



ANSØGNING

KULTUR- OG FRITIDSUDVALGET
KØBENHAVNS KOMMUNE

Ansøger:
ADBC
Store Kongensgade
1264 København K

Att. Direktør
Svante Lindeburg
svante@adbc.studio
Tlf. 3542 1432

CVR-nr. 32776191
Fuldt momsregistreret

ET NATIONALT KULTUR- ÅRSKORT MED AFSÆT I KØBENHAVN

ADBC ønsker sammen med Københavns Kommune at videreudvikle og skalere det københavnske museums kort-initiativ K7 PLUS til et nyt museums kort: K 24/7 på tværs af alle aldersgrupper, og hvor unge stadig er et fokusområde.

K24/7 er et årskort, der samler museer og kunsthaller på tværs i én samlet, digital løsning — og som i første omgang forankres i et stærkt København-baseret økosystem, hvor det beta-testes, før det udrulles nationalt. Udviklingen af K24/7 tager afsæt i de konkrete erfaringer, der siden 2023 er opbygget gennem K7 PLUS – et digitalt museums kort målrettet unge mellem 18 og 27 år.

K7 PLUS blev etableret som et flerårigt pilotprojekt støttet af Københavns Kommune med det formål at teste både betalingsvillighed, brugsmønstre, kompensationsmodeller og teknisk infrastruktur i relation til et egentligt museums kort.

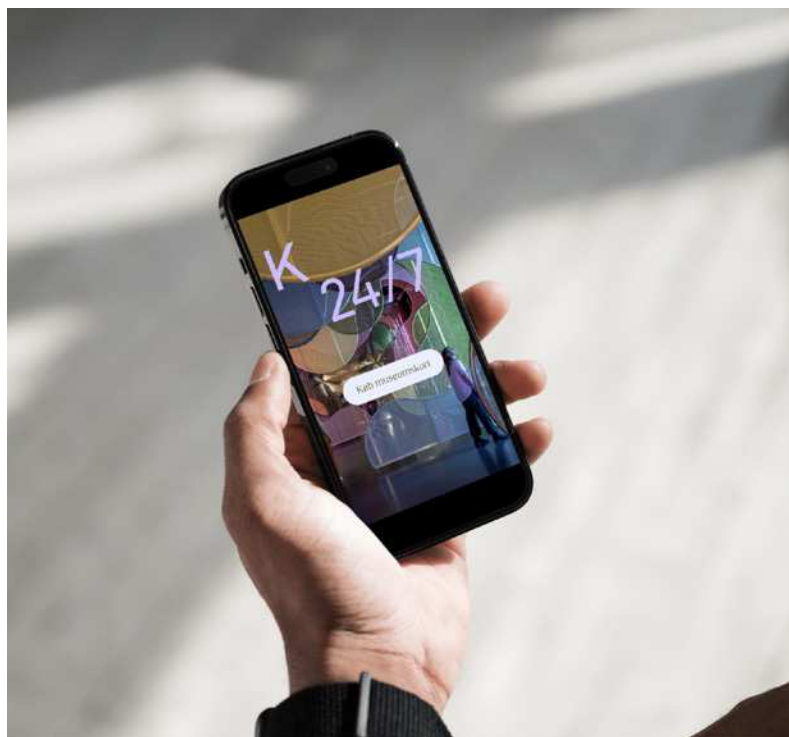
K7 PLUS har i perioden fungeret som et praksisnært udviklingslaboratorium, hvor forskellige korttyper, prisstrukturer og brugerflows med stor succes er blevet afprøvet i samarbejde med museerne.

Ideen om nationale museums årskort kendes fra flere europæiske lande (bl.a. Holland, Schweiz og Finland), og erfaringerne herfra viser, at kortene bliver brugt hyppigt (6-7 gange pr. år). En YouGov-undersøgelse viser stor interesse for et museums årskort på Sjælland. Her svarer 11% at de er 'meget interesserede' – svarende til over 160.000 personer. Hvis det konverteres til køb over

tid, vil det svare til de udenlandske erfaringer, hvor ca. 5-10 % af en befolkning har et museums kort.

Erfaringerne fra K7 PLUS samt vores indsigter fra arbejdet med et nationalt museums årskort (bl.a. via rapporten 'Udvikling af et kulturårskort i Danmark, 2020') har vist, at der i høj grad er betalingsvillighed og interesse for et landsdækkende museums årskort blandt en udvidet målgruppe.

Det nye museums årskort skal gøre kulturen mere tilgængelig for alle borgere, styrke museernes økonomi og skabe et moderne og inkluderende møde mellem kulturinstitutionerne og befolkningen.



FORMÅL MED K 24/7

ET DIGITALT KULTURÅRSKORT UD- VIKLET I KØBENHAVN – FOR HELE DANMARK

K24/7 har fem hovedformål:

1. At styrke borgernes adgang til kultur gennem en fleksibel og økonomisk overskuelig adgangsmodel
2. At skabe en ny økonomi for museer og kulturinstitutioner, som kombinerer kompensationsmodel, kortindtægter og nye besøgs mønstre
3. At etablere en skalerbar national model, udviklet med København som pilotregion
4. Fortsat at tilbyde unge et attraktivt museumsårskort, som rekrutterer flere til at bruge Hovedstadsområdet museer og kunsthaller
5. Flere besøg fra målgrupper, der ellers ikke er hyppige museumsbrugere.



ERFARINGER FRA K7 PLUS

Udviklingen af K7 PLUS udspringer af Københavns Kommunes tidligere arbejde med at undersøge potentialet i et kulturårskort målrettet unge. Hvor de indledende faser bestod af analyser og anbefalinger, har K7 PLUS siden 2023 udgjort den praktiske realisering af disse anbefalinger.

K7 PLUS er etableret som et digitalt museumskort med månedlig, halvårlig eller årlig betaling og med fri adgang til deltagende museer. Projektet har haft til formål at teste:

- om unge er villige til at betale for et kulturabonnement
- hvordan et digitalt årskort anvendes i praksis
- hvordan museer kan kompenseres
- hvilke korttyper og prisniveauer der fungerer bedst
- og hvordan data kan understøtte museernes publikumsudvikling.

I indstillingen til KFU blev der allerede i 2019 peget på et markant potentiale for et kulturårskort målrettet de unge. Dette potentiale er siden blevet bekræftet gennem:

- K7 PLUS' funktion som teknisk og driftsmæssig testplatform siden 2023: Her har ca. 2000 unge haft medlemskab, mens 50+ museer har deltaget i den digitale scanning og kompensationsmodel
- et eksisterende CRM- og billetsystem (Loby), som de fleste institutioner allerede anvender og kender.

Erfaringerne viser, at:

- en snæver aldersafgrænsning begrænser



volumen og dermed de økonomiske muligheder for at skabe en fuldt bæredygtig model uden tilskud fra f.eks. kommunen

- museerne efterspørger fælles samarbejdsflader, adgang til data og nye publikumsgrupper
- der er stor efterspørgsel fra publikum uden for målgruppen 18-27, som aktivt har efterspurgt et tilbud målrettet dem
- tværgående årskortmodeller skaber dokumenteret flere museumsbesøg, nye besøgsprofiler og øget loyalitet uden at kannibalisere på eksisterende årskort.

På denne baggrund vurderer vi, at tiden nu er moden til at udvide initiativet til flere målgrupper.

HVORFOR ET NATIONALT ÅRSKORT?

FOR MUSEERNE

- Adgang til data om gæstedefærd, segmenter og udviklingspotentialer
- Mulighed for at fastholde kulturkronerne i det eksisterende økosystem fremfor at blive udfordret af tech-aktører, som allerede bevæger sig ind på markedet
- Efterhånden som kortet bliver mere udbredt, vil der være flere besøgende fra målgrupper, der ellers ikke prioriterer museumsbesøg
- Med et museumskort svarer 26 % af danskerne, at de ville gå på museum hver uge eller 1–2 gange om måneden. Internationale erfaringer understøtter dette: Holland (Museumkaart): gennemsnitligt 6,4 besøg pr. kortholder pr. år. Finland (Museumcard): Gennemsnitligt 7 besøg pr. kortholder pr. år.

FOR BORGERNE

- Lavere økonomisk barriere og et produkt, der matcher moderne forbrugsvaner (kortet er digitalt og kan fx opbevares i Wallet)
- Styrket kendskab til byens mangfoldige kulturinstitutioner samt øget kulturel deltagelse
- Museumsbesøg gøres mere uforpligtende og spontane.

FOR KØBENHAVN

- Positionering som den førende kulturby i Norden inden for publikumsudvikling
- Et konkret redskab til at styrke borgernes trivsel, kulturel deltagelse og sociale sammenhængskraft
- Mere værdi ud af allerede finansierede kulturtilbud samt en mere demokratisk fordeling af kulturens goder.



CRM OG TEKNISK INFRASTRUKTUR

Museumsårskortet vil benytte den allerede eksisterende tekniske backend og det CRM-system, som ADBC bruger ifm. K7 og K7 PLUS. Systemet udbydes af firmaet Loby, der udbyder CRM-systemer og (digitale) årskort til museer, og som en lang række af partnerne allerede samarbejder med (bl.a. Kunsthal Charlottenborg, Gl. Strand, Copenhagen Contemporary). De medvirkende institutioner kender systemet indgående via K7 PLUS, og der vil derfor ikke være behov for yderligere oplæring eller indkøb af teknisk udstyr for museerne.

Museumsårskortet vil være digitalt og kan opbevares som PDF eller i Wallet på bru-

gernes telefon. Hvert årskort vil have en unik QR-kode tilknyttet, som scannes ved besøg på museerne. Via backenden Loby Cloud vil alle medvirkende kulturinstitutioner have adgang til egen data, herunder demografisk data på deres besøgende. Denne data er helt ny for museerne og kan danne grobund for nye indsigter i deres publikum og skærpe den strategiske publikumsudvikling.

Der vil blive udviklet en særskilt visuel identitet for kortet, der taler sammen på tværs af elementer og platforme (hjemmeside og design af kort). Identiteten vil lægge sig op af den overordnede K7-identitet, men få sit eget udtryk.



FINANSIERING

I opstartsfasen af K24/7 vil finansieringen til dels bestå af indtægter fra salg af kort, men der vil i en opstartsperiode være behov for økonomisk støtte fra Københavns Kommune.

K24/7s potentielle målgruppe er væsentlig større og mere betalingsvillig end målgruppen for K7 PLUS, og vi mener derfor, at det er realistisk, at projektet efter tre år har opnået en udbredelse og en kritisk masse af årskortholdere, der vil gøre K24/7 selvfinansierende.

ÅR 1

2.500 solgte kort (heraf 1.000 årskort og 1.000 halvårskort, 250 årskort til unge ml. 18-27 år og 250 halvårskort til unge).

Vi forventer ca. 10.000 besøg med K24/7-kort, hvilket vil resultere i en tilbagebetaling til museerne på ca. 650.000 kr.

ÅR 2

3.000 solgte kort (heraf 1.200 årskort og 1.200 halvårskort, 300 årskort til unge ml. 18-27 år og 300 halvårskort til unge).

Vi forventer 13.500 besøg med K24/7 kort, hvilket giver en tilbagebetaling til museerne på ca. 760.000 kr.

ÅR 3

3.700 solgte kort (heraf 1.500 årskort og 1.500 halvårskort, 350 årskort til unge ml. 18-27 år og 350 halvårskort til unge).

Vi forventer ca. 17.000 besøg med K24/7 kort, hvilket giver en tilbagebetaling til museerne på ca. 950.000 kr.

ÅR 4

Kortet er selvfinansieret.

K24/7 vil fortsat tilbyde halvårskort og årskort til unge ml. 18-27 år til særligt gunstige priser (hhv. 349 kr. og 499 kr.), mens priserne for øvrige målgrupper bliver 499 kr. for et halvårskort og 899 kr. for et årskort. Ydelser udviklet under K7 PLUS som f.eks. nyhedsbreve, community-aktiviteter, events, SoMe-posts osv. vil også blive fastholdt og yderligere udviklet.

De deltagende museer vil fortsat blive kompenseret med 60 % af en almindelig billets pris, og for de unge kortholdere kompenseres der 60 % af en studiebillets pris. Museerne kender allerede denne tilbagebetalingsmodel fra K7 PLUS, og derfor fastholdes den. På sigt kan individuelle tilbagebetalingsprocenter forhandles, som man også kender det fra f.eks. Copenhagen Card. Museernes tilfredshed er essentiel.

Det er værd at bemærke, at der vil være en væsentlig økonomisk risiko for ADBC forbundet med lanceringen af K24/7, da vi ikke på forhånd ved, hvordan de nye kort bliver modtaget, og hvilke brugsmønstre vi kommer til at se.

Benyttes kortene færre gange end vi har estimeret, falder mængden af tilbagebetalinger til museerne, og dermed lettes den økonomiske byrde for ADBC. Benyttes kortene derimod rigtig meget, kan vi risikere at tilbagebetalingerne beløber sig i større summer. Salget af kort og den tilknyttede brug vil løbende blive monitoreret, og der kan, ved en meget høj frekvens på brug af kortene, blive justeret på kortpriser og/eller tilbagebetalingsprocenten til museerne. Dog viser erfaringerne fra de seneste tre års arbejde med K7 PLUS, at brugen af kort over tid udbalanceres i en nogenlunde jævn fordeling af hyppigt brug og mere sjældent brug.

KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING

Som de foregående år vil vi fortsat, i sliptrømmen på den landsdækkende gratis museumsuge K7 WEEK, rekruttere til kortet via vores allerede eksisterende kommunikationskanaler til de unge – Instagram, TikTok og egne nyhedsbreve. Alene via K7 WEEKs nyhedsbrevskanal vil budskabet komme ud til mere end 40.000 unge.

Markedsføring af K24/7 til øvrige målgrupper vil foregå løbende gennem et miks af museernes egne kanaler (synlighed ved billetkøb og i museumsbutikker, nyhedsbreve og medlemsdatabaser, fysiske ma-

terialer ved indgang og særudstillinger), målrettet digital annoncering, nyhedsbreve, kommunikation via SoMe, redaktionelle artikler, anbefalinger, guides, remarketing til eksisterende museumsbrugere, synlighed i byrum og differentieret kommunikation til fx familier og unge.

K24/7 giver museerne gratis eksponering og omtale i opslag, nyhedsbreve, betalte annoncer og kampagner, som er af stor værdi for dem i form af sparrede annoncekroner.



PROJEKTETS STRUKTUR 2026-2029

ÅR 1 – 2026-2027: UDVIKLING & LANCERING

- Udvikling af K 24/7, inkl. visuel identitet og kommunikationsplatform
- Udvidelse af teknisk infrastruktur (betaling, kompensation, integrationsmodul)
- Rekruttering af museer i København og omegn (målsætning: min. 30 institutioner)
- Pilotlancering i København med salg af de første kort.

ÅR 2 – 2027-2028: KONSOLIDERING & SKALERING

- Udvidelse af partnerskabskredsen til museer i flere landsdele (min. 40 deltagende museer)
- Justering af kompensationsmodel efter erfaringerne fra første år
- Evt. udvikling af produkttyper (familieårskort, +1 kort eller lignende)
- Vidensopsamling via brugsmønstre, surveys og digitale spordata
- Opbygning af national partneralliance.

ÅR 3 – 2028-2029: NATIONAL UDRULNING

- Fuld national drift med partnerskab på tværs af regionerne (min. 60 deltagende museer)
- Implementering af datarapporteringsværktøjer for museerne
- Etablering af en bæredygtig økonomi uafhængig af offentlige tilskud.





BAGGRUND

ADBC har siden efteråret 2019 været i dialog med borgere, museer, politikere og øvrige kulturaktører for at undersøge interessen og mulighederne for at etablere et kulturårskort, der mod betaling giver fri adgang til museer og kulturinstitutioner.

På baggrund af en ansøgning til Københavns Kommune bevilligede Kultur- og Fritidsforvaltningen i november 2019 1.000.000 kr. til udvikling af et kulturårskort. Den første rate på 300.000 kr. blev anvendt til en indledende forundersøgelse, som resulterede i rapporten Udvikling af et kulturårskort i Danmark (marts 2020). Rapporten dokumenterede en betydelig interesse i befolkningen, tydelig betalingsvillighed og internationale erfaringer, der peger på, at museumsårskort kan øge både besøgstal og kulturel deltagelse markant.

Den videre udvikling blev – som følge af covid-19 – opdelt i faser og midlertidigt sat i bero. I stedet anbefalede vi at igangsætte en målrettet beta-test i form af et tværgående museumskort for unge i København. Formålet var at afprøve betalingsmodel, brugeradfærd, teknisk infrastruktur og samarbejde med museerne i praksis, før en eventuel bredere udrulning.

Denne anbefaling blev realiseret gennem etableringen af K7 PLUS, som siden 2023 har fungeret som et digitalt kulturabonnement for unge mellem 18 og 27 år. I løbet af de seneste tre år har K7 PLUS givet os værdifuld og praksisnær viden om:

- Betalingsvillighed og abonnementsadfærd
- Brugsmønstre og besøghyppighed
- Effekten af forskellige korttyper (måned, halvår, år og ledsagerordninger)



- Museernes erfaringer med fælles scanning og kompensationsmodeller
- Samt hvordan et tværgående kort kan understøtte både trivsel, fællesskab og publikumsudvikling.

Erfaringerne viser, at modellen fungerer: Brugere anvender kortet aktivt og gentagne gange, museerne oplever nye besøgende og får adgang til værdifulde data, og infrastrukturen kan håndtere drift og skalering. Samtidig har de tre års drift tydeliggjort, at en snæver aldersafgrænsning begrænser volumen og dermed de økonomiske muligheder for at skabe en fuldt bæredygtig model.

På denne baggrund anbefaler vi nu at tage næste naturlige skridt: at videreudvikle K7 PLUS til K24/7 – et landsdækkende museumsårskort for alle målgrupper.

K24/7 bygger direkte på den viden og infrastruktur, der er opbygget gennem K7 PLUS, men udvider målgruppen til også at omfatte familier, voksne og seniorer. Udvidelsen er afgørende for at opnå den nødvendige skala, der kan sikre en robust og langsigtet forretningsmodel, samtidig med at kortet fortsat kan tilbyde særligt gunstige vilkår for unge og dermed fastholde det kulturpolitiske fokus på næste generation af museums-gængere.

Projektet vil fortsat arbejde målrettet for at få flere unge til at bruge museerne – blandt andet gennem differentierede priser og særlige

tilbud – men i en model, hvor flere aldersgrupper bidrager til den samlede bæredygtighed. På den måde kombinerer K24/7 social ambition med økonomisk ansvarlighed.

Ved at støtte udviklingen af K24/7 er Københavns Kommune med til at realisere en vision, der har været under udvikling siden 2019: et tværgående kulturårskort, der skaber varige forbindelser mellem borgere og kulturinstitutioner, styrker museernes økonomiske fundament og bidrager til lige adgang til kultur – ikke kun for unge, men for hele befolkningen.



BUDGET K7 24/7

	ÅR 1	ÅR 2	ÅR 3
Indtægter			
Indtægter fra kortsalg	804.876,57 kr.	965.851,89 kr.	1.197.010,06 kr.
Tilskud KBH Kommune	800.000,00 kr.	800.000,00 kr.	800.000,00 kr.
Indtægter i alt	1.604.876,57 kr.	1.765.851,89 kr.	1.997.010,06 kr.
Udgifter			
Tilbagebetaling til museer	641.404,29 kr.	769.685,14 kr.	950.037,43 kr.
CRM-system/app v. Loby	125.000,00 kr.	125.000,00 kr.	125.000,00 kr.
Hjemmeside	100.000,00 kr.	100.000,00 kr.	100.000,00 kr.
Marketing	150.000,00 kr.	150.000,00 kr.	150.000,00 kr.
Visuel identitet	35.000,00 kr.	35.000,00 kr.	35.000,00 kr.
Uforudsete udgifter	20.000,00 kr.	20.000,00 kr.	20.000,00 kr.
Administrationsudgifter	75.000,00 kr.	75.000,00 kr.	75.000,00 kr.
Revision/advokat	25.000,00 kr.	25.000,00 kr.	25.000,00 kr.
Økonomi	45.000,00 kr.	45.000,00 kr.	45.000,00 kr.
Projektledelse	300.000,00 kr.	300.000,00 kr.	300.000,00 kr.
Kommunikation	110.000,00 kr.	110.000,00 kr.	110.000,00 kr.
Udgifter i alt	1.626.404,29 kr.	1.754.685,14 kr.	1.935.037,43 kr.
Resultat	-21.527,71 kr.	11.166,74 kr.	61.972,63 kr.

Beregninger på antal kort, besøg og tilbagebetaling til museerne - ÅR 1, ÅR 2, ÅR 3

ÅR 1 BEREGNING

Korttype	Pris	Antal	Indtægt	gns. besøg	Tilbagebetaling til museer	Overskud	Moms	Overskud fratrukket moms	Gns. Pris. pr. besøg
K7 24/7 ÅRSKORT	899 kr.	1000	899.000,00 kr.	-5	-289.285,71 kr.	609.714,29 kr.	121.942,86 kr.	487.771,43 kr.	57,86 kr.
K7 24/7 ÅRSKORT (ung)	499 kr.	250	124.750,00 kr.	-5	-67.050,00 kr.	57.700,00 kr.	11.540,00 kr.	46.160,00 kr.	53,64 kr.
K7 24/7 HALVÅRSKORT	499 kr.	1000	499.000,00 kr.	-4	-231.428,57 kr.	267.571,43 kr.	53.514,29 kr.	214.057,14 kr.	57,86 kr.
K7 24/7 HALVÅRSKORT (ung)	349 kr.	250	124.750,00 kr.	-4	-53.640,00 kr.	71.110,00 kr.	14.222,00 kr.	56.888,00 kr.	53,64 kr.

ÅR 2 BEREGNING

Korttype	Pris	Antal	Indtægt	gns. besøg	Tilbagebetaling til museer	Overskud	Moms	Overskud fratrukket moms	Gns. Pris. pr. besøg
K7 24/7 ÅRSKORT	899 kr.	1200	1.078.800,00 kr.	-5	-347.142,86 kr.	731.657,14 kr.	146.331,43 kr.	585.325,71 kr.	57,86 kr.
K7 24/7 ÅRSKORT (ung)	499 kr.	300	149.700,00 kr.	-5	-80.460,00 kr.	69.240,00 kr.	13.848,00 kr.	55.392,00 kr.	53,64 kr.
K7 24/7 HALVÅRSKORT	499 kr.	1200	598.800,00 kr.	-4	-277.714,29 kr.	321.085,71 kr.	64.217,14 kr.	256.868,57 kr.	57,86 kr.
K7 24/7 HALVÅRSKORT (ung)	349 kr.	300	149.700,00 kr.	-4	-64.368,00 kr.	85.332,00 kr.	17.066,40 kr.	68.265,60 kr.	53,64 kr.

ÅR 3 BEREGNING

Korttype	Pris	Antal	Indtægt	gns. besøg	Tilbagebetaling til museer	Overskud	Moms	Overskud fratrukket moms	Gns. Pris. pr. besøg
K7 24/7 ÅRSKORT	899 kr.	1500	1.348.500,00 kr.	-5	-433.928,57 kr.	914.571,43 kr.	182.914,29 kr.	731.657,14 kr.	57,86 kr.
K7 24/7 ÅRSKORT (ung)	499 kr.	350	174.650,00 kr.	-5	-93.870,00 kr.	80.780,00 kr.	16.156,00 kr.	64.624,00 kr.	53,64 kr.
K7 24/7 HALVÅRSKORT	499 kr.	1500	748.500,00 kr.	-4	-347.142,86 kr.	401.357,14 kr.	80.271,43 kr.	321.085,71 kr.	57,86 kr.
K7 24/7 HALVÅRSKORT (ung)	349 kr.	350	174.650,00 kr.	-4	-75.096,00 kr.	99.554,00 kr.	19.910,80 kr.	79.643,20 kr.	53,64 kr.

BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Ansøgning om tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget



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

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

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

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

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

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn:	ADBC
CVR:	32776191
Projektets navn:	K24/7

Projektperiode start (dd.mm.åååå):	1. maj 2026
Projektperiode slut (dd.mm.åååå):	1. maj 2029
<i>Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.</i>	

Budgettet vedrører budgetår (åååå):	2026, 2027, 2028, 2029
Dato for indsendelse af budget (dd.mm.åååå):	27. februar 2026

Indtægter	Samlet budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Ansøgt tilskud fra Kultur-, Fritids- og Borgerserviceudvalget	2.400.000,00 kr.		Ansøgt
Indtægter for salg af kort	2.967.738,52 kr.		
INDTÆGTER I ALT	5.367.738,52 kr.	0,00 kr.	

Udgifter	Samlet budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud)
<i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud til.</i>		
Tilbagebetaling til museer	2.361.126,86 kr.	
CRM-system/app v. Lobby	375.000,00 kr.	
Hjemmeside	300.000,00 kr.	
Marketing	450.000,00 kr.	
Visuel identitet	105.000,00 kr.	
Administrationsudgifter	225.000,00 kr.	
Revision/advokat	75.000,00 kr.	
Økonomi	135.000,00 kr.	
Projektledelse	900.000,00 kr.	
Kommunikation	330.000,00 kr.	
Uforudsete udgifter	60.000,00 kr.	
UDGIFTER I ALT	5.316.126,86 kr.	0,00 kr.

RESULTAT	Samlet budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud)
I ALT	51.611,66 kr.	0,00 kr.

Kommentarer/forbehold:
Ovenstående budget gælder for hele projektperioden (2026-2029). Som bilag findes også budget for de enkelte år samt beregninger, der ligger til grund for budgettet.