på festivalens sociale medier. Playground Production vil lave en suveræn promo video til året efter.

## Erfaring

Vi har meget erfaring med events, koncerter, catering, DJing, filmproduktioner og meget mere. Vi er et team med en masse forskellige kompetencer. Vi overtog caféen februar 2019 og var med på sidelinjen til Jazz Festivalen. Pga. vores erfaring har vi kontakter til alle aspekter af festivalen, Samantha (ejer af Soundtrack) har drevet vegansk restaurant siden 1996 og har derfor en suveræn kontakt til den veganske verden og ligeledes har hun været vinyl DJ siden 90'erne.

Nicolas (Manager på Soundtrack) har drevet bar og café i både ind og udland i mange år og driver sit eget filmproduktionsselskab. Han filmer og arrangerer de vinyl DJ events vi holder på caféen samt koncerterne ude på pladsen.

Vinylverden er vi dybt indeni og har fx et godt samarbejde med Europas næststørste online vinylbutik, vinyl.eu der er utrolig interesseret i at være en del af dette projekt. Festivalen går meget hånd i hånd med det vi allerede beskæftiger os med til dagligt.

Vi vil blandt andet samarbejde med LEAP Workshop som har erfaring med nyskabelse af events.

## **Bæredygtighed**

Maden vil være 100% vegansk og så økologisk og lokalt som muligt. Vi har kontakt med Kirsebær & Kørvel IVS der har igennem sidste års tid solgt deres økologiske landbrug på Balders Plads og de ville være en god lokal bæredygtig løsning på madindkøb til de forskellige boder.

Så lidt plastik som muligt; pap-bærerposer til vinylboderne, pap-tallerkerner og bestik til madboderne. Vinyl verden er i sig selv forholdsvis bæredygtigt da de fleste af pladerne er genbrug og videresalg. De boder der vil blive bygget vil blive bygget af genbrugsmaterialer af det bæredygtige lokale kooperativ Logik & Co.

<b>Tilskudsmodtagers navn: Soundtrack Café (Nicolas Delgado Clausen)</b>
<b>CVR: 40264701</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Vegansk Vinyl Festival 2022</b>

<b>Projektperiode: 01/05/2022 – 01/06/2022</b>
--

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	50.000		
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Balders Pladslaug	10.000		
b)			
c)			
Honorarer			
Billetindtægter			
Øvrige indtægter, specificeret			
a)			
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>60.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> <small>(hvis der er givet tilskud året før)</small>
Løn og honorarer	15000	
Konsulentudgifter		
Materialeudgifter	16000	
Transportudgifter	5000	
Opholdsudgifter		
Fortæring, herunder møder	1500	
Diverse repræsentation		
PR og markedsføring	6000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)		

Revisionshonorar	4000	
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Uventede udgifter	12.500	
b)		
c)		
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>60000</b>	

<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	
-----------------	----------	--

**Kommentarer/forbehold:**

Pengene vil hovedsageligt blive brugt til leje af udstyr, boder, evt flere toiletter, løn til DJs og andre faste omkostninger.

Overskuddet vil gå til festivalen året efter.

Kultur- og Fritidsforvaltningen  
Rådhuspladsen 1  
1599 København V

12/5-2021

**Ansøgning om økonomisk tilskud fra København Kommune til afvikling af Vegetarisk Festival i august 2022-2024.**

**Vi vil gerne ansøge om 920.000 kr. til Vegetarisk Festival 2022-2024 eller alternativt 310.000 kr til Vegetarisk Festival 2022.**

Vegetarisk Festival har til formål at inspirere til at leve mere plantebaseret, hvilket vi ved har interesse for mange af byens borgere og også stemmer overens med kommunens bæredygtige profil.

Plantebaseret mad er en af de vigtigste faktorer i forhold til miljø og klima, både lokalt og globalt, og festivalen støtter således op om FN's Verdensmål og om Københavns Kommunes målsætninger om at være en af verdens grønneste byer. Ydermere peger de nye kostråd også i retning af mere planterig mad og flere bælgfrugter.

I 2017 og 2018 afholdt Dansk Vegetarisk Forening Vegetarisk Festival på Tjørnen, Amager Strandpark i samarbejde med Copenhagen Yoga Festival sidste weekend i august. Begge års festivaler oversteg alle forventninger.

I 2019-21 har vi set os nødsaget til at aflyse festivalen pga. manglende finansiering (og Corona).

I 2022-2024 håber vi med hjælp fra Københavns Kommune at kunne afholde festivalen igen. Vi forestiller os den sidste weekend (fredag til søndag eftermiddag) i august i Hans Tavsens Park, men vi er fleksible i forhold til tid og sted. Hvis der ikke findes tilstrækkelige midler til at afholde den skitserede festival, vil en festival i mindre skala forsøgt at blive afholdt.

**Ansøgningen indeholder:**

- en projektbeskrivelse inklusive erfaringer og plan
- en beskrivelse af målgruppen
- værdi for kommunen
- forventede samarbejdspartnere
- budget

På forhånd hjerteligt tak for jeres støtte.  
Vi ser frem til at høre fra Jer.

Med venlig hilsen  
Mie Nordly, Erhvervschef, Dansk Vegetarisk Forening (DVF)  
Sortedam Dossing 55  
2100 København Ø  
mie(at)vegetarisk.dk  
tlf. 71 79 76 76



CVR nr: 34640122

# Projektbeskrivelse

## Udvikling og fornyelse

Vegetarisk Festival skal være en årlig tilbagevendende begivenhed, hvor folk fra ind- og udland mødes i København for at blive inspireret til at leve mere plantebaseret - til gavn for både global bæredygtighed, dyr og folkesundhed.

Plantebaseret mad en af de vigtigste faktorer i forhold til miljø og klima, både lokalt og globalt, og festivalen støtter således direkte op om Københavns Kommunes målsætninger om at være en af verdens grønneste byer.

### Resultater fra den seneste festival i 2018

I august 2018 afholdt Dansk Vegetarisk Forening Vegetarisk Festival for anden gang. Deltagerantallet oversteg alle forventninger, vi skønner, at mindst 5.000 mennesker deltog over de tre dage, hvor festivalen forløb. Festivalen nåede ud til flere medier, bl.a. rapporterede både Politiken og TV2 Lorry fra festivalen.

Festivalen var i 2018 bygget op om 20 stadepladser, og ca. 25 spise- og drikkesteder samt fire store telte med plads til op til 500 gæster ad gangen, hvoraf tre var med foredrag, politiske debatter, og madlavningsworkshops og ét med musik. Vi havde oplæg om sundhed, etik og bæredygtighed samt politisk debat med folketingspolitikere, byrådspolitikere og kendte samt madlavnings-workshops, quiz og musik. Blandt de internationale hovednavne var Peter Singer, en verdensberømt filosof som i samme anledning blev interviewet af tre store aviser, samt veganeren Patrik Baboumian, en af verdens stærkeste mænd.

Festivalen blev afholdt i et samarbejde med Copenhagen Yoga Festival, Copenhagen Cooking og ungdomsforeningen Dyrenes Alliance. Dansk Vegetarisk Forening havde ca. 75 frivillige tilknyttet, så festivalen kunne forløbe gnidningsfrit.

### Visioner for kommende festivaler

En central vision for de næste års festivaler er at støtte op om den grønne udvikling og hjælpe byens borgere i en grønnere retning.

Vi ønsker at rykke tættere på byen, som f.eks. Hans Tavsens Park således at vi kan tiltrække flere spontane gæster. Festivalen er for alle Københavns borgere. Vores drøm er at kunne give alle borgere gratis adgang, men dette afhænger af finansielle tilskud. Yderligere ønsker vi at have mere fokus på bæredygtigt service og affaldssortering. Det lykkes i et vist omfang i 2018. I 2022 vil vi meget gerne samarbejde med kommunen eller f.eks. Danmarks Naturfredningsforening og Plastic Change om at lære borgerne at sortere affald korrekt. Festivalen planlægges af en hertil ansat festivalkoordinator i samarbejde med Dansk Vegetarisk Forenings sekretariat og bestyrelse og gennemføres med hjælp fra ca. 50 frivillige.

Festivalen i 2022 bliver bygget op om et større telt med debatter og foredrag m.m. - vi har allerede store navne fra udlandet, der har vist interesse, da de desværre ikke kunne deltage i

2018. Programmet bliver en variation af oplæg, og vil spænde fra madlavningskonkurrencer og politiske debatter til faglige indslag. Vi tilstræber, at deltagere vil repræsentere unge som ældre, begge køn, en bred politisk variation samt deltagere med forskellige etniske baggrunde. Vi har god kontakt til bl.a Casper Christensen, Ulrich Thomsen, Anders Morgenthaler, diverse politikere og iværksættere, Økologisk Landsforening, Landbrug og Fødevarer, Consito og Frej, som vi håber vil stille op. Der vil være flere indslag med fokus på bælgfrugter, for at introducere Københavnerne til de nye kostråd. Herunder også indslag med danske producenter af bælgfrugter.

Vi ønsker igen at samarbejde med Madkulturen, som har et rullende madværksted, som vi også gjorde brug af i 2018. Her vil byens borgere kunne komme og få vejledning i og prøve at lave en vegetarisk ret med bælgfrugter.

Som noget nyt i år vil vi gerne inddrage lokale kunstnere med grønne budskaber til et lille udstillingsområde samt lave et børneområde med kartoffeltryk o.lign. aktiviteter målrettet børn.

10 stadepladser vil blive lejet ud til plantebaserede madleverandører, vi ønsker som minimum, at 50% af disse skal være økologiske. Et krav til stadeholderne er yderligere, at de benytter så lidt service som muligt, og at det, de bruger, er bæredygtigt.

Yderligere lejes ca. 15 stadepladser ud til producenter af plantebaserede fødevarer m.m. Minimum 2 af stadepladserne afsættes til landmænd, Sørís eller Aarstiderne e.lign, så der kan blive en stemning af høstmarked og vi kan få skabt en forbindelse mellem land og by.

## Målgruppe

Københavns størrelse taget i betragtning og den plantebaserede dagsorden, som i særdeleshed har taget fart de sidste års tid i både Danmark generelt og specifikt i København, må det forventes, at besøgstallet for festivalen stiger de kommende år.

Vores nyeste undersøgelse lavet i samarbejde med Coop Analyse i 2020 viste, at 896.000 danskere (16 %) spiser overvejende eller helt vegetarisk. Blandt de unge mellem 18 og 34 år, er det 28 %. I København viser vores undersøgelse, at der kan ganges med faktor 1,5 eller 2, dvs. at et sted mellem 24 og 32 % af københavnere lever overvejende eller helt vegetarisk.

Målgruppen for festivalen er alle, som gerne vil inspireres til at spise mere plantebaseret, eller som vil tage venner, familie og kollegaer med for at inspirere dem. Derudover vil festivalen naturligt tiltrække mange, der allerede spiser vegetarisk. Den tiltrækker naturligvis også besøgende fra resten af landet og i et vist omfang udlandet.

## Værdi

Vegetarisk Festival sætter København på verdenskortet som en klimavenlig grøn by gennem workshops og oplysning om plantebaseret kost og et mangfoldigt udbud af plantebaserede retter. Samtidig er ovenstående til glæde for Københavns borgere, producenter, restauratører og kulturscene.

## Samarbejdspartnere

I 2022 fortsætter vi samarbejdet med bl.a. Madkulturen og Copenhagen Cooking. Derudover vil der i forlængelse af, at vi er en madfestival, være et samarbejde med byens mange madleverandører og producenter, der enten allerede har vegetarisk på menuen eller som gerne vil prøve deres vegetariske retter/produkter af. Herudover ser vi det som en oplagt mulighed at invitere lokale grønne kunstnere. Yderligere har sponsorer fra 2018 også givet udtryk for, at de gerne vil støtte kommende festivaler, omend ingen har givet endeligt tilsagn endnu.



## 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.*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Dansk Vegetarisk Forening
<b>CVR:</b> 34640122
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Vegetarisk Festival

<b>Projektperiode:</b> 010322-300924
---

<b>Indtægter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	<b>Budget 2022</b>	<b>Budget 2023</b>	<b>Budget 2024</b>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune, festivalpulje	kr 310.000	kr 305.000	kr 305.000	
Arrangementspuljen, KK	kr 20.000	kr 20.000	kr 20.000	Kan først søges i 2022
Erhvervssponsorater	kr 25.000	kr 25.000	kr 25.000	Ikke påbegyndt
Udlejning af boder/stande/food trucks	kr 125.000	kr 125.000	kr 125.000	Ikke påbegyndt
Momskompensation for velgørende foreninger fra Skat	kr 30.000	kr 30.000	kr 30.000	Kan først ansøges efterfølgende
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	kr 510.000	kr 505.000	kr 505.000	

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget 2022</b>	<b>Budget 2023</b>	<b>Budget 2024</b>
<i>Sekretariat</i>			
Festivalkoordinatør (30 uger af 20 timer pr år)	kr 165.000	kr 165.000	kr 165.000
<i>Materialer og markedsføring</i>			
Tryk af bannere	kr 5.000	kr 2.000	kr 2.000

Tryk af programmer	kr 4.000	kr 4.000	kr 4.000
Markedsføring og annoncering	kr 10.000	kr 10.000	kr 10.000
Udsmykning	kr 3.000	kr 1.000	kr 1.000
<i>Praktiske udgifter</i>			
Dropbuckets (skraldespande)	kr 5.000	kr 5.000	kr 5.000
Sikkerhed (bla. vagter)	kr 20.000	kr 20.000	kr 20.000
Byggesagsomkostninger	kr 11.000	kr 11.000	kr 11.000
El	kr 30.000	kr 30.000	kr 30.000
VVS	kr 25.000	kr 25.000	kr 25.000
Leje + opstilling af telte	kr 50.000	kr 50.000	kr 50.000
Inventar til telte/scener (borde/bænke)	kr 20.000	kr 20.000	kr 20.000
Lyd og lys	kr 25.000	kr 25.000	kr 25.000
Affaldshåndtering	kr 15.000	kr 15.000	kr 15.000
Leje af toiletvogne	kr 28.000	kr 28.000	kr 28.000
Rengøring/genetablering af park	kr 6.000	kr 6.000	kr 6.000
Diverse udgifter	kr 10.000	kr 10.000	kr 10.000
Transport (leje af varevogn)	kr 3.000	kr 3.000	kr 3.000
<i>Arrangementet</i>			
Madworkshops inkl leje af udstyr	kr 30.000	kr 30.000	kr 30.000
Honorar, transportudgifter, kost & logi til internationale navne	kr 30.000	kr 30.000	kr 30.000
Forplejning af frivillige under arrangementet	kr 15.000	kr 15.000	kr 15.000
<b>UDGIFTER</b>	<b>kr 510.000</b>	<b>kr 505.000</b>	<b>kr 505.000</b>

<b>RESULTAT efter tilskud fra Københavns Kommune</b>	<b>kr 0</b>
--	-------------

**Kommentarer/forbehold:**

Vegetarisk Festival har i:

- 2018 modtaget 35.000 fra Arrangementspuljen, KK
- 2017 modtaget 38.000 fra Arrangementspuljen, KK

I 2018 dækkede Dansk Vegetarisk Forening et større underskud via deres opsparing, hvilket der ikke er råd til at gøre igen. Pga. manglende finansiering har festivalen ikke været afholdt siden 2018. Festivalen er moms fritaget som almennyttig aktivitet.



## Kontaktoplysninger

Kulturdistriktet  
Krausevej 3  
[jesper@kulturdistriktet.dk](mailto:jesper@kulturdistriktet.dk)  
51907891

## CVR-nr. og oplysning om momsregistrering

CVR: 41309482  
Kulturdistriktet er momsregistreret

## Titel på projektet, der søges om tilskud til

Åben Festival

## Projektbeskrivelse

Åben Festival er en ny bydelsfestival på Østerbro og Nordhavn, der forener etablerede kræfter inden for kultur og byudvikling om et flagskib, der er omdrejningspunkt for udviklingen af et kulturdistrikt med internationalt udsyn.

Åben Festival og Kulturdistriktet er udviklet og etableret under COVID-19 og har på trods af, eller måske på grund af, svære betingelser kunnet mobilisere en bred og stærk kreds af kulturskabere og partnere med ambition om at organisere kultur på nye måder i stor skala.

Kulturdistriktet er den nye spiller i byen, der kigger på strukturer med friske øjne. Ved hjælp af etablering af innovative samarbejder og partnerskaber året rundt, udvikles nye kulturelle udtryksformer og destinationer, der præsenteres til Åben Festival en gang om året.

Kulturdistriktet kigger ud i verden for at finde inspiration, men inden længe vil verdens blik være rettet mod Kulturdistriktet. Vi deler Københavns Kommunes strategiske fokus på Arkitekturhovedstad 2023, hvor vi med Åben Festival viser verden, hvad vi kan med byen.

### Kulturdistriktet

Kulturdistriktet er en nystartet sammenslutning af kunstnere, foreninger, institutioner og virksomheder på Østerbro og Nordhavn, der samarbejder om at gøre kulturen til omdrejningspunkt for udvikling af fællesskaber i byen.

Kulturlivet i København er i disse år udfordret af omfattende byudvikling og de heraf stigende priser på lejemål, risikerer at presse den ikke-kommercielle kultur ud i periferien af

byen. COVID-19 har ikke gjort udfordringen mindre og der er derfor et aktuelt og stigende behov for at inkludere kultur i byens udvikling.

Kulturdistriktet arbejder for en at skabe en stor variation af kulturelle tilbud året rundt og øge mængden af og tilgængeligheden til kulturelle faciliteter på Østerbro og Nordhavn. Vi vil vise kulturens potentiale for at skabe attraktive områder at leve og arbejde i ved hjælp af innovative partnerskaber og kulturelle oplevelser.

Kulturdistriktet har sit primære fokus på aktiviteter på Østerbro og Nordhavn, men de lokale løsninger er udviklet med formålet om at skabe et mere bæredygtigt og sammenhængende København, hvor:

- Kulturdistriktet udvikler et bæredygtigt lokalsamfund ved at skabe en sammenhængende bydel, der forener aktører med forskellige baggrunde og interesser om fælles aktiviteter året rundt (Verdensmål 11: Bæredygtige byer og lokalsamfund).
- Kulturdistriktet inddrager Nordhavn i resten af København ved at bygge bro til Østerbro/København og sikrer bæredygtig udvikling gennem innovative partnerskaber på tværs af sektorer og hierarkier (Verdensmål 17: Partnerskaber for handling).
- Kulturdistriktet bidrager til bæredygtig turisme i København ved at trække turister ud af indre by og ved at fokusere på lokal produktion og forbrug (Verdensmål 12: Ansvarligt forbrug og produktion).

Kulturdistriktet skal være en destination for lokale, nationale og internationale gæster, der har appetit på kulturelle oplevelser og nysgerrighed på innovative partnerskaber i kultur og byudvikling.

### Åben Festival

Åben Festival, der er en årligt tilbagevendende bydelsfestival afholdt første gang i 2020, er Kulturdistriktets store, publikumsrettede festival, der forener kulturskabere om at hylde mangfoldighed, samarbejder og kulturelle oplevelser.

Åben Festival finder sted den anden weekend i september og består af arrangementer spredt ud over traditionsrige Østerbro og innovative Nordhavn. Festivalen bygger på samarbejder mellem kunstnere, foreninger, institutioner og virksomheder, der præsenterer nye, kreative konstellationer, da festivalen kræver et samarbejde, før arrangementer kan optages i programmet.

Åben Festival danner rammerne, der styrker netværk og naboskab i bydelene og giver publikum fra nær og fjern mulighed for nye, anderledes oplevelser på tværs af kunst og kultur, samt at gå på opdagelse i nye eller ukendte kulturelle destinationer i byen.

Åben Festival er en åben platform for kulturel virkelyst og alle, der byder ind med en kulturel aktivitet lavet i samarbejde med mindst en anden aktør, er velkomne. Festivalens program byder derfor på et mangfoldigt program med arrangementer henvendt til forskellige målgrupper.

I programmet er der for eksempel talks og foredrag, film- og teaterforestillinger, performances, rytmiske, elektroniske og klassiske koncerter, mad og vin, billed- og installationskunst, workshops, litteratur og poesi, åbent hus, byvandring, rundvisninger, dans, yoga og bevægelse, samt kreative aktiviteter for børn og børnefamilier.

### **Hvor og hvornår finder projektet sted**

Da Åben Festival er bydelsdækkende og skabt af lokale aktører, vil aktiviteterne foregå på et væld af både etablerede kulturelle venues samt nye kulturelle arenaer.

Eksempler på steder fra programmet i 2020 og 2021 er Tunnelfabrikken, PB43, Enigma, Den Frie, BIG BIO, Krudttønden, Fælledparken, Nordhavnstippen, Terminalerne, Kildevældsparken, ØsterGro, Villa Kultur, Østerbrohuset, The Krane, Trianglen, Pumpestationen, Skjold, Ungdomsøen, Unitarernes Hus, Classens Have m.fl.

Åben Festival afvikles de næste år på følgende datoer:

- d. 10. - 12. september 2021
- d. 12. - 14. september 2022
- d. 8. - 10. september 2023

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

Åben Festival tiltrækker kulturskabere, der vil skabe unikke værker gennem kulturelle samarbejder. Med Åben Festival vil vi inspirere med forskellige tiltag, der kan skabe grobund for udvikling resten af året med følgende fokusområder:

- Bedre byliv ved hjælp af kunst og kulturelle oplevelser
- Innovation i kultur gennem nye samarbejder og partnerskaber
- Byudvikling gennem kulturel omdannelse af pladser og bygninger

Åben Festival skal aktivere de kulturelle faciliteter, der er på Østerbro og der er/kommer i Nordhavn. Kulturdistriktet vil gribe de muligheder, der opstår med Åben Festival og omfavne de kulturskabere, der lever en nomadetilværelse på midlertidige steder i København. Vi skal tilbyde dem tilgængelige og gerne permanente faciliteter på de mange kulturelle hotspots, der allerede eksisterer på Østerbro eller kommer med udviklingen i Nordhavn.

Når vi er i mål med vores vision, har vi skabt:

- internationalt kendskab til Østerbro og Nordhavns kulturelle tilbud
- innovative samarbejder og partnerskaber på og tværs af Kulturdistriktet
- en kulturel identitet til Østerbro og Nordhavn med stærk lokal forankring
- en demokratisk platform for diskussion om og deltagelse i byens udvikling
- opbakning og begejstring omkring kulturens samfundsforbedrende rolle

Kulturdistriktet arbejder målrettet på at udvikle målsætninger og succeskriterier og har i den forbindelse fået støtte af Kultur Ø, Wonderful Copenhagen og By & Havn til at lave en



kortlægning af kulturen på Østerbro og Nordhavn med stor datamængde trukket fra sociale medier. Resultatet af kortlægningen ligger klar i juni 2021 og vil danne grobund for en konkretisering af succeskriterier, som vi kan måle(s) på.

Startende i 2021 vil Kulturdistriktet lave en årlig rapport, hvor vi evaluerer på årets aktiviteter, herunder Åben Festival, og præsenterer de strategier, vi kommer til at arbejde med fremover.

### **Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum**

Åben Festival blev afholdt for første gang d. 11. - 13. september 2020 under COVID-19 og på trods af de udfordrende omstændigheder, blev festivalen en succes på flere parametre:

- 59 unikke arrangementer
- 108 bidragende aktører
- 34 lokationer
- 2500+ deltagere

Vi forventer tilsvarende tal for 2021 og med støtte fra festivalpuljen samt en udbygget partnerskabskreds forventer vi fra 2022 og frem en gradvis stigning i tallene:

#### 2022

- 100 unikke arrangementer
- 200 bidragende aktører
- 50 lokationer
- 10000+ deltagere

#### 2023

- 200 unikke arrangementer
- 400 bidragende aktører
- 100 lokationer
- 25000+ deltagere

### **Projektets relevans for København**

Kulturdistriktet arbejder med en målsætning om at skabe værdi for byen og dens borgere, hvor kulturen, som katalysator for kreative samarbejder og innovative løsninger, aktiverer aktører på tværs af sektorer og hierarkier.

Åben Festival sætter rammen for nye samarbejder blandt kunstnere, foreninger, institutioner og virksomheder, hvor Kulturdistriktet sikrer en forankring, der giver værdi året rundt. Åben Festival øger sammenhængskraften i lokalmiljøet og skaber gennemsigtighed blandt bydelens aktører.

Åben Festivals mangfoldige program sætter fokus på byens mange muligheder og skaber grobund for, at foreningslivet kan vokse. Herudover giver det den enkelte borger mulighed for at gå på opdagelse i sin by, og for at opleve og afprøve nye ukendte afkroge af byen og dens muligheder.

Åben Festivalens arrangementer har forskelligt indhold, der giver tilbage til byen og dens borgere. Dette kan være workshops og talks der er lærerige for børn, unge og voksne, kunstoplevelser der kan udfordre og oplyse, madoplevelser der kan inspirere, musikoplevelser der kan reflektere og aktivere, og meget mere.

Kulturdistriktet bidrager hvert år med et værk til Åben Festival, der beriger det Københavnske bybillede permanent. Til Åben Festival i 2020 kom et nyt gavlmaleri ved Trianglen, lavet af Jacoba Niepoort, til verden og i 2021 vil skulpturer rejses i Nordhavn.

Med stor kærlighed til kultur og fællesskaber skaber vi nye møder, oplevelser og minder for byens borgere og besøgende.

### **Samarbejdspartnere og typer af samarbejde**

Foreningen Kulturdistriktet, der er en sammenslutning af kunstnere, foreninger, institutioner og virksomheder på Østerbro og Nordhavn, er arrangør af Åben Festival.

Åben Festival understøtter lokale kræfter, der arbejder med kreative og innovative løsninger i byen og står forrest i skabelsen af den bæredygtige by.

Festivalen er på nuværende tidspunkt båret af frivillige kræfter, der løfter i flok og værd at nævne i den sammenhæng er:

Vores arbejdende bestyrelse med repræsentanter fra:

- Enigma
- Teater Hund
- Villa Kultur
- PB43
- BIG BIO
- Den Frie
- Curated Works

Vores partnere:

- By & Havn
- Kultur Ø
- Arkitekturhovedstad 2023

Vores samarbejdspartnere:

- CPH Volunteers
- DIT:KBH
- Østerbro Lokaludvalg

Herudover er der langt over 100 aktører, der har deltaget i Åben Festival i 2020 eller deltager i 2021 og bidrager med arrangementer, faciliteter eller begge dele.

Slutteligt skal det nævnes, at vi i løbet af sommeren 2021 begynder at invitere virksomheder, pensionselskaber, banker og lign. på Østerbro og Nordhavn ind i partnerskabskredsen.

## **Udvikling og fornyelse**

Kulturdistriktet arbejder for at skabe livgivende vilkår for kulturlivet, der gisper efter vejret i disse år. Kulturdistriktet ønsker gennem Åben Festival at være den nødvendige kickstarter, der liver kulturen og dermed byen op.

COVID-19 har tydeliggjort det etablerede kulturlivs ringe evne til at mobilisere sig og tilpasse sig nye udfordringer. Modstandsdygtigheden i et fragmenteret miljø af kulturaktører med forskellige dagsordner er ikke synderligt stor og dermed har kulturlivet i mange henseender stået sidst i køen, når der skulle tildeles hjælp. Dette på trods af mange kulturskaberes prekære arbejdsforhold samt menneskers generelle behov for fælles oplevelser og de nye perspektiver, der kommer med kulturelle oplevelser.

Hjælpen er der brug for, men kulturlivet må også selv byde ind med nye løsninger på fremtidens udfordringer. Kulturlivet kan meget på egen hånd, men der mangler en instans, der udvikler nye måder at organisere og finansiere kultur på.

Kulturdistriktet vil være en magtfaktor på den danske kulturscene og på sigt også internationalt. Gennem Åben Festival skal vi vise, hvordan kulturen kan organiseres og finansieres på nye måder, hvilket kræver en stærk organisation, der laver langsigtede strategier og måler på værdiskabelsen inden for kultur.

Med inspiration fra alverdens kulturdistrikter og Business Improvement Districts er vi ved at bygge en organisation op, der får sit økonomiske fundament gennem partnerskaber. Vi har allerede etableret de første partnerskaber, men partnerskabskredsen skal udbygges over de næste år, så vi kan sikre en model, der er bæredygtig og ikke er afhængig af flygtig støtte fra puljer og fonde.

Ved hjælp af støtte fra festivalpuljen til Åben Festival kan Kulturdistriktet arbejde fokuseret på etablering af partnerskaber, der kan sikre en målrettet indsats på udbrede de innovative løsninger, der opstår under Åben Festival til at skabe værdi hele året rundt.

## **Erfaring med planlægning og afvikling af lignede projekter**

Kulturdistriktet og sammenslutningen af etablerede kulturaktører på Østerbro og Nordhavn har afholdt en Åben Festival i 2020 under COVID-19 og har dermed allerede erfaring med planlægning og afvikling af den begivenhed.

Jesper Koefoed-Melson, der er initiativtager og direktør i Kulturdistriktet/Åben Festival, har omfattende erfaring med planlægning og afvikling af festivaler og byudviklingsprojekter:

- Medstifter og partner i GivRum, der har etableret kreative miljøer i tomme bygninger over hele Danmark for kommuner, staten, developere og fonde. Eksempler på projekter er PB43 på Prags Boulevard 43 på Amager, Kronværksbyen v. Kronborg Slot, Polymeren i Årslev og SydhavnsGade i Sydhavnen.

- Medstifter og leder af City Link Festival, der er en kulturudvekslingsfestival afviklet i Hamburg (2014), Edinburgh (2015), Istanbul (2016, reduceret i størrelse pga. det politiske kup) og København/Sydhavnen (2017).
- Stifter og direktør i Vida Local, der arbejder for kommuner og developere, der ønsker kultur og fællesskaber ifm. byudviklingsprojekter. Eksempler på projekter er Lokstallarna i Malmö, Business Improvement District i Sydhavn i Aarhus, Fællesskaber på Grønttorvet i Valby og Vida Local Rio i Rio de Janeiro ifm. UIA/World Capital of Architecture 2020.

Herudover er der et sekretariat bestående af:

Rosa Kærsgaard Lempke: Erfaring med kommunikation fra CPH PIX, Art Week og Roskilde Festival

Erik Duckert: Rådgiver kulturfestivaler i organisationsudvikling og branding

Emilie Bernt Haag: Brobygger og netværksskaber i Kultur Ø

Jonathan Isaksen: Praktikant og community manager på Åben Festival

Daria Makhotina: Praktikant og ansvarlig for data og evaluering

Linda Avotina: Praktikant og ansvarlig for data og evaluering

Slutteligt har vi med støtte fra Wonderful Copenhagen fået mulighed for at tilknytte Kaare Breinholt fra Wishbone som rådgiver i en periode.

## Budget

<b>Tilskudsmodtagers navn: Kulturdistriktet</b>
<b>CVR: 41309482</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Åben Festival</b>

<b>Projektperiode: 01.01.2022 – 01.11.2022</b>
--

<b>Indtægter</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	200.000	0	Ansøgt via festivalpuljen
<i>Øvrige tilskud, specificeret (herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) By & Havn	200.000	165.000	Hensigtserklæring om fortsat støtte
b) Østerbro Lokaludvalg	75.000	75.000	Kan ikke søges endnu, men vi har opbakning fra lokaludvalget
c) Partnerskaber	250.000	0	Vi er i gang med at udvikle model for partnerskaber. Et partnerskab koster 25.000 kr. og vi regner med mindst 10 partnere i 2022. Vi har allerede nu flere positive tilkendelser.
d) Fonde	200.000	0	Vi har endnu ikke søgt fonde, men er ved at

			kortlægge relevante fonde. Den primære fundraising kommer dog til at sigte mod Arkitekturhovedstad 2023.
Honorarer			
Billetindtægter			
Øvrige indtægter, specificeret			
a)			
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>925.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	250.000	
Konsulentudgifter	200.000	
Materialeudgifter	150.000	
Transportudgifter	25.000	
Opholdsudgifter	25.000	
Fortæring, herunder møder	15.000	
Diverse repræsentation	20.000	
PR og markedsføring	200.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	25.000	
Revisionshonorar	15.000	
Øvrige udgifter, specificeret		
a)		
b)		
c)		
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>925.000</b>	

<b>RESULTAT</b>		
-----------------	--	--

**Kommentarer/forbehold:**

Vi er en frivilligt drevet forening, der har gjort en stor forskel med små midler. Nu er tiden kommet til at tage næste skridt og professionalisere organisationen, så Åben Festival kan vokse og markere sig på den store scene.

Kulturdistriktet afvikler den næste Åben Festival d. 10. – 12. september 2021, hvilket tager det meste af vores tid på nuværende tidspunkt. Fundraising for Åben Festival 2022 er således først påbegyndt for alvor med denne ansøgning.

Ovenstående budget for 2022 er vores bedste bud på den økonomiske situation i 2022, men realistisk set vil der komme justeringer i takt projektets udvikling og de muligheder, der opstår undervejs.



**Kulturen er din**



**kultur  
distriktet**