



Til Teknik- og Miljøudvalget

13-05-2008

### Bannere til udendørs formidling/annoncering

Teknik- og Miljøudvalget besluttede den 23. april 2008, at den såkaldte kulturbannerordning skal gøres tilgængelig for en bredere kreds af annoncører, og at bannerskabelonen ændres, så der blandt andet skabes mere fleksible layoutmuligheder (jf. TMU 242/2008).

Sagsnr.  
2008-58666

Dokumentnr.  
2008-245819

Sagsbehandler  
Tine Brandt-Nielsen

Teknik- og Miljøforvaltningen har i forlængelse heraf udarbejdet et nyt sæt retningslinier for bannerordningen, som præciserer, hvem der kan benytte bannerordningen, samt kravene til bannerlayoutet.

Teknik- og Miljøudvalget bliver i det nedenstående præsenteret for forvaltningens forslag til nye retningslinier.

### Retningslinier for annoncering med udendørs bannere

Formålet med ordningen er at synliggøre væsentlige kultur- og idrætsbegivenheder i byen og markere København nationalt og internationalt som en by med visioner og ambitioner på det kulturelle område. Bannerordningen er en mulighed for at "dresse" byen op til særlige lejligheder.

Bannerordningen er alene rettet mod begivenheder, som foregår i Københavns Kommune eller opleves som værende københavnerbegivenheder.

Ordningen er til rådighed for:

- Statslige og kommunale kulturinstitutioner, herunder også selvejende institutioner o. lign., som modtager midler fra Kulturministeriet. Udover museer som Statens Museum for Kunst, Thorvaldsens Museum m.fl. kan institutioner som eksempelvis Zoologisk Have, Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger og Børnekulturens Netværk benytte ordningen i forbindelse med begivenheder i byen.
- Festivaler (musik, film, idræt, mad etc.), humanitære organisationer o. lign. og i forbindelse med store begivenheder af generel interesse for hele byen uden kommercielt sigte<sup>1</sup>. Det kan eksempelvis være Golden Days, Kulturatten, Copenhagen

Center for Veje

Njalsgade 13  
Postboks 445  
1505 Kbh. V

<sup>1</sup> Begivenheder betragtes som værende kommercielle, når målet overvejende er at genere overskud til egen virksomhed.

Jazz-festival, Copenhagen Fashion Week og Copenhagen Distortion.

- Arrangementer af generel interesse for byens borgere, som inddrager byens rum på en original måde, og betydelige, kulturelle udstillinger, der markerer sig i international sammenhæng. Det kan eksempelvis være WM i fodbold for hjemløse, klassisk bilvæddeløb som Copenhagen Historic Grand Prix samt store kunstudstillinger som Art Copenhagen.
- Større idrætsbegivenheder i byen, som tiltrækker deltagere og publikum fra andre lande, samt folkelige idrætsbegivenheder i byen, der inddrager mange mennesker. Det kan eksempelvis være begivenheder i form af world-cup stævner (fægtning, skateboard, speedway etc.), WM og EM, Danmark Rundt, Outgame, Copenhagen Marathon og DHL-Stafetten.
- Mega-kulturbegivenheder<sup>2</sup>, som anses for at have national betydning eller betydning for hele byen. Det forudsættes, at der er offentlig adgang til arrangementet, eller at det på anden måde lever op til et offentlighedskriterium, som eksempelvis EU-topmøder. Dette udelukker dog ikke, at der kan tages entré. Det kan eksempelvis være mega-events som HCA 2005, Index 2005, kongelige bryllupper og internationale topmøder eller store begivenheder som Internationalt Melodi Grand Prix eller den store musikuge ”Wonderful Music Awards”.

### **Bannerlayout**

- Bannere skal fremtræde med professionelt layout og passe ind i byrummet. Bannere skal, hvor det er muligt, have et stofligt udtryk (ikke blank plastik).
- Byens logo – byvåbnet skal fremtræde på bannere i henhold til Københavns Kommunes designmanual for grafisk arbejde.
- Sponsorer kan kun markeres som mindre logoer /signaturer i bunden af bannerne, jf. nedenstående eksempel.
- Banneret skal tydeligt vise, hvilken begivenhed der annonceres for.

---

<sup>2</sup> Med mega-begivenheder menes især begivenheder, der involverer store dele af byen, men det kan dog også være store begivenheder, der skønnes at have betydning for international eksponering af byen.



Signe Skovgaard

