

VINTER i KØBENHAVN 2026-2035

RAPPORT M. ANBEFALINGER

- udarbejdet af KCC Event til Københavns Kommune (KFF)

JUNI-AUGUST 2025

INDHOLDSFORTEGNELSE

3. FORORD

4. INDLEDNING

5. VISION

8. ANBEFALINGER

11. CITATER & UDSAGN

FORORD

Om vinteren er grøn eller hvid, så står vi i København med et uudnyttet potentiale i vintermånederne.

Derfor er der brug for at samle byens aktører på tværs af brancher og bydele, for sammen at skabe et mere levende, inspirerende og inkluderende København - for københavnernes og byens nationale og internationale gæster.

Kernen i en levende by er kultur, kunst, sociale aktiviteter, hverdagsliv og det lokale erhvervsliv. Det er i livet mellem bygningerne og i byens åbne rum. Lys i vinduerne, gode steder at handle, spise og overnatte.

Det handler om indhold, oplevelser, events, fællesskaber og fysiske butikker året rundt. Det handler om møder mellem mennesker - tilbagevendende, midlertidige og unikke oplevelser.

Når vi styrker og udvikler disse områder, blandt os, der bor her, kommer der også gæster til byen – nationale og internationale besøgende som bor på hoteller, spiser på restauranter, køber en gave med hjem og en billet til en oplevelse, mens de er her.

Det er udgangspunktet for den levende by - og det fordrer partnerskaber på tværs, hvor aktørerne deler, inviterer og inkluderer.

Mit ønske er at forankre **Vinter i København** i fællesskaber mellem det lokale erhvervsliv, lokale kulturinstitutioner og københavnernes. At der bliver skabt en paraplyorganisation som er af og for københavnernes rundt om i hele København. At det vi selv vil, er en så stærk og autentisk fortælling, at den også resonerer hos alle, der har lyst til at komme på besøg og være turist i egen by, for en dag eller længere.

Mit håb er at konceptet **Vinter i København** vil styrke det lokale, det bæredygtige, det unikke og fællesskabet.

Mia Nyegaard
Kultur- og fritidsborgmester

INDLEDNING

Et sekretariat som katalysator for stærke partnerskaber og nye initiativer på tværs af byen, vil kunne facilitere netværk og vidensdeling både inden for og på tværs af brancher og bydele.

Med arbejdstitlen **Vinter i København** foreslår vi etableringen af en paraplyorganisation, hvor et sekretariat kan fungere som et ankerpunkt og drivkraft for et fremtidigt fælles vinterfokus.

Vi ser en organisation, der favner et stærkt netværk, hvor inspiration flyder frit, hvor eksisterende initiativer styrkes, og hvor nye idéer får plads.

Derfor foreslår vi en paraply, der skaber kernen og samler kræfterne om:

- **Partnerskaber** – vidensdeling og inspiration på tværs af kultur, erhverv, turisme og civilsamfund.
- **Samarbejde og dialog** – der styrker eksisterende og udvikler nye formater og events.
- **Formidling og synlighed** – gennem byens og partneres kanaler og platforme.

Vi vil en organisation, der er modig og nysgerrig. En ramme, hvor kommercielle og ikke-kommercielle aktører kan bidrage med hver deres, og sammen gøre København til en mere levende vinterhovedstad for københavnernes og byens gæster.

EN STOR TAK

Vi ønsker at rette en dybfølt tak til de mere end 100 aktører, der på tværs af hele København har bidraget til denne rapport og anbefalinger:

Københavnere, handelsstandsforeninger, erhvervsorganisationer, forretningsdrivende, hoteller, caféer, kulturaktører, offentlige og private organisationer, fonde m.fl. har alle delt erfaringer, indsigter og engagement gennem samtaler, interviews, konference og workshop.

En stor tak til jer alle for jeres uvurderlige bidrag. Uden jer var dette arbejde ikke muligt.

VISION

POTENTIALET I PARTNERSKABET

København har altid levet i kontrasten mellem lys og mørke. Den lette sommer overfor den lange vinter, hvor det tætte mørke og kulden får os til at søge indad – men også til at søge sammen. Og netop dér ligger styrken: Når vi samles, sker der noget særligt.

Vinter i København skal være Københavns svar på en skærpet vintersæson i Q4 og Q1, hvor hele byen lyser op. Fra Ørestad til Nordvest, fra brokvartererne til Indre By, skaber vi en fortælling, hvor København ikke er en by, man gemmer sig i om vinteren, men en by man bruger aktivt, bevæger sig på tværs af og er nysgerrig på.

Københavns mørke er et perfekt bagtæppe for lyskunst på facaderne, lysinstallationer i byrum, lysende stier langs søerne og havnen. Lige så vigtigt er det indre lys, der næres, når vi mødes i fællesskaber omkring kulturen, kunsten, idrætten, maden og musikken. Steder og aktiviteter, hvor københavnernes finder varmen i hinanden, og hvor gæster udefra inviteres indenfor i hverdagen og til særlige lejligheder og events.

ÉT FÆLLES SEKRETARIAT - ÉN FÆLLES HUB FOR VIDEN OG FÆLLESSKAB

En af de største barrierer for kultur og byliv i København er ofte bureaukratiet. Tilladelser, ansøgninger, regler og begrænsninger kan dræbe selv den mest sprudlende idé. Derfor anbefaler vi etablering af en paraplyorganisation, **Vinter i København**, et sekretariat, som skal være ankerpunkt for arbejdet fremadrettet.

Sekretariatet skal – i tæt samarbejde med Københavns Kommune og relevante myndigheder – gøre det nemt at søge tilladelser, sikre længerevarende godkendelser, og fungere content-driven.

Sekretariatet skal også være stedet, hvor kulturaktører, erhvervsdrivende og lokale ildsjæle kan række ud med en drøm – og få sparring og netværk. Dertil skal **Vinter i København** fungere som en hub. Et centrum for vidensdeling, innovation og partnerskaber.

Her mødes kulturinstitutioner, idræts- og fritidsorganisationer, handelsstandsforeninger, erhvervsliv, uddannelsesinstitutioner, københavnere, ildsjæle, for at udvikle idéer, udveksle erfaringer og skabe en kontinuerlig, vedvarende aktivitetsrække - og en stærk fælles identitet for vinteren i København.

På denne måde sikrer vi, at **Vinter i København** ikke blot bliver en årlig begivenhed, men en permanent motor for udvikling i byen. Vi deler erfaringer, udvikler nye talenter og bygger bro mellem generationer og sociale lag. Det er her de små ildsjæle kan finde sparring og plads, side om side med de store institutioner: Samskabelse i praksis – ikke som et buzzword, men som en daglig kultur.

Handels- og erhvervsforeningerne og byens erhvervsliv bliver bærende søjler. For når byens erhvervsliv og kulturaktører samler sig i én stærk paraply, står vi langt stærkere: butikker, restauranter, hoteller, fritids- og kulturlivet kan bidrage aktivt og samtidig nyde godt af den tilstrømning, det fælles fokus skaber.

Derfor anbefales det, at der etableres en ny, selvstændig enhed forankret under Københavns handels- & erhvervsforeninger, som skal skabe kernen i **Vinter i København**, kuratere aktiviteterne og facilitere stærke partnerskaber på tværs af byen og i de enkelte bydele.

PARTNERSKABER OG FÆLLES UDVIKLING

Københavns Kommune spiller en central og helt afgørende rolle for realiseringen af **Vinter i København**. Københavns Kommune skal gå foran med finansiering i en indledende fase, tildeling af udvalgte pladser til signaturevents på tværs af bydelene, og viljen til at skabe enklere, smidigere og hurtigere sagsgange og ansøgningstilladelser – og modigere brug af byens rum.

En samlet økonomisk rammebevilling på 10 mio. kr. i perioden år 2026-2029 fra Københavns Kommune til drift af et **Vinter i København**-sekretariat skal være startskuddet. I År 1 (2026), pilotprojektåret, opstartes og forankres **Vinter i København**, herunder etablering af sekretariat (2 årsværk). I År 2-3-4 (2027-2028-2029) udvikles og konsolideres **Vinter i København**.

Dertil er der brug for, at det kommercielle erhvervsliv bidrager med viden, økonomi og muskler, mens civilsamfundet, foreningerne og de små ildsjæle bringer passion, autenticitet og nye idéer. Aktører fra både erhvervsliv og fonde har udtrykt positiv interesse overfor medinvestering i **Vinter i København**, såfremt Københavns Kommune går forrest i en indledende periode.

Det er her et fælles fokus kan noget unikt: det giver noget tilbage til byen – ikke alene i vinterperioden, men hele året!

Det kan give plads til både de små og de store aktører. Det kan styrke omsætningen og helårsbeskæftigelsen for byens handels- og erhvervsdrivende og kulturaktører.

Samlede kræfter kan adressere ensomhed ved at give plads til fællesskaber i mørket. De kan styrke sundhed gennem bevægelse og aktiviteter i vinterkulden. De kan fremhæve håndværk og passion som noget værdifuldt. Alle elsker København. Men byen har brug for, at vi også favner den om vinteren. **Vinter i København** skal først og fremmest bringe mere liv og lys til københavnernes.

ANBEFALINGER

1. ETABLÉR EN PARAPLYORGANISATION MED ET STÆRKT HJERTE

En organisation behøver et stærkt hjerte, hvor idéer udvikles, netværk drives og partnerskaber faciliteres på tværs af hele byen. Sekretariatet bliver kernen i **Vinter i København**, hvor trådene samles og aktiviteterne kurateres, erhvervslivet tilfører ressourcer og kulturmiljøet leverer passion og autenticitet. Her skabes balancen mellem muskler og nærvær.

Sekretariatet foreslås etableret som en ny, selvstændig enhed forankret under Københavns handels- og erhvervsforeninger med indledende 4-årig finansiering fra Københavns Kommune på samlet DKK 10 mio. i perioden 2026-2029 til drift og forankring af sekretariatet (2 årsværk).

Midlerne (drift) anbefales fordelt således: År 2026: DKK 2,0 mio.
– År 2027: DKK 3,0 mio. – År 2028: DKK 3,0 mio. – År 2029: DKK 2,0 mio.

2. INVITÉR TIL EN HUB FOR UDVIKLING AF AKTIVITETER OG FÆLLESSKABER

Sekretariatet skal på sigt også være en fælles hub, en permanent motor for samarbejde, innovation og udvikling. Her mødes københavnere, ildsjæle, kulturinstitutioner, erhvervsliv, handelsstandsforeninger, uddannelsesinstitutioner etc. for at udvikle idéer og nye partnerskaber, der udmønter sig i endnu flere fællesskabende vinteraktiviteter i byen.

3. SKAB EN STÆRK KERNEFORTÆLLING

En stærk kernefortælling, der binder alle aktører sammen under ét paraplyunivers, gør **Vinter i København** let at forstå, nem at tappe ind i og umulig at overse. Et endeligt, officielt navn for **Vinter i København** bør derfor afvente og udvikles i pilotprojektåret (2026).

4. PRIORITÉR BORGERINVOLVERING OG SOCIALE INITIATIVER

En levende vinterhovedstad kræver deltagelse fra københavnere. Ved at inddrage københavnere i planlægning, give støtte til fællesskabsaktiviteter og invitere ind i åbne fora for idéudvikling, skal vinterlivet rodfæstes i det lokale. Fokus på sociale vinterinitiativer styrker sammenhængskraft og ejerskab, også på tværs af generationer og sociale lag.

5. BYG PÅ AUTENTICITET OG MOD

København har en stærk historie og en stærk kulturarv på tværs af byen. Der ligger et stort potentiale i at arbejde med og på tværs af bydelene for at styrke den enkelte bydels særlige fortælling: kulturlivet, foreninger, lokaludvalg, beboerforeninger etc. Modet til at udfordre rammerne skal være vinterens motor.

6. BRUG BYENS FYRTÅRNE SOM VEJVISERE

Udpeg et Advisory Board under **Vinter i Københavns** sekretariat bestående af markante fyrtårne fra erhvervsliv og kulturliv. Når byens mest erfarne og visionære kræfter går sammen, får vi et Q4 og Q1 med retning, ambition og forankring. Et samarbejde, der kan løfte København og samtidig lyse langt ud over byens og landets grænser.

7. STYRK RAMMEVILKÅR FOR ERHVERVSLIV

Vinter i København skal være en løftestang, der styrker sæsonen og skaber vækst. Gennem partnerskaber mellem hoteller, caféer, restauranter, butikker og oplevelsesaktører m.fl. kan vinteren gøres både attraktiv og økonomisk bæredygtig. Det kræver attraktive rammevilkår og en fælles, langsigtet vision, der giver erhvervslivet mod på at samarbejde med, investere i og satse på vinterbyen København.

8. INDDRAG BØRN, UNGE OG UDDANNELSESINSTITUTIONER

Vinter i København skal bruges aktivt som lærings- og medskabelsesrum for børn og unge. Med projekter i folkeskoler, uddannelsesinstitutioner og ungdomskulturen kan unge bidrage til byens vinteridentitet. Derigennem styrkes innovation og demokratisk deltagelse i byens udvikling.

9. SÆT FOKUS PÅ KLIMA OG BÆREDYGTIGHED

Aktørerne skal have fokus på klima og bæredygtighed. Det betyder f.eks. brug af vedvarende energi, fokus på energiforbrug og cirkulære materialer i midlertidige installationer, og fokus på bæredygtige transportformer (metro, gå, cykle etc.) mellem events og på tværs af bydele. Der kan på sigt opstilles målbare klimakrav for begivenheder og byrum, samt prioriteres samarbejde med københavnske/danske grønne teknologivirksomheder, startups etc.

10. TILDEL FASTE BYRUM FOR EN 10-ÅRIG PERIODE

Københavns Kommune skal tildele centrale pladser og områder i byen til vinterens signaturevents, som eks. Copenhagen Light Festival og Copenhagen Winter Wonderland, samt udstillinger, pop-up-forestillinger, vinteridræt og tilbagevendende aktiviteter. Dette så arrangører og erhvervspartnere får de stabile rammer, der skal til for at udvikle stærke og tilbagevendende signaturevents. En 10-årig horisont giver mod på investeringer, innovation og samarbejder, som styrker københavnernes brug af byen, kultur- og fritidslivet, handelslivet etc.

Følgende lokationer anbefales som udgangspunkt, med henblik på at inkludere yderligere pladser i samarbejde med aktører i bydele på tværs af København: Kongens Nytorv, Gammel Strand og Israels Plads (København K) – Den Røde Plads (Nørrebro) – Enghave Plads (Vesterbro) – Amagerbro (Amager) – Ingrid Jespersens Plads (Østerbro).

CITATER & UDSAGN

“ Det er vigtigt at have målgruppen og formål for øje, i forhold til hvilken oplevelse man gerne vil give. Hos os i TorvehallerneKBH er det at være et sted for fællesskaber og mad relaterede aktiviteter for herboende københavnere, og et sted hvor man handler og køber sine fødevarer. Sammen med vores stadeholdere ønsker vi at bidrage til det daglige og nære liv i byen. En idé til et nyt vinterpartnerskab kan eksempelvis være, at vi sammen med Arbejdersmuseet og lokalebeboerforeninger inviterer til arrangementer, der har maddannelse og måltidet som omdrejningspunkt.

I TorvehallerneKBH arbejder vi tæt sammen med vores 60 passionerede stadeholdere, og vi deler gerne viden og ekspertise, og er klar til at byde ind med sparring i et netværk på tværs af byen.”

- **Lotte E. Andersen**, TorvehallerneKBH, Jeudan

“ Man kommer ikke uden om, at når vi rejser i dag, så er der også en vigtig del af det, der er vores egen selv-iscenesættelse. At kunne komme hjem og fortælle: Vi kom gående langs en havnekaj og pludselig var der udendørs dans -og så endte vi med at danse salsa i to timer! Det er der 100 gange mere social kapital i, end at kunne sige: Og så var vi nede og se Den Lille Havfrue. Det gør ikke, at man skal undlade at bringe klassikerne i spil, men det er vigtigt at være sig udviklingen bevidst. At klassikerne kan være med til at trække gæsterne til byen (især fra fjernmarkeder), men at det ofte er de overraskende, anderledes oplevelser, der sætter aftryk.”

- **Anja Hartung Sfurla**, LoopNordic

“ Der er behov for en kollektiv indsats, hvor vi alle bidrager med gode idéer til, hvordan vi kan brede sæsonerne og gæsterne ud over hele året. Hvis turismen skal være bæredygtig, kræver det, at lokalforankringen er der. Måske kan Designmuseum Danmark gå sammen med byens kulturinstitutioner om en årligt tilbagevendende Museums måned i januar, hvor gæsterne kan få anbefalinger til en række museer ud fra personlig interesse: historie, design, natur og andre emner. Og hvor man guides nemt rundt via offentlig transport.”

- **Anne-Louise Sommer**, Designmuseum Danmark

“ Det er i mødet mellem mennesker, at idéer tager form. Når forskellige perspektiver og fagligheder mødes, opstår der nye blikke, som åbner for muligheder, man måske ikke havde overvejet eller troet var mulige. Energien fra sommerens mange events rækker langt ud over dagene selv - i nye idéer, samarbejder og netværk. Det er et potentiale, København kan bygge videre på i vintermånederne og hos Fredericia Furniture har vi fået appetit på, at skabe varme vinterrum og nye oplevelser med andre i og uden for vores egen branche.”

- **Theresa Bødkergaard**, Fredericia Furniture

“ Jeg tror ikke, at der er brug for at opfinde den dybe tallerken indholdsmæssigt. Vi er her jo. Og det er de færreste af os, der lukker ned i lausæsonen. Den oplevelse aktørerne hver især kan give, er unik, men nogen skal hjælpe med at løfte det ud over rampen i den fælles kuraterede fortælling. Hvor er det man finder information, når man er landet i byen eller bor her? Hvordan formidles det på en god måde?”

- **Tine Kastrup-Misir**, Home of Carlsberg

“ Vi kan absolut se en værdi i at være en del af et større partnerskab og større strategiske samarbejder, hvor der ikke er penge mellem parterne, men en gensidig værdiudveksling gennem eksponering. Særligt vil det være godt at have en tragt, der samler og kanaliserer partnerskaber. Et samarbejde, der skal sikre, at vi ikke bliver en smagsdommer, men holder fast i at eksponere steder, events og oplevelser til inspiration.”

- **Tine Rubeck Trolle**, Metroselskabet og Hovedstadens Letbane

“ Nu hvor vi i 2026 går fra overvejende at være en forestillingsdrevet kulturinstitution til også at åbne vores nye børnehus i Stærekassen, der inviterer børn og deres voksne indenfor hele året, står vi over for en helt ny dagsorden: At kunne eksistere i folks bevidsthed, når de besøger byen og når københavnere og familierne planlægger weekenden, den ekstra sjove legeaftale eller en regnvejrsftermiddag.

Hvad vil vi kunne opbygge sammen med strategiske partnere, hvor vi bringer vores bygninger og indhold i spil, og begge parter derigennem når ud til nye målgrupper? Derfor er det aktuelle fokus på partnerskaber i vinterperioden også interessant for os.”

- **Jesper Mikkelsen**, Det Kongelige Teater

“ Hos COPENHELL kunne vi godt tænke os at lave en version af COPENHELL Con i vinterhalvåret med fokus på nørdekultur: Sci-fi, Fantasy, Horror, Metal, videnskab og psykologi. Med udgangspunkt i tv, film, bøger, tegneserier, brætspil mv.”

- Sofie Støvelbæk & Linda Havanna Hansen, COPENHELL

“ Kan vi oversætte noget af det, der foregår om sommeren til en vinterversion – gerne bredt ud over byen, der hvor mennesker bor? I DOT-konstellationen har vi mulighed for at indgå samarbejder om eventbilletter, der kan bringe folk bæredygtigt og prisvenligt rundt med bus, tog og metro.”

- Stine Sander, MOVIA

“ Der er brug for langsigtet støtte, frem for ressourcekrævende ansøgninger hvert år, færre benspænd og tættere samarbejder mellem det kommunale og kommercielle - og dertil nemmere adgang til byens offentlige rum.”

- Bidrag fra konference den 18. august 2025

“ Kommunen lægger et stort ansvar over på festivalerne, der skaber et rigt og innovativt kulturtilbud. Vis tillid til de etablerede festivaler, leg med og giv dem spillerum. Hvordan kan kommunen give noget tilbage - som ikke alene er økonomi?”

- Bidrag fra konference den 18. august 2025

“ Tap ind i aktiviteter og events, der allerede foregår, og understøt flere festivaler, der kan tiltrække publikum i hver måned/uge - eksempelvis med temaer som wellness, bæredygtighed, gourmetmad og vinterbadning.”

- Bidrag fra konference den 18. august 2025

“ Det er dyrt for mange børnefamilier at bruge byen i vinterhalvåret, derfor er de ikke-kommercielle familietilbud eftertragtede. Kommunens kulturhuse har mange gode tilbud fra oktober til marts, som der kan sættes ekstra fokus på.”

- Bidrag fra konference den 18. august 2025