

- **Hvad er projektets titel?**

Verdens Vildeste Brobyggere

- **Hvilke problemer/udfordringer skal projektet løse?**

Københavns historie er også broernes historie. For at hjælpe Københavnerne til at komme tættere på deres by og dens historie vil vi sætte fokus på de mange broer, der binder byen sammen. Både de historiske broer, som stormbroen, der binder Slotsholmen sammen med resten af byen, og de nye broer som cykelslangen og lille langebro, der er med til at understrege Københavns status som verdens bedste cykelby.

Ved at sætte fokus på byens broer kan vi give både københavnere og gæster et nyt blik for hvad byens rum, kultur og liv i virkeligheden er.

- **Hvilke aktiviteter skal igangsættes for at løse problemet?**

Projektet består af en række aktiviteter, der alle har til formål at løse ovennævnte problem. Aktiviteterne skal ses som en sammenhængende helhed og udgøres af følgende:

I København i 2021 afholdes landets første brobygningskonkurrence, hvor fire hold af unge talenter fra erhvervsuddannelserne, arkitektskolen, ingeniøruddannelserne og lignende, dyst om på tid at bygge broer over de nyanlagte kanaler i Engholmene ved Kalvebod Brygge. De fire hold er flankeret af førende bro-eksperter fra landets bedste virksomheder hvad angår store byggerier, der rådgiver og vejleder om udfærdigelsen af broen. Selve konkurrencen fungerer samtidig som en folkefest, hvor der vil være underholdning, kendte værter og kommentatorer, samt mad- og drikkeboder, der sikrer engagerede tilskuerer og god stemning.

Konkurrencen tager udgangspunkt i en overordnet ramme, som er "Københavns historie skrevet i broer". Det vil sige, at vi genfortæller københavns historie men med fokus på de talrige broer, som har formet byen op igennem tiden. Hvilket byrum, hvilken kultur, hvilken verden er den enkelt bro blev bygget i? Det er helt sikkert en anderledes historie om byen, der træder frem, når vi fortæller Københavns historie med fokus på tilblivelsen af broerne til Slotsholmen, opførelsen af Knippelsbro eller tilblivelsen af Cykelslangen.

Til selve konkurrencen forestiller vi os at udfordringen består i at genskabe en ikonisk københavnsk bro i mindre format i kanalerne i Engholmene. Inspirationen er her hentet fra den "Hemmelige udfordring" i "Den store bagedyst" på DR. Arkitekterne får til opgave at gentegne en gammel bro, så den giver mening i det nye byrum. Ingeniørerne skal beregne broens bæreevne vindforhold stabilitet osv. Håndværkerne skal bygge den.

På den måde får vi en ny oplevelse af København som kulturelt fællesskab, hver gang et hold gennemgår en opgave i konkurrencen.

Den store begivenhed, der gentages årligt, bliver centrum for produktion af indhold til en hjemmeside for eventet, TV-produktioner til Danmarks Radio samt det første forskningsprojekt af sin art, der kortlægger broerne og øernes udvikling i København gennem tiden.

Både før, under og efter konkurrencen følger og dokumenterer vi deltagernes rejse fra planlægning til eksekvering, som vi bruger til indhold på hjemmesiden samt TV-produktioner.

På hjemmesiden for Verdens Vildeste Brobyggere opbygger vi et helt univers, der handler om broer og byggekunst, erhvervsuddannelser og virksomheder, samt generelt indhold om broer, hvordan de virker og dokumentation af de danske broers historie. På hjemmesiden findes også interviews med partnere og sponsorer, der fortæller om byggekunsten og deres yndlingsbroer.

- **Hvilke formidlingsaktiviteter er der planlagt ifm. projektet?**

Projektet bliver formidlet til offentligheden gennem TV-produktioner og indhold på en hjemmeside, der oplyser om brobygningens kunst i Danmark. Indholdet fra begge elementer formidles desuden via sociale medier. Forskningsprojektet, der kortlægger broerne og øernes udvikling i København gennem tiden, formidles ligeledes gennem ovennævnte kanaler.

- **Hvilke målgrupper henvender projektet sig til?**

Projektet involverer flere forskellige mål- og aldersgrupper.

Den primære målgruppe er unge i alderen 15-25 år, der har mulighed for eller overvejer at søge ind på en erhvervsuddannelse, samt har en interesse for byggefagene. Med projektet ønsker vi nemlig at skabe øget kendskab til erhvervsuddannelserne og forbedre deres *image*, således at flere unge vælger at starte på en erhvervsuddannelse frem for en gymnasial uddannelse.

Den sekundære målgruppe er virksomheder og medarbejdere i byggebranchen, bredt forstået. Det inkluderer professionelle håndværkere, ingeniører, designere, arkitekter og andre, der har en professionel og faglig interesse i byggekunsten.

Den tertiære målgruppe er offentligheden, herunder forældre til unge i alderen 15-25 år, gør-det-selv typerne, Københavner-familierne samt underholdningsforbrugere i hele landet, der kan lide programmer som Den Store Bagedyst og Bonderøven.

- **Hvad er de forventede resultater og effekter? Hvordan skal de evalueres/måles?**

Projektet forventes at skabe følgende resultater og effekter:

- Øget kendskab til erhvervsuddannelserne samt forbedret image
- Øget antal ansøgere til erhvervsuddannelserne

- Omtale og PR til partnere og støtter af projektet
- Fysisk fremmøde ved afholdelse af event
- Øget kendskab til og interesse for faglighederne bag brobygning generelt

KPI'erne måles og evalueres på følgende måde:

- Øget kendskab til erhvervsuddannelserne samt forbedret image måles ved ...
- Øget antal ansøgere til erhvervsuddannelserne måles over en 3-årig periode.
- PR og omtale måles ved optælling af omtale i både sociale og trykte medier, såvel som antal seere af indhold på hjemmeside og TV.
- Fysisk fremmøde ved eventet måles ved optælling af antal deltagere.
- Øget kendskab til og interesse for faglighederne bag brobygning måles ved antal besøgende på hjemmeside samt den generelle interesse for elementerne i projektet.

- **Hvordan indtænkes miljømæssig, økonomisk og social bæredygtighed?**

Bæredygtighed er i både bogstavelig og i overført betydning det mest afgørende element i konkurrencen: Broerne skal være bæredygtige i begge betydninger.

I valg af materialer såvel som mængden heraf, er det et krav, at der indtænkes både økonomisk og miljømæssig bæredygtighed, hvilket derfor indgår som et parameter ud fra hvilket brokonstruktionerne bliver bedømt under selve konkurrencen, såvel som i udarbejdelse af broerne forud for denne.

Broer gør byen mere tilgængelig, og har den fordel, at det oftest er bæredygtige transportformer, der favoriseres ved etableringen af broer i eksempelvis København. Selve fortællingen om broerne er derfor samtidig fortællingen om at gøre byer mere bæredygtige, og forbinde områder og mennesker, der hidtil har været adskilte.

- **Projektperiode, start:**

1. februar 2021

- **Projektperiode, slut:**

15. juni 2021

- **Milepæle/delmål, beskriv overordnede tidsramme; primære aktiviteter og afslutning**

Oktober 2020: Planlægning, konceptudvikling, konkurrencedesign, visuel identitet

November/december 2020: Partnerskaber og fundraising

Januar 2021: Igangsætning og rekruttering. Rekruttering af hold til konkurrencen, casting af underholdning, pitch til mediepartnere

Februar 2021: PR og markedsføring. Offentliggørelse af event, produktion af kampagneelementer, eksekvering af PR- og markedsføringstiltag

Marts 2021: Produktionsplaner. Planlægning af produktion for både TV og publikum. Område til boder og mad. Eventuelle Covid-19 hensyn og nødplaner

Maj 2021: Afvikling af event. Projekteksekvering, post-produktion og pressearbejde

- **Ønsket støttebeløb:**

250.000

- **Total budget:**

1.880.000 (budget vedlagt og findes på sidste side af vedhæftede bilag)

- **Finansiering:**

Erhvevssamarbejder: 6 virksomheder á 150.000 = 900.000

Institutionspartnerskaber: 4 uddannelsesinstitutioner á 100k = 400.000

Fonde og puljer: 500.000

- **Organisering. Arbejdsgruppe, styregruppe eller referencegruppe.**

Projektet nedsætter en styregruppe hvor repræsentanter fra partnerne skal tage en aktiv rolle. Projektet afvikles af en projektleder fra projektejer, virksomheden MU.ST, som har et dedikeret hold til at bistå afviklingen. Herunder PR, fundraising og produktion. Derudover anvendes en række leverandører, som skal bistå projektteamet med diverse produktionsrelaterede aktiviteter herunder sikkerhed, lys, lyd, toiletforhold mm.

- **Samarbejdspartnere. Navn, organisation, virksomhed. + rolle. Hold det kort.**

NPV - <https://npv.as> : Lokationparter. NPV er ejendomsudvikler på Engholmene, hvor projektet skal foregå

COWI - <https://www.cowi.dk> : Skal deltage som eksperter i broprojekter og deltage i presseomtale af projektet

Arkitema - <https://arkitema.com> : Skal deltage som eksperter i broprojekter og deltage i presseomtale af projektet

Dissing + Weitling - <http://dissingweitling.com> : Skal deltage som eksperter i broprojekter og deltage i presseomtale af projektet

By & Havn - <https://byoghavn.dk/> : Skal deltage som den partner, der skal sikre at projektet bliver forankret i København som en del af diskussionen om hvordan broer kan udvikle infrastrukturen i København for både cykler, kollektiv trafik og bilisme.

Danmarks Radio - www.dr.dk : Vi er pt. i dialog med Danmarks Radio om at producere en TV-udsendelse fra eventet, såvel som en bredere dækning og fokus på dansk brobygningskunst i fortiden og nutiden.

- **CVR nummer:**
26117283
- **Virksomhedens navn:**
MU.ST
- **Adresse:**
Vester Voldgade 96
- **Postnummer**
1552
- **By**
København V
- **Kontaktperson, navn, email og tlf**
Kristian Schwarz Larsen
kristian.schwarz@mu.st
23 27 37 76
- **Projektleder, navn, email og tlf**
Jeanne Helene Dolberg Elkjær
jeannehelene.elkjaer@mu.st
30 22 07 4
- **Vedhæft bilag**
Projektbeskrivelse herunder budget på sidste side.