

# 48TIMER Festival 2025 - 2027



*Når foråret for alvor begynder at kunne mærkes, går foreninger og borgere, private og offentlige aktører sammen om at skabe 48 timers festival på Nørrebro. Næste gang er d. 9-11 maj 2025.*

Vi styrker vækstlagene og giver unge kunstnere og kulturskabere mulighed for at udfolde sig. Vi understøtter og formidler det lokale forenings, musik og kulturliv i samarbejde med kultur- og uddannelsesinstitutioner. Nørrebros farverige samskabelsesfestival bliver, som en anden humlebi, ved med at flyve år efter år. Vi søger Festivalpuljen om en treårig bevilling på 3 x 125.000 kr., i alt 375.000 kr.

Med venlig hilsen

Ebbe Hede, Festivalleder, 48TIMER 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



**48TIMER Festival** gør kulturen lettilgængelig og levende for både skabere og besøgende. Kunstnere, erhvervsdrivende, uddannelsesinstitutioner og forskellige nørrebro'ere leverer de mange indslag og events, som er fordelt over hele Nørrebro. De bliver faciliteret, samlet og synliggjort af festivalkontoret.

Vi vil:

- **Gøde det kulturelle vækstlag** i København og på Nørrebro med økonomiske saltvandsindsprøjtninger. Samtidig vil festivalkontoret hjælpe med, at events bliver planlagt og udført på en professionel måde.
- **Eksperimentere** og aktivt fremme det mangfoldige samt nye samarbejder. Hvert år afprøver vi nye måder at bruge bydelens forskellige rum og afvikler events på uventede steder. Det giver nye perspektiver på både stedet og det kunstneriske indhold.
- **Inspirere** byens borgere og turister ved at præsentere og tematisere mangfoldigheden af kulturudtryk i vores by og bydel. Vi dyrker og styrker kulturmøder og fællesskaber, og vi fremmer netværk mellem aktører, frivillige, institutioner og private erhvervsdrivende til gavn for byens kulturliv. Selvom festivalen kun varer 48 timer, gavner den Nørrebros kulturliv i 365 dage om året.
- **Favne** bredt i forhold til målgrupper, aktører og kulturudtryk. 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.

## Lokal forankring og udvikling

Grundkernen i 48TIMER 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.

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.

Vi styrker lokalsamfundet ved at knytte det lokale foreningsliv sammen med socialt udsatte unge fra Nørrebro, der inddrages i det forenings- og organisationsliv, som vi ønsker, de kan lære at begå sig i.

**Foreningen af Blågårds Plads** arrangerer både 48TIMER Festival og Blaagaards Festival. For at sikre fortsat udvikling ønsker vi at ansætte en deltids projektleder til festivalerne svarende til i alt omkring 10 timer ugen, dog koncentreret omkring særlige perioder ift. festivalerne.

Projektlederens primære opgave vil være at sikre udvikling af festivalerne i samarbejde med foreningens bestyrelse. Vi vil arbejde med udvikling bl.a. ved at eksperimentere mere med indhold, form, formidling mv. og ved større brug af systematisk evaluering og opfølgning, så vi fastholder læringen og sikrer at den bruges fremadrettet. Derudover vil projektlederen bistå foreningen i planlægning, afvikling af og opfølgning på festivalerne. Vi forventer at kunne ansætte en profil med dokumenteret projektledelses- og kommunikationserfaring, lokalkendskab samt et bredt, konkret kendskab til kultur- og festivalområdet.

Udgiften til projektleder er lagt ind i festivalernes budgetter for 2025 og fremefter. Vi håber, at Kultur- og Fritidsudvalget vil bakke op om denne prioritering og således være med til at sikre udvikling og fornyelse af 48TIMER Festival fremadrettet.

## Festivalens aktiviteter

Festivalen 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?

Festivalen i 2024 starter med en stor 'Kærlighedsparade', som er en smeltedigel af kunst- og udtryksformer. Den bevæger sig gennem København med lyskunst, dekorationskunst og de nyeste tendenser indenfor techno, house, disco og trance. Paraden har rødder i det inkluderende elektroniske musikmiljø i København og involverer en bred vifte af aktører: arrangører, pladeselskaber, kunstnere og DJs. Kærlighedsparaden afsluttes ved Støberiet, Blågårds Plads, og som Berlins legendariske Love Parade er formålet at fremme fred og kærlighed mellem folk og nationer.

85 studerende på 2. semester af entreprenørskab og design uddannelsen, KEA Nørrebro, udvikler og bygger kunst-installationer samt faciliterer og processtyrer events på ti spots i bydelen. De studerende tager udgangspunkt i lokalområdets egen historiefortælling, miljøet og de lokale aktører. Med et begrænset budget de fokuserer på mulighederne og på at fremme det mellem menneskelige møde igennem kunst og kultur.

Vi samarbejder desuden med en række aktører som Nørrebro United ([nbunited.dk](http://nbunited.dk)), Rapolitics ([rapolitics.dk](http://rapolitics.dk)), KoncertKirken ([koncertkirken.dk](http://koncertkirken.dk)), skatermiljøet på Den Røde Plads, LitteraturHaus ([litteraturhaus.dk](http://litteraturhaus.dk)), Global Kidz ([globalkidz.dk](http://globalkidz.dk)), Turning Tables ([turningtables.org](http://turningtables.org)), Stevnsgade Basketball ([sbbk.dk](http://sbbk.dk)) m.fl. I 2025 ønsker vi at samarbejde med Siam ([siam.dk](http://siam.dk)), en af Danmarks ældste kampsportsklubber og et fællesskab, der bygger på rummelighed, passion og perfektion.





## Udvælgelse og matchmaking

Alle, som har en idé til et indslag på festivalen, som vil lægge scene til en event eller medvirke på en anden måde, kan byde ind via en formular på 48TIMERS hjemmeside. Vi tager kontakt til aktøren og sørger for at event og indhold passer til festivalen og de logistiske rammer. 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 matcher festivalkontoret aktøren med en eller flere spændende partnere. På den måde får vi mindre erfarne kræfter i spil og styrker netværk og kontakter mellem aktører, hvilket i længden styrker sammenholdet i bydelen.

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.

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

Festivalkontoret giver således uprøvede aktører et skub, så de kan prøve kræfter som kulturentreprenører. Det er med til at give festivalen sit snørklede, særlige og vedkommende præg. Festivalen styrker de små kulturaktører, så de står stærkere efter festivalen. Alle aktører får tilbud om inddragelse i beslutninger vedrørende festivalens udformning og udvikling via workshops før festivalen og evalueringer efter festivalen.

Vores '**Kulturkompass**', inspireret af FNs verdensmål for bæredygtig udvikling, er en ledetråd og et kreativt 'benspænd' for alle festivalens aktiviteter og samarbejdspartnere. Med kompasset kan man vurdere hvordan festivalens forskellige aktiviteter ligger i forhold til de værdier og mål vi ønsker at styre efter. Gennemgående mål er bæredygtighed, ligestilling, samskabelse, lokal forankring, inklusion af alle befolkningsgrupper, fokus på mental sundhed og sårbare mennesker. Der er desuden 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

- **Børn og unge**, som udgør ca. halvdelen af nørrebroerne. 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**, fx unge kulturudøvere, 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 med FRAK og Ressourcecenter Ydre Nørrebro om at involvere de unge mest muligt i forbindelse med festivalen og give dem betalte jobs. Studerende fra KEA lærer, hvordan et større kulturarrangement koordineres, udvikles og afvikles. Vi vil bidrage til at skabe demokratiske borgere og fællesskaber, som er en vigtig opgave for Nørrebro som helhed.
- **Københavnere** - børnefamilier, unge, voksne og ældre får muligheden for at besøge og stifte bekendtskab med et Nørrebro, de måske ikke ser til daglig. I denne målgruppe findes også lokale fra Nørrebro, som får muligheden for at tage del i en byfest, der fejrer og viderefører 'Nørrebro-ånden'.

Vi har tidligere lavet 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 arbejdede videre med og udviklede på i samarbejde med 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 derfor blevet videreudviklet, så der kommer en større og mere professionel udendørscene foranlediget af de unges og samarbejdspartneres efterspørgsel.

## Markedsføring

Vi sørger for synlighed af festivalens events i et samlet festivalprogram, der udgives digitalt på hjemmeside og formidles via Facebook, Instagram mm. Vi producerer også små delevenlige videoer, historier og grafisk indhold. Derudover sørger vi for synlighed af festivalen i byrummet (Info- og Eventspots, Åbnings- og Afslutningsevent, plakater, flyers, bannere m.v.), på sociale medier og 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.

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 og evaluering

Fra 2012-2019 voksede 48TIMER med stadigt flere deltagere, besøgende og mere synlighed. Efter nogle år præget af corona, er festivalen kommet godt tilbage. Vi forventer ca. 100 deltagende Nørrebro aktører, over 100 unikke kulturarrangementer, ca. 15.000 besøgende fra hele København, ca. 400 frivillige.

Vi ønsker at inkludere og involvere alle foreninger, aktører og befolkningsgrupper i bydelen. Udviklingen af kulturen understøtter Københavns Kommunes ambition om social inklusion og øget medborgerskab. Vi indgår i tæt samarbejde med kultur- og uddannelsesinstitutioner, og vi understøtter og formidler det lokale forenings, musik og kulturliv. Vi har stor opbakning fra samarbejdspartnerne og en god interesse for at medvirke.

48TIMER er en rummelig og borgerdreven kulturfestival, som vil inkludere, løfte og synliggøre alle de positive fællesskaber og fortællinger, der er i bydelen. Resultatet er et styrket tværgående samarbejde mellem borgere, foreningslivet og de forskellige private og offentlige kulturaktører i området.

### 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 aktører; publikum og deltagere ved arrangementerne; KEA og de 85 studerende

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

## Organisation

48TIMER 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. Festivalkontoret består af repræsentanter herfra, og ledelsen er forankret hos Foreningen af Blågårds Plads. Via underliggende arbejdsgrupper har vi kontakt til de omkring 100 aktører på festivalen. Arbejdsgrupperne er:

1. **Festivalkontoret** (økonomi, sikkerhed, koordination og evaluering)
2. **Frivilligkoordinering**
3. **PR og Kommunikation**
4. **Program og indhold**
5. **Aktørservice**
6. **Info- og eventspots**
7. **Åbnings- og afslutningsevent.**

De frivillige får en masse hands-on erfaring med kulturproduktion. Vi ønsker også at arrangere en eller to udviklingsdage, hvor de lærer om samarbejde, foreningsarbejde og arbejde med kulturprojekter. Gennem vores netværk vil vi undersøge mulighederne for at give de frivillige fribilletter til kulturoplevelser.



## 48TIMER Festival i forhold til Kultur- og Fritidsudvalgets kriterier:

- **Kvalitet og originalitet** – Vi fremmer det skæve og det originale. Her får du oplevelser, du ikke finder andre steder. Vi arbejder kontinuerligt med at fremme kvaliteten i festivalens events.
- **Relevans for København:** 48TIMER er en velkendt begivenhed, som afspejler Nørrebro's profil.
- **Samarbejde med andre aktører/institutioner:** et af formålene med 48TIMER og vores match-making er at fremme samarbejder på alle niveauer. Vores samarbejde med andre kulturarrangører giver gode synergieffekter. Vi samarbejder med Blaagaards Festival, der også foregår på Nørrebro, har stor lokal forankring og hvor udsatte grupper er et fokusområde både som publikum og aktører.
- **Eksperimenterende indhold, form eller formidling:** En del af festivalens DNA er at eksperimentere med indhold og form samt at afprøve nye steder til kulturevents.
- **Aktivering og mangfoldighed** er centralt for os. Foreningslivet står bag festivalen. Aktiviteter og events skabes af bydelens borgere, og mange af dem aktiverer også publikum/deltagere.
- **Tidsmæssig og geografisk spredning af events** Geografisk har vi altid fokus på nye byrum. I forhold til at løfte øvrige **politiske dagsordener**, så har festivalen eksempelvis udsatte unge som en særlig målgruppe. Mht. **international branding** er Nørrebro blevet internationalt kendt som et 'cool neighbourhood' med diversitet, sammenhold og mange spændende små lokale handlende og kultursteder, hvilket 48TIMER Festival netop understøtter og fremhæver.
- **Udvikling og fornyelse** - er uundgåeligt, fornyelsen kommer nedefra. Vores organisation fornyede sig ved at overgå til foreningsregi, og næste trin vil være, at få ansat en tovholder og projektleder.
- **Bæredygtighed.** Med vores Kulturkompass sikrer vi, at festivalen og alle dens aktiviteter bevæger sig i retning af en stadigt større bæredygtighed, som defineret i FNs verdensmål.
- **Ligestilling.** Vi tematiserer ofte ligestilling, fx med et arrangement om repræsentation af kvinder i musikbranchen, problemstillinger, konkrete løsningsforslag og efterfølgende koncert. I organisation og aktiviteter tilstræber festivalen ligestilling i forhold til køn og minoriteter. Diversitet er en styrke.

## Deltagende aktører og samarbejdspartnere de seneste år

OHOI! - Videomøllen - MakerShirt - Kimia - Natha Yogacenter - Bioteket - Huda Al-Kazwine - Verdenskulturcenteret - Områdesekretariatet Lundtoftegade - Solibus - Sjællandsgade Bad - GRO SELV - Garagen - Global Kidz - World Dance Academy - Ghetto Tours - Eventivists - Rapolitics - Cafe Mellemrummet - KBH+ - SheZone - 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 - Klovnen 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, Palmspre - Joy - Insula Music - The Lake - Tjili Pop - Jepak - 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 - Copenhagen Music Maker Space - LCCC - Lyonne - Building Communities - Dusty Rag Jazz Band X Soundtrack Café - Super Power Sound ... og mange, mange flere!



## Billeder fra tidligere 48 Timer festival







## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Foreningen af Blågårds Plads
<b>CVR:</b> 40710647
<b>Festivalens/eventets navn:</b> 48TIMER Festival

<b>Projektperiode:</b> 1.1. 2025 - 31.12 2027
---

<b>Indtægter</b>	<b>Budget 2025</b>	<b>Budget '24</b>	<b>Budget '26</b>	<b>Budget '27</b>
Tilskud fra Københavns Kommune	125.000	100.000	125.000	125.000
Spar Nord Fonden	50.000	20.000	50.000	50.000
Nørrebro Lokaludvalg	50.000	50.000	50.000	50.000
William Demant Fonden	50.000	25.000	50.000	50.000
Nordea-Fonden	60.000	40.000	60.000	60.000
Kvarterkroner (Skjolds Plads)	40.000	(25.000)	40.000	40.000
Toyota-fonden	25.000		25.000	25.000
Knud Højgård Fonden	80.000		80.000	80.000
Tuborgfondet	80.000		80.000	80.000
Koda projektpuljen	50.000		50.000	50.000
Andre fonde	128.800		190.000	290.000
Egenfinansiering *				
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>738.800</b>	<b>260.000 *</b>	<b>800.000</b>	<b>900.000</b>

<b>Udgifter</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget '24</b>	<b>Budget '26</b>	<b>Budget '27</b>
<b>Aktørstøtte og Matchmaking</b>	<b>131.000</b>	<b>80.000</b>		
<i>Programrelease (snacks, transport, honorar)</i>	10.000			
<i>Tilskud events (saltvandsindsprøjtninger)</i>	100.000			
<i>Udstyrstransporter, Aktørservice</i>	12.000			
<i>Teknikservice (ekstra teknisk support)</i>	9.000			
<b>Åbnings- og afslutningsevent</b>	<b>124.000</b>	<b>40.000</b>		
<i>Musikerhonorarer</i>	50.000			
<i>Forplejning frivillige</i>	4.000			
<i>Lysmand</i>	4.000			
<i>Konferencier</i>	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>30.000</b>		
<i>Transport</i>	10.000			
<i>Leje af værktøj</i>	10.000			
<i>Værkstedsløje</i>	10.000			

Materialer m.m.	13.000			
<b>Frivilligpleje og workshops</b>	<b>58.300</b>			
T-shirts	7.000			
Nøglesnore og IDkort	1.800			
2 udviklingsdage, forplejning og oplægsholder	20.000			
Bespising, snacks, sandwich	4.000			
Afslutningsmiddag/fest for frivilligteam	7.500			
Velkomstarrangement	3.000			
Frivilligansvarlig	15.000			
<b>PR og kommunikation</b>	<b>125.500</b>	<b>25.000</b>		
Blandede materialer til byrumsreklamer	6.000			
48TIMER cykelsæde covers	5.000			
Trykt program, 4.000 stk	8.000			
Plakater - tryk og ophæng	11.500			
Grafisk arbejde	20.000			
Hjemmeside og programmør	21.000			
Sociale medier	5.000			
Fotograf teamkoordinator	5.000			
Klistermærker	1.000			
Videoproduktion (dokumentation)	5.000			
PR og kommunikationsansvarlig	30.000			
Busstater i byrummet	8.000			
<b>Administration og projektledelse</b>	<b>185.000</b>	<b>80.000</b>		
Projektleder deltid	125.000			
Programansvarlig	20.000			
Koordinator: KEA o.l., kulturhuse, foreninger	30.000			
Revision	10.000			
<b>Faciliteter</b>	<b>42.000</b>			
Produktionsindkøb	22.000			
Festivalkontor, leje fire md. /3.000	12.000			
Nedskrivning af udlånt A/V udstyr	8.000			
<b>Diverse</b>	<b>30.000</b>	<b>5.000</b>		
KODA afgifter	10.000			
Uforudsete udgifter	20.000			
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>738.800</b>	<b>260.000</b>	<b>800.000</b>	<b>900.000</b>

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

#### Kommentarer/forbehold:

\* Der leveres en stor indsats af samarbejdspartnerne i forhold til arbejdstimer, faciliteter, lokaler mm.

\* De 260.000 i indtægter er under forudsætning af, at vi som i '23 får 25.000 fra puljen 'Kvarterkroner'.

Mht. budget for 2025 er udgifterne realistiske, finansieringen er et best-case scenarium. Fra 2021-24 har udviklingen i fondsmidler været flg.: 70.000 > 200.000 > 130.000 > 260.000. Med ansættelse af en projektleder er målet, at denne udvikling fortsætter.

## 1. Basisinformation

Navn: Alternative Fashion Week

Adresse: Drejervej 25, København NV 2400

E-mail: [afw.cph@gmail.com](mailto:afw.cph@gmail.com)

Telefonnummer: 26134362

CVR: 42410144

Momsregistreret: Ja

Titel på projekt: Mode med mening - Københavns bæredygtighedsfestival

Hvor og hvornår: Kulturhuset Indre By, august 2025.

Hjemmeside: <https://www.afwcph.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/afwcph>

Instagram: <https://www.instagram.com/afwcph/>

## 2. Hvem er Alternative Fashion Week?

Alternative Fashion Week Copenhagen (AFW) er en forening og et netværk af unge designere, cirkulære tænkere og passionerede event-skabere, som i august 2021, 2022 og 2023 har afholdt den bæredygtige mode-festival Alternative Fashion Week Copenhagen. Sidste år fik vi besøg af cirka 3.000 publikum<sup>1</sup> til vores 2-dages festival, der blev afholdt i Kulturhuset Indre By.

En programbeskrivelse med de forskellige events, og hvad de handler om fra vores festival 2023 [kan tilgås her](#).

Fra 2023 har AFW indført bæredygtighedsstandarder, der kræver, at mindst 60% af designerens produktion anvender genbrugstekstiler eller bæredygtige materialer, produceret under fair arbejdsforhold. Disse standarder bekæmper greenwashing og sikrer gennemsigtighed for forbrugerne.

AFW, der er åben for alle uden entré og fremmer inklusion og afholder vores events på steder tilgængelige for kørestolsbrugere.

Vi er blevet positivt overrasket over tidligere resultater og den interesse, som festivalen er blevet mødt med. Alternativ Fashionweek har på nuværende tidspunkt nået sin kapacitet, hvorfor vi har et ønske om at professionalisere organisationen med tanke på et bæredygtigt organisatorisk projekt. Herunder vil vi skabe blivende resultater ved at øge netværket blandt bæredygtige designere og ildsjæle og skabe øget bevidsthed blandt københavnere og forbrugere om bæredygtig mode.

### 2.1 Vores team og roller

*Lys og lyd (Alex Nilsson):* Alex er vores event-skaber med omfattende erfaring i

---

<sup>1</sup> Vi talte hvor mange mennesker der var på festivalpladsen og til oplæg 2 gange om dagen hver dag - morgen og aften. Herefter har vi antaget at der var cirka samme antal i løbet af hele festivalperioden som gennemsnittet fra de udvalgte tidspunkter.

eventplanlægning og festivalorganisering. Sammen med, lys- og lydspecialisterne, Frej (AFW frivillig) Henrik (ansat Kulturhuset Indre By), styrer de praktiske aspekter af lys, lyd og sceneteknik under AFW CPH 2024.

*Program, Medier og Fundraising (Emma Inge Hansen og Helena Mogensen):* Emma og Helena har henholdsvis kompetencer inden for journalistik samt filosofi og erhvervsøkonomi. De er ansvarlige for at sammensætte programmet for festivalen og være i kontakt med forskere og medier. Derudover har de den primære kontakt til samarbejdspartner.

*Netværk af bæredygtige modedesignere (Lisbeth Sørensen og Marta Dolska):* Lisbeth og Marta har en stærk forbindelse til up-and-coming bæredygtige modedesignere. De håndterer kontakten til de designere, der deltager i AFW CPH 2024, og koordinerer Fashion Agora, hvor designerne kan præsentere deres arbejde. Deres arbejde strækker sig også til at etablere et større netværk af bæredygtige modedesignere.

*Workshops, Kreativ Vision, Modeller og Frivillige (Sofie Ravn, Dagmar Skou og Clara Nielsen):* Sofie, Dagmar og Clara har en solid baggrund inden for tekstilformidling, tøjproduktion og bæredygtig mode. De er ansvarlige for at organisere workshops, have kontakt til og koordinere frivillige og modeller og udvikle den kreative vision for AFW CPH 2025.

### 3. Om samarbejdet med Kulturhuset Indre By

Som hovedarrangør af AFW CPH er vi engageret i et tæt samarbejde med vores partnere. Vores månedlige styregruppemøder involverer repræsentanter fra hvert område for at støtte og hjælpe hinanden. Op til AFW CPH 2025 vil vi øge mødehyppigheden efter behov for at sikre, at alle aspekter af begivenheden fungerer gnidningsfrit.

*Kulturhuset Indre by:* I den gamle sporvognsremise mellem søerne og Nansensgade byder Kulturhuset Indre By på alt fra kulturelle arrangementer til sportsbaner og mødelokaler. Kulturhuset Indre By fokuserer særligt på bæredygtighed, bevægelse og naboskab. Vi skal hjælpe, understøtte og vidensdele om hvordan vi passer på planeten og på miljøet. Som den første af sin art forankret ved et kulturhus, åbnede Charlotte Amundsen Plads Nærgenbrugsstation d. 7. juni 2023. Det er et tværforvaltningsprojekt imellem Kultur- og Fritidsforvaltningen og Teknik- og Miljøforvaltningen. Nærgenbrugsstationen har specielt fokus på tekstiler, hvorfor samarbejdet med AFW CPH og Banakibuga Street Minds et utroligt relevant. Kulturhuset vil gerne styrke dette unikke samarbejde og ønsker derfor at samarbejde omkring at realisere AFW CPH bæredygtige modefestival 2025. Kulturhuset stiller sine ressourcer til rådighed for AFW CPH. Dette indebærer afholdelsen af AFW CPH bæredygtige modefestival på kulturhuset og Charlotte Amundsen Plads Nærgenbrugsstation, støtte tre ansatte på kulturhuset (Malte Selsing, projektleder for nærgenbrugsstationen, Anne Sveberg Rebbestad, driftsmedarbejder for nærgenbrugsstationen og Hans-Ulrich Herløv Horte, teknik og lyd-ansvarlig til planlægning af festival samt teknik (lys og lyd) og promovring af samarbejdet og projektet samt materialer til workshops fra nærgenbrugsstationen tekstilafdeling.

## 4. Formål: Københavns Kommune og alternativet til tekstilindustrien

I Alternative Fashion Week anser vi Københavns Kommune som en af de vigtigste samarbejdspartnere i kampen for en bæredygtig modebranche. Vores projekt er inspireret af de tanker, som er beskrevet i "Fællesskab København" og "Cirkulær København – Ressource- og Affaldsplan 2024".

Derudover er det centralt for vores mission ikke kun at udfordre industrien, men også at inspirere og uddanne forbrugerne. Vi ønsker at vække en lyst hos den enkelte til at vælge mere bæredygtigt og at skabe en dybere bevidsthed om bæredygtig mode.

Alternative Fashion Week arbejder med det utæmmede og det upolerede og giver et rum til undergrundsdesignere, som ikke har en plads i den konventionelle modebranche. Vores events er en mulighed for alle københavnere til at få indblik i det alternative miljø. Også internt i projektet er vores fokus på en inddragende kultur, hvor der er plads til alle. Vi praktiserer reel inklusion og repræsentation med fokus på mangfoldighed i kønsudtryk, kropsligt diversitet og etnicitet. I forhold til vores modeller til modeshows har vi fokus på at repræsentere dem, som ikke lever op til konventionelle skønhedsideal.

### 5.1 Mål: En festival

Vi vil skabe feststemning og gøre det attraktivt og sjovt at være en del af en positiv forandring, der skaber et grønnere alternativ.

Alternative Fashion Week arbejder gennem oplysning, hvor vi tilbyder publikum og interesserede events, hvor de kan blive klogere på grøn mode - det sker både gennem klassiske oplæg, som også kombineres med workshops, hvor man gennem kreative aktiviteter sætter fokus på upcycling.

Vi tilbyder mulighed for at engagere sig, hvor frivillige kan arbejde for en sag og blive en del af vores fællesskab gennem foreningsarbejdet.

### 5.2 Aktiviteter under festivalen

Vores hovedevent indeholder følgende type af programpunkter:

1. **En dekonstrueret catwalk:** Der indarbejdes teater i et narrativ, som sætter moden i et nyt lys. Den skiller sig ud fra en traditionel catwalk ved at få tilskuere til at tænke over deres egen rolle som modeforbruger og - bruger gennem interaktive teaterelementer. Publikum bliver inviteret til at interagere med modellerne og opleve tøjet på en ny måde.
2. **En udendørs catwalk:** Baseret på vores erfaringer fra tidligere modeshows oplever vi, at den dekonstruerede catwalk fungerer bedst sammen med en mere klassisk catwalk, hvor tøjet er i fokus og der er mulighed for at fremvise de bæredygtige designs. Ved at lade modellerne gå rundt på festivalpladsen kommer det bæredygtige tøj i fokus og publikum får mulighed for at kaste et grundigt blik på tøjet.
3. **Talks:** om bæredygtig mode. Heriblandt fremtidsmuligheder for bæredygtig og

upcyclet mode, forbrugerens rolle i modeindustrien, de traditionelle modevirksomheders potentiale og udfordringer.

4. **Et marked/fashion agora:** for up and coming designere, der arbejder med bæredygtige tekstiler og upcyclet mode. Visionen er, at der skabes et rum, hvor der er plads til at tænke ud ad boksen og opfordre til at tage samtaler om bæredygtighed, som man ikke tager i hverdagen.

5. **Koncerter og performances:** hvor unge kunstnere giver publikum mulighed for at have det sjovt gennem musik og kunstneriske optrædener.

## 5.2 Forventede resultater for festivalen

Sidste år fik vi cirka 3.000 deltagere. Ved at øge vores ressourcer og indsats til sociale medier, udbredning af plakater samt udvidelse af netværk og pop up events (se mere i nedenstående afsnit) er vores forventning at få 3.500 til vores event.

### 6.1 Mål: Opbygning af netværk

Gennem vores festival tilbyder vi bæredygtige, københavnske designere en platform, hvor de kan udbrede budskabet om upcycling, genbrug og kreativitet.

I vores virke møder vi tit designere, der passioneret arbejder med bæredygtig mode, men mange nævner at de sidder alene, og mange kender ikke hinanden. Det vil vi i dette projekt lave om på. Gennem projektet vil disse designere opleve at blive en del af et netværk af ligesindede up-coming unge designere, der gennem deres fællesskab kan vidensdele, støtte og hjælpe hinanden med ikke kun at nå ud til forskellige platforme med deres designs, men også med deres budskab om at skabe en bæredygtig modeindustri.

Vores mål er ligeledes at opfordrer designerene til at sprede budskabet om festivalen Alternative Fashion Week 2025 gennem deres eget netværk, så flere vil deltage samt og give designerne mulighed for selv at være en del af programmet som oplægsholdere, på vores fashion agora og modeshows.

### 6.2 Aktiviteter: Opbygning af netværk

Vi vil gennem styrke samarbejdet med designere, workshopskabere og Kulturhuset Indre By for at udvikle kapaciteten til at fremme bæredygtig mode og cirkulær økonomi.

**Møder med Designere og Workshopskabere:** vi vil arrangere møder med lokale designere og workshopskabere for at styrke samarbejdet og udvikle kapaciteten til at fremme bæredygtig mode og cirkulær økonomi. Disse møder vil skabe et netværk af ligesindede, der er engagerede i projektets formål, som er villige til at deltage aktivt i at fremme bæredygtig mode og cirkulær økonomi i Danmark.

**Styregruppemøder i Alternativ Fashion Week:** Vi vil afholde styregruppemøder i Alternativ Fashion Week for at sikre en effektiv styring og koordinering af projektet. Dette vil involvere deltagelse fra alle vigtige interessenter. På den måde vil vi styrke projektstyring og koordinering samt en stærkere samarbejdsånd blandt alle involverede parter.

## 6.3 Forventede resultater

Et øget netværk af 50 designere og samarbejdspartnere, der er engagerede i at fremme bæredygtig mode i København og som gennem vidensdeling med hinanden får bedre værktøjer til deres egne grønne forretninger.

### 7.1 Mål: Pop up events

For at øge bevidstheden og interessen for Alternative Fashion Week 2025 (AFW) planlægger vi at afholde tre nøje udvalgte pop-up events i hjertet af København. Ved at bringe en smagsprøve af AFW's essens direkte til byens puls, håber vi at inspirere og motivere folk til at deltage i selve festivalen. Disse pop-up events er designet til ikke kun at skabe opmærksomhed om AFW, men også til at inspirere til handling og refleksion over vores modeforbrug.

### 7.2 Aktivitet: Pop up events

Vil vil holde 3 pop up events i projektperioden. For at understrege AFW's engagement i klimabevidsthed og aktivisme vil vi inkludere elementer af gadekunst og performance art i vores pop-up events. Disse kunstformer kan tjene som kraftfulde midler til at formidle vores budskaber på en visuelt tiltalende og tankevækkende måde. For eksempel kunne vi arrangere en live street art begivenhed, hvor lokale kunstnere skaber værker inspireret af bæredygtighed og genbrug, eller en flash mob, der på kreativ vis demonstrerer effekten af fast fashion på vores planet.

Forud for hvert event sender vi en pressemeddelelse ud, vi laver opslag og events på sociale medier og booster vores indhold, så det når længere ud.

### 7.3 Forventede resultater

Kort sigt:

- Publikumsengagement: Vi forventer at tiltrække opmærksomhed fra et bredt publikum, ikke kun de direkte deltagere, men også forbipasserende og online følgere. Ved at tælle antallet af fysiske deltagere samt spore engagementet på sociale medier, håber vi at nå ud til mindst 300 unikke deltagere over de tre events.
- Medieopmærksomhed: Gennem udsendelse af pressemeddelelser og aktivt PR-arbejde forventer vi at opnå omtale i lokale medier, hvilket vil øge kendskabet til både pop-up events og AFW som helhed.

Lang sigt:

- Bevidsthedsøgning: Et af de primære mål med disse pop-up events er at øge bevidstheden om bæredygtig mode og de miljømæssige udfordringer, som modeindustrien står over for. Ved at engagere deltagere i både informative oplæg og interaktive workshops håber vi at inspirere til refleksion og dialog om bæredygtighed

i mode. Denne øgede bevidsthed forventes at resultere i mere ansvarlige modevalg blandt deltagerne.

- Styrkelse af AFW-brandet: Ved at skabe positive og mindeværdige oplevelser for deltagerne ved pop-up events, forventer vi at opbygge en stærkere forbindelse mellem AFW og vores målgruppe. Dette vil ikke blot fremme interessen for den kommende festival, men også styrke AFW's position som en førende stemme inden for bæredygtig mode.

## 8. Promovering af AFW

Alternative Fashion Week 2025 kombinerer digitale og traditionelle medier for at øge bevidstheden om vores event. På Facebook og Instagram fremhæver vi unikke designere og kreative koncepter. I 2023 lånte vi f.eks. 2 tons udsmidt tøj, som dannede grobund for [samfundskritiske opslag på vores instagram med kunstinstitutionen](#).

Vi bruger også plakater i København for at tiltrække lokale og besøgende. Et netværk af bæredygtige designere og influencers udvider vores rækkevidde. Målet er at engagere 10.000-15.000 personer, fremme dialog om bæredygtig mode og inspirere til ansvarlig forandring i samfundet, hvilket understøtter AFW's mission om en mere bevidst mode fremtid.

## 9. Opskalering af AFW 2025

Som led i vores vision om at udvide og forbedre Alternative Fashion Week 2025, søger vi at opskalere vores initiativer og interne strukturer for at imødekomme de stigende forventninger og ambitionsniveauer. Et nøgleelement i denne opskalering vil være etableringen af et nyt, robust netværk af bæredygtige designere, som vil tjene som ryggraden for vores festival og styrke samarbejdet inden for den bæredygtige modebranche.

For at understøtte denne opskalering og sikre en glat afvikling af festivalen, herunder planlægning og udførelse af pop-up events, introducerer vi en ny rolle: En ansættelse af projektleder for AFW 2025.

Projektleders primære ansvarsområder:

- Organisere og koordinere projektets aktiviteter, sikre at deadlines overholdes, og at kvalitetsstandarderne for alle festivalens elementer opretholdes.
- Være kontaktpunkt for samarbejdspartnere og frivillige, facilitere møder og sikre, at alle parter er informerede og engagerede.



## Bilag 1: BUDGET

Baseret på Københavns Kommune budgetskabelon har vi lavet følgende budget.

Ansøgningen til Festival puljen er på 338.925 kroner.

*Tekst i kursiv er vejledningstekst.*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Alternative Fashion Week
<b>CVR:</b> 42410144 ( <i>OBS: dette felt må <u>ikke</u> anvendes til CPR-nr., da skemaet offentliggøres på <a href="http://www.kk.dk">www.kk.dk</a></i> )
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Mode med mening - Københavns bæredygtighedsfestival

<b>Projektperiode:</b> 1. marts 2025-31. august 2025 <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> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )	0	15.000	Fra puljen Sharing Copenhagen
a) Fond	0	60.000	Fra Tuborgfondet

b) Ansøgning til Festivalpuljen (denne ansøgning)	338.925	0	Ansøgt
Honorarer	0	3.000	
Billetindtægter	0	0	
Øvrige indtægter, specificeret	0	0	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	338.925		

<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 til 2,5 måneders projektleder op til hovedeventet på fuld tid og en halv måneder efterfølgende inkl. lovpligtige forsikringer, pension og feriepenge	151.475	0
Honorar til scenograf til festivalen	15.000	10.000
Honorar til scenografisk assistent	5.000	2.000
Honorar til DJ 1 (musik på festival-pladsen)	4.400	4.000
Honorar til DJ 2 (musik på festival-pladsen)	4.400	4.000

Honorar til DJ 3 (musik på festivalpladsen)	4.400	4.000
Honorar til DJ 4 (musik på festivalpladsen)	4.400	4.000
Honorar til fotograf for produktion af video samt billeder ifm PR til festivalen	30.000	0
Honorar til lydmand	5.500	5.000
Honorar til kunstnerisk optræden	5.500	5.000
Honorar til oplægsholder 1	3.300	3.000
Honorar til oplægsholder 2	3.300	3.000
Honorar til oplægsholder 3	3.300	3.000
Honorar til oplægsholder 4	3.300	3.000
Honorar til make up artist	7.000	0
Honorar til grafiker	5.000	2.000
Materialeudgifter: Make up	2.200	5.000
Materiale udgifter: Opbygning af udendørs scene	5.000	2.000
Tryk af flyers og plakater	5.500	5.000
Møder med esignere og workshopkabere	3.000	0
Honorar til oplægsholdere til pop up events i løbet af året	10.000	0

Materialeudgifter til pop up events i løbet af året	10.000	0
Fortæring, herunder møder i løbet af året	30.000	20.000
Diverse repræsentation herunder gaver til oplægsholder	5.000	0
Klistermærker	950	900
Tryk af konkurrencekort	250	200
Plakat og flyers - tryk	2000	1.000
Roll-ups	2900	2000
Marketing på sociale medier (boost m.m.)	5.000	2000
Hjemmeside for 2025	1850	1500
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>338.925</b>	

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

**Kommentarer/forbehold**

# CHART

# 2025-27

## Ansøgning

## Festivalpuljen

## Københavns Kommune

## ANSØGNING

### ***Styrket international eksponering af København som den ultimative kunst- og kulturdestination***

#### ANSØGER

Julie Quottrup Silbermann  
Direktør CHART  
+45 2681 2887  
julie@chartartfair.com

FONDEN CHART  
Kongens Nytorv 1  
1050 København K  
Danmark

CVR 35044736  
Fuldt momsregistreret

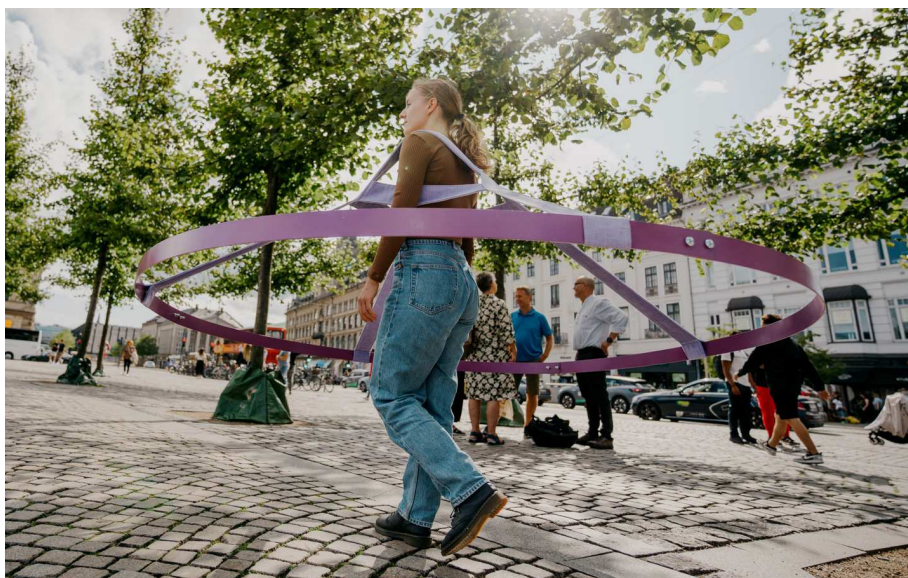
CHART er en non-profit organisation og en Erhvervsdrivende Fond, der siden 2013 har sat den nordiske kunstscene på verdenskortet og styrket dens rolle i samfundet. Som nordens førende platform for samtidskunst samler CHART hele kunstmiljøet og bidrager til at skabe et levende, aktivt og inkluderende kunstmiljø i København. Under det årlige event i august, samler vi både nyeste talenter og veletablerede kunstnere repræsenteret af nordens førende gallerier på Kunsthal Charlottenborg i København. Vi inddrager både det lokale publikum, og skaber en platform, der trækker internationale gæster. I 2023 besøgte 25.000 gæster CHART, hvor af 35 % var internationale gæster.

CHART har en vision om at eksponere København som den ultimative kunstdestination og gøre kunstscenen så inkluderende som muligt. Vi arbejder dedikeret mod at iscenesætte i endnu højere grad hele det offentlige tilgængelige gårdmiljø på Charlottenborg med talks, performances, musik og innovative arkitektoniske pavilloner, tegnet og opført af vækstlaget af arkitekter i Danmark – alt sammen med fri offentlig adgang.

Vi ser vores online platforme som de vigtigste kommunikationskanaler og som vores ansigt udadtil gennem hele året. Vores online platform CHART Journal og samtlige sociale medier anvendes til at formidle højaktuelle emner, tendenser og inspirerende kunstguides.

Med en række nye inkluderende tiltag, udvidelse af vores redaktionelle platform med etableringen af podcasten CHART Talks samt en ambitiøs bæredygtighedsstrategi gennem aktivt medlemskab af den internationale organisation Gallery Climate Coalition (GCC) søges Københavns Kommunes Festivalpulje 2025-2027. Den 3-årige støtte vil være afgørende for at rejse yderligere finansiering fra fonde og private parter og dermed essentiel for at realisere ambitionen om at styrke kunstmiljøet i København, appellere til nye gæster og tiltrække internationale besøgende.

De bedste hilsner  
Julie Quottrup Silbermann  
Direktør Fonden CHART



*CHART 2023 Performanceprogram: Hannah Toticki på Kongens Nytorv.  
Photo by Joakim Züger / BARSK Projects*

I 2022 modtog CHART finansiering via Københavns Kommunes Festivalpulje – en uundværlig støtte, der har bidraget til at udvikle det offentlige tilgængelige program, etablere vores online platform, CHART Journal, samt drive et dedikeret sekretariat af 6 personer.

CHART har en vision om at eksponere København i endnu højere grad som den ultimative kunstdestination – på samme niveau som gastronomi, mode og design trækker et stærkt internationalt publikum til København. I det følgende beskrives CHARTs visionære ambitioner og initiativer, der tilbyder de lokale Københavnerne og internationale gæster måder at engagere sig med vores platform, der viser en større diversitet, udveksling og sammenhængskraft på kunstscenen.

Kunstscenen er kendetegnet ved en række forskellige segmenter, hvor den indbyrdes dialog har potentiale for at blive styrket. Aktører såsom museerne, kunsthallerne, gallerierne, kunstnerdrevne udstillingssteder m.fl. udfylder hver især en vigtig rolle i at drive udviklingen og nyskabelsen af kunstscenen, men de har ikke et naturligt samlingspunkt. CHART arbejder målrettet på at udvide platformen, samle hele kunstbranchen, og sikre en øget udveksling og gensidig inspiration. Vi indgår årligt partnerskaber med institutionerne og gallerier og via vores online platform skaber en øget bevidsthed om aktuelle udstillinger, samt gennem året skaber events for vores erhvervspartnerne på kunstinstitutionerne for at åbne for en øget interesse for at bringe kunst og erhvervslivet tættere sammen. Fremadrettet udvider vi vores program, så det rækker længere ud i de kunstfaglige miljøer – et af de nye tiltag er podcasten CHART talks.

## Områder, der bliver styrket med støtte fra Københavns Kommune

International eksponering: CHART tiltrækker internationale kunstnere, gallerier og besøgende, hvilket giver København en global platform for samtidskunst. Dette øger byens synlighed og tiltrækker kunstinteresserede fra hele verden. CHART har indgået et samarbejde med det internationale PR bureau Sutton, der alene i 2023 etablerede kontakt og artikler i bl.a. The Financial Times (UK), Forbes (US), Welt am Sonntag (DE), The Art Newspaper (UK), mens nationale medier som Berlingske, Børsen, Politiken, PI Kulturen dækkede med artikler, interview og omtale af CHART.

Fremme af lokal kunstscene: CHART indgår partnerskaber med lokale kunstinstitutioner, så deres udstillinger promoveres via vores online platform. Vi etablerer events på kunstinstitutionerne for vores erhvervspartnerne, for at styrke en øget interesse for at bringe de to sektorer sammen. Dertil etablerer vi kuratorer møder med gallerierne og deres kunstnere. Dette bidrager til at styrke den lokale kunstscene og skabe nye muligheder for kunstnere og kreative iværksættere i København.

Innovation og eksperimenter: CHART er kendt for at præsentere innovative og eksperimenterende kunstværker og performative projekter, dertil et bredt musikalsk program, der favner den spirende undergrundscene. Ved at være en platform for nyskabende kunstneriske udtryk og ideer kan CHART bidrage til at positionere København som et centrum for kunstnerisk innovation og kreativitet.

Publikumsengagement: CHART tilbyder en bred vifte af kunstoplevelser, herunder udstillinger, performances, talks, der engagerer et bredt publikum med temaer såsom identitet, kønsdebat og diversitet. Dette skaber en dynamisk og levende kunstscene i København og tiltrækker både lokale og internationale besøgende, som bidrager til byens kulturelle mangfoldighed og livlighed.

Samlet set kan CHART spille en afgørende rolle i at styrke København som den ultimative destination for samtidskunst ved at tiltrække opmærksomhed, fremme kunstnerisk innovation og engagere et bredt publikum i kunstoplevelser.

*”CHART er en af de mest unikke messer af sin art. CHART bruges som en model for regionale messer internationalt. CHART er en hjemkomst for mig. CHART er et eksempel på fremtiden, ikke fortiden.”*

- Timothy Persons,  
Stifter af Persons Projects



CHART 2023 Performanceprogram:  
Molly Haslund på Kongens Nytorv  
Photo by Niklas Adrian Vindelev

CHART er unik i sin tilgang til at samle aktører på tværs af sektorer og dyrke faglige krydsfelter mellem kunst, design og arkitektur. Kunst er for alle, og derfor ønsker vi at skabe et program, der er åbent, frit tilgængeligt og inkluderende for alle med interesse for kunst og kultur.

1. Bæredygtighedsstrategi
2. Udvidet online platform
3. Podcast

## 1. Bæredygtighedsstrategi

Vores transformation til en Erhvervsdrivende Fond i 2022 markerede et vigtigt skift, der understreger vores engagement i at fremme kunsten og kulturen i Norden samt styrke samarbejdet mellem de nordiske kunstscener, og gøre København til den ultimative destination for at opleve samtidskunst af høj international karakter. Vi har besluttet, at vi vil være den mest bæredygtige kunstmesse i Norden. Derfor har vi indgået et aktivt medlemskab med den internationale organisation Gallery Climate Coalition (GCC), der arbejder for at italesætte CO<sub>2</sub>-aftrykket på det internationale kunstmarked. Som aktivt medlem forpligter vi os til at halvere vores CO<sub>2</sub>-udledning inden 2030. Kunstverdenen spiller en vigtig rolle, da den er afhængig af aktiviteter, der har betydelige miljømæssige konsekvenser. CHART adskiller sig fra andre kunstmesser ved at begrænse det geografiske område til at fokusere på nordiske gallerier. Dette reducerer den samlede lufttrafik der kræves, når kunstværker, galleripersonale og andre nære interessenter transporteres til messen. Desuden reducerer vi brugen af byggematerialer markant ved at bruge den eksisterende arkitektur i Kunsthal Charlottenborg kunstinstitution, og anvender genanvendelige materialer til at skabe miljøet i gården, og prioriterer partnerskaber med food og drinks og møbelfirmaer, der har en bæredygtighedsstrategi, og derudover:

- Udpegelse af en grøn repræsentant til strategiudvikling og overholdelse af målsætning.
- Overgang til månedlige online kuratormøder for at fremme globalt netværk uden fysiske møder.
- Årlig beregning af kulstofaftryk og begrænsning af rejser.
- Brug af genanvendelige materialer i trykte materialer og midlertidige arkitektoniske strukturer.
- Prioritering af bæredygtige partnerskaber med miljøansvarlige virksomheder.
- Lancering af en side på CHART Journal til at skrive om vores bæredygtige partnerskaber.
- Servering af mad og drikke fra lokale partnere.
- Opfordring til offentlig transport nationalt og internationalt samt ønske om samarbejde i København med DOT og metroselskabet.
- Etablering af onlinemøder for gallerier i bæredygtighedsstrategier i samarbejde med GCC.
- Brug af QR-koder og virtuelle kort for at reducere trykt materiale.
- Fremme fællestransport af kunstværker via land gennem etablering af et grønt transport netværk.

Udover at sikre, at vores forsyningskæde minimerer spild så meget som muligt, stræber vi også efter at bruge vores platform til at uddanne og dele viden om måder at skabe en mere miljøansvarlig kunstverden på. Hvert år vil vi dedikere mindst en samtale i vores talks program til bæredygtighed for at engagere debatten om bedste praksis og fremtiden for en grønnere kunstverden.



CHART 2023 Installation image  
Partner: Hizkia  
Photo by Niklas Adrian Vindelev

*”CHART Art Fair har et klart formål. Grundlagt i 2013 af fem førende københavnske gallerier er det årlige tre-dages arrangement i august et vindue til den nordiske samtidskunst- og designscene. Og det er blevet et af højdepunkterne på kunstkalendareren.”*

- Nargess Banks,  
Wallpaper\*



1. Bæredygtighedsstrategi
2. Udvidet online platform
3. Podcast

## 2. Udvidelse af den online redaktionelle platform

Den redaktionelle online platform CHART Journal er afgørende for at realisere CHARTs ambition om at bringe kunsten ud til et bredt og mangfoldigt publikum året rundt. Her skabes et årelangt fællesskab mellem det lokale og internationale online publikum, hvor nye perspektiver og praksisser, unikke for Norden, perspektiveres i forhold til den globale kunstscene. Med kampanjer med betalt indhold tilføres flere læsere, og artiklerne er blandt det mest læste og besøgte på CHARTs website, hvilket indikerer en kvalitativ besøgsstrøm og en betydelig rækkevidde.

I år udvider vi konceptet ved at invitere internationale kuratorer og skribenter og sætter dem i stævne med nye stemmer fra den Nordiske kunstscene, med det formål at påbegynde en artikelserie, der er med til at promovere nyeste tendenser fra kunstscenen.



CHART Talksprogram 2023: Artist talk with Ragnar Kjartansson  
Photo by Jonathan Damslund / BARSK Projects

## 3. Lancering af podcast

Podcasts er en attraktiv måde at dyrke en dybere indlevelse i et emne sammenlignet med andre medieformer. I december 2023 lancerede vi podcasten CHART Talks, der ligger frit tilgængeligt på Spotify og Apple Podcast. Et format vi ønsker at udvide og afspejle det givne års tematik. Med et udvidet fokus på at fremhæve nye stemmer på kunstscenen, skaber vi en platform, der fremmer dialog og samarbejde mellem unge talentfulde kunstnere og kuratorer og bidrager til at forme fremtiden for kunstscenen i Norden. Disse kunstnermøder vil både blive præsenteret i podcasts og via artikler på CHART Journal.

Samtidig sætter vi fokus på emnet at samle på kunst – herunder de etiske overvejelser, som kunstsamlere gør sig i investeringsøjemed. Vi sætter fokus på spørgsmål om bæredygtighed, klimaansvar, diversitet og repræsentation i private, offentlige og institutionelle samlinger, for at skabe en mere transparent tilgang til købsprocessen og dermed bryde med stereotype forestillinger om, hvad en kunstsamler er.

Vores mål med dette fokus er at give et indblik i værdien ved at samle, og hvordan dét at samle på kunst ændrer sig afhængigt af, hvem samlingen henvender sig til. I 2023 udmundede det sig til 12 offentlige talks, der er ved at blive konverteret til podcasts og udgives løbende gennem platformen CHART Talks til fri afbenyttelse. Podcastens medie vil derfor yderligere udvide CHARTs omfang og rækkevidde fra en midlertidig kunstformidlende organisation til en årelang platform for vidensdeling om den innovative nordiske billedkunstscene.

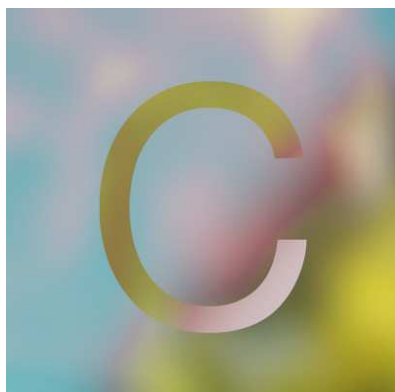


CHART Talks Podcast Logo &  
Episode Image  
Photo by Jonathan Damslund  
/ BARSK Projects

1. Pre-season
2. High-season
3. Post-season

København er en stærk destination indenfor gastronomi, mode og design – vi ønsker at bringe kunsten op på samme niveau. CHART navigerer gennem året med tre kraftfulde faser, der er med til at gøre København til et epicenter samtidskunst. Vi sætter kunsten i fokus gennem nye udstillingsformater, debatter og interaktive kunstoplevelser. Dette er relevant for København, fordi det skaber en levende kunstscene, der bidrager til byens kulturelle mangfoldighed og tiltrækker besøgende fra både ind- og udland. Åbne debatter om kunst har relevans i forhold til at stimulere refleksion og dialog, hvilket bidrager til at forme og udvikle byens kreative miljø.

CHART gør en forskel ved at skabe et levende økosystem for kunst og kultur. Ved at navigere gennem disse tre fase; Pre-season, high-season og post-season, åbner CHART døre og muligheder, der fører til en dybere forståelse, nye relationer og en kollektiv begejstring for kunstens transformative kraft.

*Med støtte fra Københavns Kommunes festivalpulje kan CHART fortsætte med at drive forandring og skabe en kunstnerisk verdensscene, der altid lever.*

### Aktiviteter gennem CHART-årets 3 faser

	Pre-season	High season	Post-season
<b>Stemning</b>	Inspiration	Oplevelse	Fordybelse
<b>Ambition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Klarlægge program</li> <li>o Etablere en strategi for kommunikation af nye tiltag</li> <li>o Mobilisere kontakt og aktivere et internationalt publikum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Samle hele kunstbranchen i København</li> <li>o Engagere det lokale, regionale og internationale publikum i den nordiske scene for samtidskunst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Evaluere afsluttet event</li> <li>o Fastholde, udvide fællesskabet omkring CHART gennem online redaktionelt indhold med fokus på nye perspektiver på den danske og internationale kunstscene</li> </ul>
<b>Platform</b>	Online og fysisk	Event over 4 dage	Online og fysisk
<b>Produkter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Redaktionelt indhold</li> <li>o Podcast CHART Talks</li> <li>o Kunstkalender</li> <li>o City-guides</li> <li>o Online kuratormøder</li> <li>o Talks</li> <li>o Events for samarbejdspartnere på diverse gallerier og kunstinstitutioner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Kunstmesse med 38 gallerier fra Norden</li> <li>o Book &amp; Print Fair med 27 forlag.</li> <li>o CHART Architecture, baseret på Open Call for vækstlaget af tegnestuer med bopæl i Danmark</li> <li>o Talksprogram med højaktuelle emner og debatter</li> <li>o Performances i det offentlige rum</li> <li>o Filmvisning af kunstmusik</li> <li>o Musikprogram med talenter fra den nye musikalske kunstscene i Norden</li> <li>o CHART i Tivoli – udstilling med 15 værker i den historiske have</li> <li>o Internationale museumspartnerskaber</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Online redaktionelt indhold</li> <li>o Podcast, CHART Talks</li> <li>o Studio visit film baseret på 3-årige samarbejde med Tivoli</li> <li>o Udgivelse af artikler på CHART Journal</li> <li>o Kunstkalender</li> <li>o City-guides</li> </ul>
<b>Værdi for brede kulturpublikum</b>	Det redaktionelle indhold giver viden og inspiration	Kulturoplevelse og adgang til et event, der samler den nordiske kunstscene	Kreativt og kulturelt fællesskab, viden og inspiration
<b>Værdi for kunstprofessionelle</b>	Nye indsigter og netværk	Netværk, indsigt, adgang og fysisk møde med Københavns kunstinstitutioner og aktører	Professionelt fællesskab, viden og inspiration

## CHART AKTIVITETER

1. Pre-season
2. High-season
3. Post-season

## PRE-SEASON

Januar - juli

Vi fokuserer på at planlægge og promovere vores kommende begivenheder. Vi undersøger og udvikler et kunst- og kulturrelevant program og kommunikerer det effektivt til vores lokale og internationale publikum. Ved at mobilisere vores netværk og kontakte potentielle deltagere og samarbejdspartnere skaber vi interesse og opmærksomhed omkring vores kommende kunstbegivenheder. Der lægges en mediestrategi med vores internationale, nordiske og nationale PR-bureauer, dertil eksekverer vi på udgivelse af podcasts, artikler, kunstkalender via CHART's digitale platforme, der ikke blot er medieplatforme, men katalysatorer for indsigt, viden og adgang til den pulserende nordiske kunstscene.

## HIGH-SEASON

August - september

CHART samler hele kunstens økosystem under det årlige event på Charlottenborg. Formaterne tæller kuraterede præsentationer fra de førende nordiske udstillende gallerier, arkitekturkonkurrence samt live-events som talks, debatter, performances, omvisninger, film og musik. Dertil en udstilling i Tivoli, der favner skulpturer og installationer placeret rundt i haven på overraskende nye faconer. Sideløbende udvikles mere målrettede netværksaktiviteter for at forbinde fagprofessionelle og kunstnere gennem eks. studio visits, besøg til kunstinstitutioner el.lign.

I 2023 indgik vi et 3-årigt samarbejde med Tivoli, hvor udstillingen hvert år løber i en måned efter CHART. Der arbejdes på en fælles kommunikationsstrategi mellem CHART og Tivoli, der har omkring 450.000 gæster i den pågældende måned.

## POST-SEASON

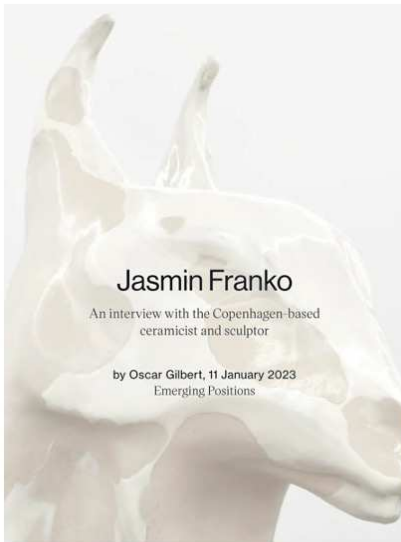
Oktober - december

I post-season fastholdes og styrkes det faglige fællesskab og netværk fra de tidligere aktiviteter. Aktiviteterne tilbyder fordybelse og perspektivering og foregår i kombinerede digitale og fysiske formater. Online udgives nyt indhold som kunstner-features og artikler om faglige emner. Det internationale netværk engageres gennem keynote talks med ledende profiler, og materialet opsamles og udgives i digitale formater. Herunder udvikling, tilrettelæggelse og implementering af CHART Talks podcasts via Spotify og Apple Talks.

CHART gør en forskel ved at skabe et levende økosystem for kunst og kultur. Ved at navigere gennem disse tre faser åbner CHART døre og muligheder, der fører til en dybere forståelse, nye relationer og en kollektiv begejstring for kunstens transformative kraft. Med støtte fra Københavns Kommunes festivalpulje kan CHART fortsætte med at drive forandring og skabe en kunstnerisk verdensscene, der altid lever.

*”Galleristerne understreger, at de ikke kun kommer her for at købe og sælge. Det handler om relationer, der opbygges over tid ”*

- Aino Frilander,  
Helsingin Sanomat



Jasmin Franko, 'Amnesia', installation view, 2022  
Courtesy of the artist and Andersen's. Photo by Malle Madsen

(OG) Please could I ask you to talk a little bit about how your interest in Animism came to be?

(JF) I see Animism as a crucial part of sculpting - both historically, culturally, and in a non-secular manner. The materials we each choose to work with, have so many different inherent qualities and limitations - and can easily become partners to have dialogues with.

For me, there is something fundamentally intoxicating about working with a material that is so fully alive and reactant as clay is.



Jasmin Franko, 'Slog Head', 2022  
Courtesy of the artist and Andersen's. Photo by Madsen

(OG) Are you interested in characters or storytelling in your work? Do you think your sculptures are endowed with personality?

(JF) I am definitely interested in character building. I very much enjoy building families or groupings of different characters, who have certain references to symbolism, mythologies, nostalgia.

*Excerpt from CHART Journal*

CHARTs målgruppe omfatter først og fremmest et kunst- og kulturorienterede publikum, der dels omfatter et yngre, kreativt segment (22-40 år) samt et ældre og mere bredt kulturelt orienteret segment (50-75 år). Vi arbejder mod at inddrage et nyt yngre publikum ved allerede i 2024 at initiere et fokus på 'New Voices in the Nordics'. Det vil tilføre en ny, ung målgruppe på CHART med deres repræsentation af den næste generation. Med vores musikalske udvidelse til at favne de spirende nye talenter fra den Nordiske musikscene, med et stort program fredag og lørdag aften, vil dette desuden tiltrække den yngre generation.

Dernæst et fagprofessionelt publikum af nationale og internationale kuratorer, museumsprofessionelle, gallerister, kunstsamlere og fonde, der alle er dybt optaget af samtidskunst og kunstneriske praksisser og bruger CHART som fagligt mødested, når eventet finder sted hvert år i august. I 2023 deltog mere end 80 kuratorer fra 50 institutioner på først vores online kuratormøde og dernæst besøgte CHART. Desuden inviteres flere til at dele deres viden i vores talksprogram enten som deltager eller moderator for højaktuelle tematiske debatter. For vores udenlandske kuratorer og fagprofessionelle, etablerer vi en række kontakter til kunstneriske møder udenfor CHART, så de introduceres til Københavns kunstscene i bredere forstand.

CHART modtog i 2023 enestående interesse fra diverse medier og journalister, der har dækket eventet i både lokaler og internationale medier.

- CHART var synlig i medierne med 68 artikler med en rækkevidde på 372 mio. læsere (119 mio. i 2022)
- 33.000+ følgere på instagram
- 23.000+ unikke website besøgende alene i august 2023
- 15.000+ nyhedsbrevsmottagere
- 68 dedikerede artikler, 44 danske, 24 internationale
- Mediedækning i blandt andet Børsen (DK), Politiken (DK), ELLE (DK), Berlingske (DK), PI Kulturen (DK), TV2 (DK), Forbes (US), The Financial Times (UK), W Magazine (US), Welt am Sonntag (DE), The Art Newspaper (UK), Handelsblatt (DE), Frankfurter Allgemeine Zeitung (DE), Morgunbladid (IS), Weekendavisen (DK), Wallpaper\* (US) m.fl.
- Outreach på 372.504.202 personer via mediedækning vs. 119.646.298 i 2022
- Total reklameværdi i 2023 8.205.838 DKK vs. 3.763.638 DKK i 2022

*”CHART er et højdepunkt på den nordiske kunstkalender. Grundlagt for et årti siden af fem førende Københavnske gallerier, tilbyder det årlige tre-dages arrangement i august et vindue ind i regionens nutidige kunst- og designscene.*

- Nargess Banks, Forbes



Den samlede økonomi for CHART udgør 8,4 millioner DKK, der dækker en bred vifte af aktiviteter, herunder administration, udvikling, planlægning og afvikling af offentlige arrangementer under og omkring CHART både fysisk og online.

Kunstmessen på Charlottenborg finansieres gennem brugerbetaling og sponsorater. Der er også en bevidst bestræbelse på at skabe synergier mellem kunstmessen og andre CHART-initiativer som CHART Book & Print Fair, CHART Architecture, CHART Journal, CHART Talks og CHART i Tivoli (2023-2025) med hensyn til kommunikation og driftsudgifter.

CHART rejser selv ca. 4 – 4,5 mio. DKK via brugerbetaling på kunstmesse, partnerskaber med erhvervsvirksomheder, courtyard partnere, sponsorer samt billetindtægter. Det offentlige program, der inkluderer talks, performances, udstillinger, musik samt det efterfølgende online program med kunstkalendarer, redaktionelt arbejde, podcast CHART Talks, short film fra kunstner studier – alt sammen målrettet det brede publikum og er afhængig af fonds- og offentlig støtte.

I 2024 modtog CHART Kulturministeriets udlodningsaktstykke – hvoraf en stor andel af bevillingen allokeres til drift for at bevare et fast team af seks personer året rundt af dedikerede ansatte, for at undgå viden går tabt, gennem de tidligere projektansættelser CHART har været struktureret omkring. Dog er det uundgåeligt at ansætte ekstern assistance ind til projekter, dertil har vi 3 dedikerede praktikanter, der hver især anvender læringen på CHART som en del af deres kandidatuddannelsesforløb. Yderligere modtager vi støtte fra 80 frivillige.

CHART er en non-profit organisation, der blev grundlagt i 2013 af 5 danske gallerier. CHART har ingen fast grundbevilling. Fra den 1. januar 2022 gennemgik CHART en transformation og blev til en Erhvervsdrivende Fond. Denne transformation inkluderede udnævnelsen af en professionel bestyrelse bestående af; Annette Sadolin, erhvervsprofil og prof. Bestyrelsesmedlem (bestyrelsesformand). Klaus Eldrup-Jørgensen, CEO og Co-founder Trackman (næstformand). Mette Kynne Fransen, CEO Henning Larsen Architects. Kirse Junge-Stevnsborg, Direktør Malmø Kunstmuseum. Knud Foldschack, Advokat. Bo Bjerggaard, gallerist. Susanne Ottesen, gallerist. Jesper Elg, gallerist og Claus Andersen, gallerist.

***Københavns Kommune ansøger om 1 mio. DKK årligt til afvikling af CHART i perioden 2025 – 2027.*** Der ansøges om et øget beløb i forhold til bevillingen i perioden 2022- 2024. En støtte på det niveau vil kunne udvikle vores strategiske arbejde endnu mere og fastholde medarbejderne i teamet, så vi bevarer den viden, der opbygges årligt, og sammen løfter CHART til at blive en endnu stærkere platform og repræsentation for samtidskunsten lokalt, nordisk og globalt, så København bliver den ultimative kunstdestination og byen med den stærkeste bæredygtighedsstrategi indenfor branchen.

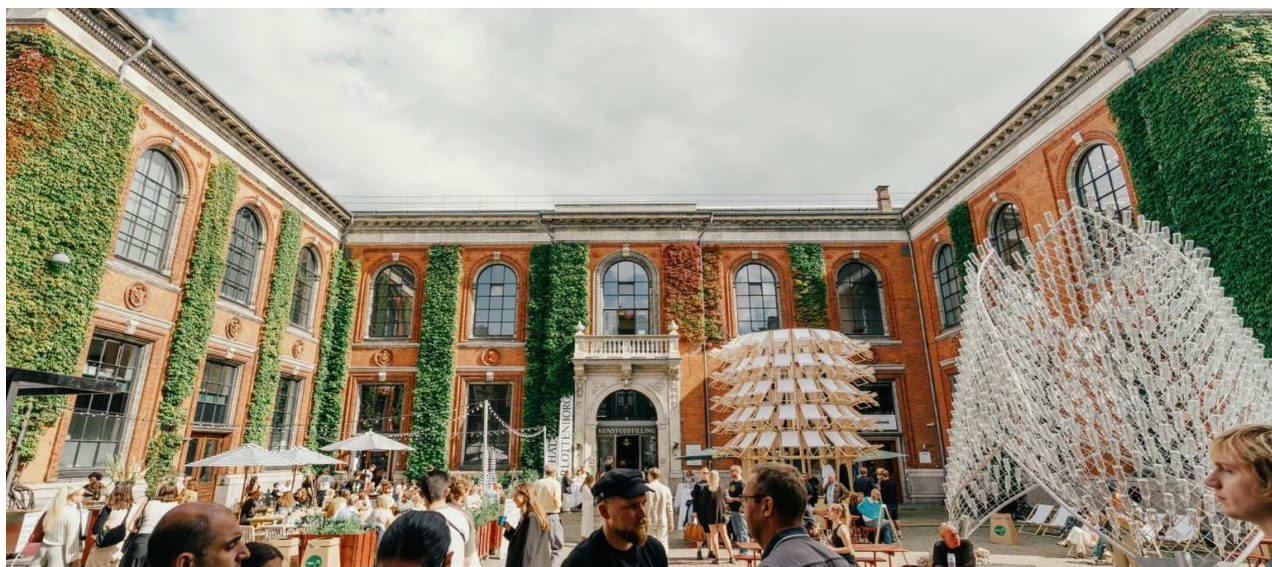


CHART 2023 Courtyard  
Photo by Joakim Züger / BARSK Projects

# BUDGET

Tilskudsmodtagerens navn: Fonden Chart

CVR: 42746762

Festivalens navn: Chart Art Fair

Projektperiode: 1. januar 2025 - 31. december 2025

Indtægter	Budget, årlig for 2025-2027	Budget 2024	
	kr.	kr.	
<b>Tilskud fra Københavns Kommune</b>	<b>1.000.000</b>	<b>600.000</b>	<i>Bevilget</i>
Københavns Kommune (ekstra pulje)	0	100.000	<i>Bevilget</i>
<b>Statslige tilskud</b>			
Kulturministeriets aktstykke	0	700.000	<i>Bevilget</i>
Statens Kunsthåndværk - Offentlig udstilling	50.000	50.000	<i>Ansøgt</i>
Statens Kunstfond - Arkitektur	100.000	100.000	<i>Ansøgt</i>
Statens Kunstfond - kuratorrejser	50.000	50.000	<i>Ansøgt</i>
<b>Private fonde</b>			
15. Juni Fonden	250.000	250.000	<i>Ansøgt</i>
Arne V. Schleschs Fond	100.000	100.000	<i>Ansøgt</i>
Augustinus Fonden	150.000	150.000	<i>Bevilget</i>
Beckett-Fonden	100.000	100.000	<i>Bevilget</i>
Beckett-Fonden - Arkitektur	250.000	250.000	<i>Bevilget</i>
Bestles Fond	50.000	50.000	<i>Bevilget</i>
Dreyers Fond	250.000	250.000	<i>Ansøgt</i>
Nordisk Kulturfond	250.000	0	-
Ny Carlsbergfondet	200.000	100.000	<i>Ansøgt</i>
Det Obelske Familiefond	200.000	200.000	<i>Ansøgt</i>
Realdania	900.000	900.000	<i>Bevilget</i>
William Demant Fonden	100.000	100.000	<i>Bevilget</i>
<b>Egenindtjening</b>			
Indtægter (Virksomheder, CHART Club)	1.500.000	1.980.000	
Egenindtjening (billetter, barsalg)	350.000	190.000	
Egenindtjening (deltagerbetaling)	2.550.000	2.382.000	
<b>Indtægter i alt</b>	<b>8.400.000</b>	<b>8.602.000</b>	
<b>Udgifter</b>	<b>Budget årlig for 2025-2027</b>	<b>Budget 2024</b>	
	<b>kr.</b>	<b>kr.</b>	
Løn og personaleomkostninger	3.919.000	3.880.000	
Salg- og rejseomkostninger	90.000	80.000	
Lokaleomkostninger	505.000	490.000	
Administrationsomkostninger	230.000	194.500	
<b>I alt</b>	<b>4.744.000</b>	<b>4.644.500</b>	
<b>Chart Art Fair</b>			
<b>Program</b>			
Online aktiviteter & eksterne events	150.000	450.000	
Performance program Kgs. Nytorv	97.500	97.500	
Start Collecting With CHART / udstil	52.500	52.500	
Talks program	105.000	105.000	
Book Fair	21.000	21.000	
Gården	130.000	130.000	
Tivoli	50.000	50.000	
<b>I alt</b>	<b>606.000</b>	<b>906.000</b>	

Udgifter, fortsat	Budget, årlig for 2025-2027	Budget 2024	
	kr.	kr.	
<b>Produktion</b>			
Teknik leje / køb	110.000	110.000	
Håndværkere	245.000	245.000	
Teknisk afviklere	75.000	75.000	
Tilladelser / afgifter	50.000	50.000	
Vagter	70.000	70.000	
Dekoration / leje inventar / byggematerialer	75.000	75.000	
Leje af udstyr og maskiner	100.000	100.000	
Rengøring / renovation	130.000	130.000	
Fragt / transport	20.000	20.000	
Forplejning	50.000	50.000	
Pavilioner	300.000	300.000	
Produktions- og barcrew	130.000	130.000	
Produkter til salg i barer	100.000	100.000	
Diverse produktion	5.000	5.000	
<b>I alt</b>	<b>1.460.000</b>	<b>1.460.000</b>	
<b>VIP</b>			
Guider	25.000	25.000	
Juni VIP middag (branding / netværk)	100.000	100.000	
Exhibitor dinner (Wednesday)	10.000	10.000	
CHART Thursday dinner	275.000	275.000	
Saturday dinner (fagprofessionelle, partnere)	200.000	200.000	
Opening + private tours	60.000	60.000	
Partner arrangementer off-season (8 stk)	85.000	85.000	
<b>I alt</b>	<b>755.000</b>	<b>755.000</b>	
<b>Marketing, PR og kommunikation</b>			
Profilering	150.000	150.000	
Media platforms	95.000	95.500	
Annoncering	255.000	255.000	
Website hosting / drift	8.000	8.000	
Print	60.000	60.000	
PR	250.000	250.000	
Evaluering	17.000	18.000	
<b>I alt</b>	<b>835.000</b>	<b>836.500</b>	
<b>Udgifter i alt</b>	<b>8.400.000</b>	<b>8.602.000</b>	
<b>Resultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

# ANSØGNING OM TILSKUD TIL COPENHAGEN BIKE FESTIVAL 2025-2027



**VI VIL SKABE EN INTERNATIONAL CYKELFESTIVAL, DER SAMLER  
KØBENHAVN OM CYKLING - OG SOM KAN BRANDE KØBENHAVN SOM  
VERDENS BEDSTE BÆREDYGTIGE CYKELBY**

# ANSØGNING

## Til Kultur- og Fritidsudvalget

Skal København have en cykelfestival, der afspejler fortællingen om at København er verdens bedste cykelby?

Det synes vi! Med Copenhagen Bike Festival arbejder vi for at brande København som cykelby og for, at byen skal gå forrest, når det gælder cykling, bæredygtighed og byrumsudvikling. Men vi kan ikke løfte opgaven alene uden økonomisk og politisk opbakning fra Københavns Kommune.

Copenhagen Bike Festival har store ambitioner for de kommende år. Vi har et samarbejde med Wonderful Copenhagen om at øge festivalens fokus på turisme, pga. dens unikke mulighed for at styrke Københavns position som et globalt cykelmekka. Copenhagen Bike Festival er designet til ikke blot at fejre cykelkulturen i København, men også til at tiltrække internationale turister, der ønsker at opleve, hvad der gør byen til en af verdens mest cykelvenlige byer og til at skubbe på den cykelpolitiske dagsorden.

Festivalen har sat sig et nyt mål om hvert år at skabe fuld skala elementer i byrummet, der konkret viser, hvordan cykling kan indtænkes i bybilledet og infrastrukturen. I 2024 starter vi med at give et bud på, hvordan en gade i Indre By kan indrettes, så cyklister indtænkes i videst muligt omfang. Et koncept vi forventer os meget af, da der heri ligger et bredt spektrum af fagligt og politisk indhold, samtidig med at det kan skabe nysgerrighed blandt københavnere og turister.

Festivalen har et godt samarbejde med lokale miljøpunkter og lokaludvalg og fra beboerforeningen ved Israels Plads.

På festivalen vil man som deltager kunne deltage i faglige aktiviteter, der belyser cyklismens mangfoldige rolle i den grønne omstilling. Der vil være deltagere fra ind- og udland, og politiske debatter stiller skarpt på, hvordan beslutningstagere bør indtænke cyklismen i den grønne omstilling.

Af aktiviteter kan nævnes DGIs København Rundt på Cykel, Børn på hjul, børneræs, guidede ture på byens cykelstier gennem byens kendte og mindre kendte steder, forenings- og klubaktiviteter, ladcykel parade og ræs, demo af cykler og udstyr mm.

Copenhagen Bike Festival skal være en årligt tilbagevendende international cykelfestival for alle borgere og besøgende og være med til at brande København som cyklernes by.

Et treårigt tilskud på op til kr. 1.900.000 vil være med til at realisere planerne for festivalen, og tilskuddet vil gøre det væsentlig lettere at finde supplerende finansiering fra øvrige partnere og sponsorer.

Vi håber udvalget kan imødekomme vores ansøgning helt eller delvist.

Mads Wulff

Foreningen Københavns Cykelfællesskab

Forperson:  
Mads Wulff  
Ellebækvej 45, 1th  
2820 Gentofte  
CVR: 42949787

mads@fkc.bike  
www.fkc.bike  
Mobil: 31 49 00 46



# COPENHAGEN BIKE FESTIVAL

## OM CYKELFESTIVALEN

### EN CYKELFESTIVAL MED SJOVE OPLEVELSER OG FÆLLESSKAB OMKRING CYKLISME - MED ET FAGLIGT INDHOLD.

#### Introduktion

I de tre forgangne år har vi afholdt cykelfestivalen i København. Første gang i Tunnelfabrikken i Nordhavn og derefter har Israels Plads dannet rammerne for festivalen.

Vi påstræber at afholde de næste års festivaler en weekend i perioden maj/juni eller august/september, afhængigt af hvornår pladsen er ledig og under hensynstagen til øvrige cykelarrangementer og festivaler. I 2024 er det weekenden den 31. august og den 1. september.

Cykelfestivalerne får på sigt events fordelt på flere bydele i og omkring København. Bydelene vil via deres lokaludvalg og miljøpunkter blive inviteret til at deltage.

Festivalen er bygget op om to spor.

#### **1 - Vi ønsker at tiltrække cykelinteresserede til byen og at gøre den til et cykelmekka.**

Dette spor tager afsæt i, at København regnes for en af verdens bedste cykelbyer. Festivalen skal danne et fællesskab, hvor københavnere og turister skal inspireres til at cykle og til at fejre dem, der allerede gør det.

Der er aktiviteter for børnefamilien, for dem der vil lære om reparation og cykelteknik, for dem der gerne vil opleve byens kendte og mindre kendte seværdigheder på guidede ture, for dem der vil tage del i en af de store fælles cykelture.

Det tilstræbes at udvikle samarbejdet med DGI, der i 2024 afvikler København Rundt på Cykel med start og mål på festivalen.

Der afvikles den klassiske ladcykelparade, der på festlig vis markerer, hvor stort et fænomen det er at benytte ladcykler privat og erhvervsmæssigt. Potentialet er stort med anslået 40.000 ladcykler i København.

Der er megen fokus på at få børn til at cykle, gennem vores "Børn på hjul" aktiviteter, der gennem leg og

teknikøvelser skal gøre dem til trygge cyklister.

Målet med festivalen er, at deltagerne får en god oplevelse med cykelbyen København og bliver klogere på, hvilke muligheder cykling tilbyder i forbindelse med trivsel, sundhed, klima, miljø og bæredygtighed.

#### **2 - Vi vil fremme cykling som del af den grønne omstilling.**

Der er workshops og seminarer for professionelle aktører såsom byplanlæggere, arkitekter, transportplanlæggere, interesseorganisationer, virksomheder og politikere. Disse events vil have fokus på, hvordan cykling er - og kan blive - en vigtig del af den grønne omstilling.

Der kan fx nævnes workshops om delecycler, cykelgader, ladcykler til varetransport, cykling og trivsel, cykling og sundhed og udviklingen i cyklisme i andre europæiske storbyer.

Der vil blive lavet kreative bud på byrumsløsninger, der helt konkret anviser løsningsforslag til fx cykelboulevarder.

Det vil blive søgt belyst, hvordan cykling kan være med til at nå FN's verdensmål, og hvordan kommuner kan nedbringe deres CO<sub>2</sub> emissioner.

Det er målet, at disse aktører skal komme med konkrete anvisninger og eksempler på, hvordan cyklisme kan indgå i den grønne omstilling.

#### **Løbende udvikling**

Programmet og indholdet for festivalen vil løbende justeres og tilpasses de erfaringer, der drages år for år.





## TRE FOKUSOMRÅDER

1



2



3



### Klimahandling

Gennem konkrete aktiviteter vises hvordan cykling udgør en oplagt del af den grønne omstilling. De faglige emner vil bl.a kunne omfatte:

- verdensmål og cykling
- delecycler
- facts om cykling i København
- CO<sub>2</sub> emission
- cykler og offentlig transport
- ladcykler og varetransport
- urban planning
- grønne og biodiversitetsgader

Selve festivalen gennemføres med stort fokus på at:

- reducere affald + affaldssortering
- genbruge materialer
- bygge med paller der genbruges
- benytte genbrugs plastkrus
- benytte ladcykler til transport
- maden er vegetarisk/vegansk

### Børn på hjul

Da der er tendens til, at færre børn og unge cykler, sætter vi ind med vores Børn på hjul koncept. Vi laver aktiviteter som skal få børn, gennem leg, til at få lyst til at cykle og til at træne motoriske færdigheder.

Eksempler på aktiviteter er:

- teknikbane
- trafikbane
- børneræs
- forhindringsbane
- balancelege
- mini BMX bane
- familieræs

Det er målet, at børn får en god oplevelse med at cykle, i fællesskab med andre og gennem motoriske skills at blive bedre rustet til at cykle i byen.

### Turisme

Vi vil være med til at udvikle og brande København til verdens bedste cykelby.

Gennem turistvenlige delevents søger vi at tiltrække cykelinteresserede til byen og til at inspirere besøgende til at tage ønsket om cykling som klimavenlig transportform med hjem.

Konkret arbejdes på at:

- kommunikere på flere sprog
- gøre ladcykelparaden til en folkefest
- gøre festivalen stedet hvor man kan møde den Københavnske cykelkultur
- vise hvad København kan mht infrastruktur

# SAMARBEJDSPARTNERE

## VI RÆKKER UD

Det er ønsket, at mange partnere vil deltage i planlægningen og afholdelsen af festivalen. Derfor er rettets der løbende henvendelse til en lang række kommunale institutioner, organisationer, virksomheder og enkeltpersoner for at indgå samarbejder og partnerskaber.

På foreningsniveau har vi et godt samarbejde med Holmen Dirt, som bidrager med bemanding og setup af børne- og teknikbaner. De står også for diverse børneræs og vil hvis muligt lave BMX shows med airbag landingsbane.

Vi har aftalt samarbejde med DGI om at afholde København Rundt på Cykel i 2024 og forventer, at det bliver en tilbagevendende begivenhed.

I Indre By har vi rigtig god dialog med Miljøpunkt Indre By & Christianshavn og Indre By Lokaludvalg. Desuden er vi i løbende dialog med beboerne omkring Israels Plads.

Der er en trofast flok af frivillige der løbende hjælper med SoMe, planlægningsopgaver og praktiske opgaver under festivalen. De yder et stort stykke arbejde og det vil på sigt være ønskeligt at de bliver belønnet lidt for deres store indsats. Tidligere samarbejdede vi med CPH Volunteers, men vil fremadrettet benytte den nye platform Kulturens Frivillige. Vi søger at involvere de frivillige på et tidligt tidspunkt, så de får ejerskab, meningsfulde opgaver og mulighed for at vokse med opgaven, så de har lyst til at deltage flere år i træk.

Pt er vi i et sparringsforløb med konsulenthuset ORANGE elevatorer for at kunne udvikle konceptet for festivalen således at festivalen kan vokse sig stor gennem organisatorisk, indholdsmæssig og økonomisk robusthed.

Gennem de sidste tre år har vi oparbejdet et stort netværk blandt cykelaktører lokalt og nationalt. Dette netværk kan vi trække på når vi skal udvikle festivalen de kommende år.



## FORENINGEN KØBENHAVNS CYKELFÆLLESSKAB

### ARRANGØR

Foreningen Københavns Cykelfællesskab virker for cyklismens fremme og for at styrke fællesskabet blandt cyklister. Foreningen mål er at skabe økonomisk grundlag for udvikling, planlægning og gennemførelse af cykel- og mobilitetsarrangementer, herunder Copenhagen Bike Festival. Foreningen arbejder for at cykling indtænkes i infrastruktur- og byplaner som transportform for at mindske miljø- og klimabelastning.

## COPENHAGEN BIKE COMMUNITY APS

### PROJEKTLEDER

Copenhagen Bike Community står som projektleder af festivalen. Firmaet har de sidste tre år stået for den praktiske afvikling af festivalen og har lagt tusinde gratis timer i festivalen. Copenhagen Bike Community (CBC) er en non profit virksomhed der arbejder for den grønne omstilling gennem cykelrelaterede aktiviteter såsom Copenhagen Bike Festival og Copenhagen Cargo Bike Conference. Virksomheden har et socioøkonomisk sigte, og social, økonomisk og klimamæssig bæredygtighed er de grundliggende værdier i organisationen.

CBC ar de sidste par år været ansvarlig for/involveret i:

- Copenhagen Bike Festival 2021, 2022, 2023 og pt i 2024 planlægningen
- Copenhagen Cargo Bike Conference 2024
- FestiVélo 2022 (underleverandør)
- Cargobike Day 2022
- KV21 arrangement om cykling i Kulturhus Indre By 2021

## HOLMEN DIRT

### PARTNER

Holmen Dirt har været med som partner siden den første festival løb af stablen i Tunnelfabrikken i Nordhavn. Holmen Dirt er en frivilg folkeoplysende forening, der bygger på et fællesskab, hvor ligesindede kommer og dyrker deres passion indenfor cykelsport, natur, håndværk, kreativitet, bæredygtighed og hvor der er plads til forskellighed. Det er et grønt åndehul i midten af København, hvor medlemmerne arbejder hårdt på at udvikle en cykelbane og grønt rekreativt friluftsområde til glæde for alle der kommer og besøger stedet. Holmen Dirt bidrager med sparring og stiller op med materialer og bemanning til børneaktiviteter.

# BUDGET 2025-2027

## Baggrund

Festivalen har nu i tre år kunne løbe rundt økonomisk pga. tilskud på henholdsvis kr. 140.000 (2021 Slots- og Kulturstyrrelsen), 100.000 (2022 privat virksomhed) og 100.000 (2023 Kultur- og Fritidsforvaltningen). Dertil mindre tilskud fra Lokaludvalg og Nordea.

Projektlederen Copenhagen Bike Community har brugt anslået minimum 500 timer per år på festivalen til en værdi af kr. 250.000/år og har udgifter for ca. kr. 60.000 til revision, kontorhold, IT, møder etc. Dertil kommer arbejdskraft fra en tilknyttet arbejdsgruppe. Festivalen er således hidtil finansieret med ulønnet og frivillig arbejdskraft.

Wonderful Copenhagen ser potentiale i at cykelfestivalen udvikles - via ekstern konsulenthjælp fra ORANGE elevator - så den kan indgå i deres brandingindsats. Derfor er der brug for flere økonomiske ressourcer, hvis den opgave skal løftes.

Målet er inden 2030, at Copenhagen Bike festival bliver et megaevent i København.

**Vi er gennem dialog med eventmagere og virksomhedsrådgivere nået til den erkendelse at hvis København ønsker en cykelfestival med høj brand værdi, så er det nu, der er behov for politisk og økonomisk opbakning fra byen.**

Strategien derhen er at vækste år for år, hvor årene 2025-27 bliver afgørende for at målet nås.

## Besøgstal

Som udgangspunkt forsøges festivalen at blive dimensioneret og planlagt efter et deltagerantal stiger fra 2.000 i 2025 til 10.000 i 2027.

## Økonomi

Økonomien bag festivalen vil i 2025-27 i høj grad være baseret på kommunalt tilskud fra Københavns Kommune, hvor der budgetteres med et tilskud på 1,9 mio. kr. Tilskuddet vil være afgørende for, at arrangøren kan gå fra planlægningsfasen til realiseringsfasen. Det vil også sende et stærkt signal til øvrige samarbejdspartnere om, at Kommunen bakker op om festivalen.

Begrundelsen for at ansøge om et treårigt tilskud er at det kræver organisatorisk og økonomisk kontinuitet at udvikle en bæredygtig festival.

I årene 2025-2027 vil der ligeledes blive lagt mange frivillige og ulønnede timer, men der vil også blive udbetalt løn og afholdt udgifter til administration.

Der tages forbehold på indtægtssiden i forhold til bevillingers størrelser. Der må forventes en budgetrevision når de fulde beløb er kendt. Kultur- og Fritidsudvalget vil løbende blive orienteret.

Arrangøren ser gerne en tæt og løbende dialog med Kultur- og Fritidsudvalget om økonomien og om hvordan festivalen bedst muligt kan indgå blandt de øvrige festival og idrætsarrangementer i Kommunen.

I det tilfælde at der opstår et overskud vil dette overføres til den efterfølgende festival.



Indtægter (budget 1/1-31/12)	2025 / 2026 / 2027 (beløb ex moms*)
Tilskud Københavns Kommune	600.000 / 650.000 / 650.000
Lokaludvalg	20.000 / 25.000 / 25.000
Fonde	100.000 / 150.000 / 200.000
Hovedsponsor	100.000 / 100.000 / 100.000
Øvrige sponsorer	50.000 / 75.000 / 100.000
Samarbejdspartnere, udstillere og forretningsdrivende i lokalområdet	50.000 / 75.000 / 100.000
Deltagerbetaling	50.000 / 70.000 / 100.000
<b>Indtægter i alt</b>	<b>970.000 / 1.145.000 / 1.275.000</b>

\*Foreningen er momspligtig



Udgifter (budget 1/1-31/12)	2025 / 2026 / 2027 (beløb ex moms)
Projektorganisation (konsulenttydelser, lønninger, kontorhold, ansøgninger, regnskab, revision, evaluering, afrapportering, transport og opbevaringsløsninger)	500.000 / 550.000 / 600.000
Frivillige (forplejning, mad, koordinering)	20.000 / 30.000 / 30.000
Festivalpladsindretning (WC, borde, bænke, boder, udsmykning, elementer til byrums fuld skala demo, lydanlæg, scene)	100.000 / 125.000 / 150.000
Renovation, rengøring og skiltning	25.000 / 35.000 / 50.000
Installationer (start- og målområde, teknikbaner, lege- og børnebaner, )	100.000 / 100.000 / 100.000
PR og markedsføring	25.000 / 50.000 / 50.000
Rejseudgifter og ophold for udenlandske deltagere (workshops og talks)	10.000 / 20.000 / 30.000
Ladcykel parade	20.000 / 30.000 / 30.000
Lokaleleje og afholdelse af workshops og konferencer	50.000 / 50.000 / 50.000
Events i bydelene under festivalen	30.000 / 50.000 / 60.000
Lokale foreninger og klubber	30.000 / 50.000 / 50.000
Uforudsete udgifter	50.000 / 50.000 / 50.000
<b>Udgifter i alt</b>	<b>960.000 / 1.140.000 / 1.250.000</b>







Ansøgning til festivalpuljen 2025-2027

## KØBENHAVN SPISER SAMMEN: INKLUDERENDE GRØN GASTRONOMI

Copenhagen Cooking ansøger hermed Festivalpuljen om 1,2 millioner kr. årligt i 2025, 2026 og 2027.

### FRA GADEMAD TIL GOURMET – FRA BRØNSHØJ TIL SYDHAVN

går midlerne til at skabe mødesteder, hvor alle byens borgere og besøgende, uanset baggrund eller budget, kan samles om unikke madoplevelser.

### INDSATSOMRÅDER 2025-27:

I TAKT MED KØBENHAVNS MADVISIONER  
FÆLLES MADOPLEVELSER I BYENS HJERTE OG HJØRNER  
INKLUDERENDE GASTRONOMI FOR ALLE



### ÅRLIGE EVENT-TILVALG

Afhængigt af udvalgets ambitionsniveau, ansøger vi i tillæg til ansøgningen 225.000 kr. årligt til skalering af indsatsområderne gennem to årlige event-rækker:

**MAD PÅ METROKANTEN** udfordrer den traditionelle opfattelse af gastronomiske hotspots og inspirerer til nye kulinariske eventyr med pop up-madoplevelser ved metrostationer i byens ydre grænser.

**HJERTERUM** styrker båndene i vores samfund ved at bringe morgendagens madtalenter, byens socialt udsatte og dens øvrige borgere sammen for en aften, hvor måltidet bliver kilde til fællesskab og kulturel udveksling, når Københavns Kommunes forpagtninger omdannes til restauranter for en dag.

Event-rækkerne kan tilføjes eller undlades i programmet hvert år, og kommer således som supplement til det ansøgte årlige beløb.



## **KØBENHAVNS FREMTIDIGE MADLANDSKAB: FÆLLESKAB OG BÆREDYGTIGHED I FOKUS**

I anledning af 20-års jubilæet for Det Nye Nordiske Køkkenmanifest har København et unikt øjeblik til at definere sit fremtidige madlandskab. Vores vision for de næste år er at se København blomstre som en grøn og inkluderende madby, hvor innovation, bæredygtighed og fællesskab går hånd i hånd. Og hvor alle skal have adgang til en madoplevelse.

For at realisere dette ambitiøse mål, søger Copenhagen Cooking 1,2 millioner kr. årligt (2025-27), som vil blive investeret i initiativer, der beriger Københavns borgere og besøgende med gastronomiske tilbud over hele byen på tværs af alle samfundslag. Fremover vil vi således intensivere vores bestræbelser på at integrere hele byen i vores program, så der kommer endnu flere events til de københavnere, der bor i yderområder som fx Sundbyvester og Nordvest.

Med disse midler vil Copenhagen Cooking også spille en central rolle i at forme en madkultur, der er i tråd med Københavns Kommunes mad- og måltidsstrategi samt den kommende ambitiøse klimaplan. Vi forpligter os til at fremme bæredygtige madvalg, reducere madspild og støtte lokale fødevarerproducenter, hvilket vil gøre Københavns madscene endnu mere dynamisk og inkluderende.

Med dette fokus håber vi at inspirere både lokale og internationale gæster med en madscene, der er præget af ansvarlighed overfor miljøet og engagement i samfundet.

De bedste hilsener  
Copenhagen Cooking

## COPENHAGEN COOKING: KØBENHAVNS ÅRLIGE MADFEST

Hvert år i august inviterer Copenhagen Cooking til 10 dages madfestival med mere end 100 enestående madevents fordelt over alt i Københavns gader og stræder, skjulte hjørner og hemmelige kroge. Festivalen er en hyldest til Københavns rige og mangfoldige madkultur, og forvandler således byen til et gastronomisk epicenter, hvor københavnere og turister tilbydes en ekstraordinær oplevelse af det bedste inden for dansk og international gastronomi.

Copenhagen Cookings indhold er bygget op omkring tre hovedelementer:

- **COOKING I BYEN** det åbne program, hvor lokale aktører inviterer til events over hele byen.
- **FESTIVALPLADSEN** tre-fire dage med varieret program på en central lokation i København.
- **SIGNATUREVENTS** vores egne store events med 300-1500 gæster.

Som noget nyt, introducerede vi i 2023 **ÅRETS HOVEDNAVN** (Kartofflen i 2023, Kål i 2024) og **ÅRETS VENSKABSBY** (Zürich i 2023, Flandern i 2024, Marseille i 2025).

Copenhagen Cooking er forankret i et stort netværk af madentusiaster og partnere, der bidrager til festivalens indhold. Festivalens egne events, ofte for dyre eller komplekse for enkeltstående aktører at håndtere, spænder fra store samlingspunkter som Festivalpladsen, der byder på debatter og workshops, til intime bydelsmiddage og større spiseevents som høstfester, der alle kræver omfattende forberedelse og fundraising.

Festivalen samler årligt over 200 bidragsydere, som sikrer et diversificeret program, herunder unikke events som fx 'Spis (i) Sydhavn' på Karens Minde Kulturhus, Pride-opvarmning med SEKS Bakery and Eatery ved Vor Frue, og fremtidens restaurant med morgendagens madtalenter på Smedetoften – alle eksempler på samarbejde og innovation.

Copenhagen Cooking investerer tid i netværkspleje, trendspotting i gastronomi og byudvikling, samt samarbejde med initiativer som Madfællesskabet med bl.a. Københavns Kommune for at styrke båndet mellem land og by og fremme diversificeret fødevarerproduktion. Sådanne anstrengelser holder festivalens program på forkant og relevant, mens det også understøtter madscenens bredere mål.

**Midlerne fra Festivalpuljen er afgørende for at understøtte en fortsat bæredygtig og samlende udvikling af hele Københavns madscene indenfor alle tre områder. Disse investeringer sikrer, at Copenhagen Cooking kan fortsætte med at være en pioner inden for gastronomi og fællesskabsfremmende aktiviteter, og en vital del af den madkultur, som København er kendt og hyldet for verden over.**

# INDSATSER 2025-2027

## A. I TAKT MED KØBENHAVNS MADVISIONER

Copenhagen Cooking fortsætter med at berige københavnere og gæsters madoplevelser ved at være bannerfører for bæredygtighed og ansvarlighed i madbranchen. For vores gæster betyder det, at de fra 2025 kan være sikre på, at alle vores arrangementer tilbyder valgmuligheder, der fremmer miljøvenlig og etisk ansvarlig madproduktion. Dette omfatter brugen af økologiske ingredienser, fremhævelse af lokale producenter og initiativer, der reducerer madspild. Vi vil også styrke vores formidling for at oplyse vores gæster om, hvordan disse bæredygtige valg bidrager til en sundere planet og et mere retfærdigt fødevarer-system.

Vores engagement i FN's verdensmål, især omkring madspild, ligestilling og bæredygtige bymiljøer, har allerede manifesteret sig i vellykkede projekter og samarbejder, som eksempelvis vores plante-baserede madinitiativer og fokus på lokalt producerede råvarer.

Vi vil udvide vores samarbejder med lokale producenter og kokke for at fremhæve og udvikle bæredygtige og sundhedsfremmende madvalg, der afspejler det bedste af Københavns diverse madlandskab og kulinariske innovation. Vores festivalplads vil fortsat være centrum for disse bestræbelser, med et udvalg af events, der viser vejen for en grønnere madfremtid.

Samtidig vil vi tage skridt til at gøre selve festivalen mere bæredygtig, herunder arbejde med at minimere vores miljømæssige fodaftryk i alle festivalens aspekter. Dette indebærer en overgang til mere bæredygtige materialer, affaldsreduktion og genanvendelse.

Vi er forpligtede til ikke kun at være et udstillingsvindue for bæredygtig gastronomi, men også en aktiv deltager i Københavns overgang til en grønnere, mere bæredygtig fremtid. Ved at arbejde hånd i hånd med byens strategier, håber vi at styrke Københavns position som en førende by inden for bæredygtig madkultur.

## B. FÆLLES MADOPLEVELSER I BYENS HJERTE OG HJØRNER

Copenhagen Cooking ønsker at sprede madmagi til alle hjørner af København, hvor den kulinariske revolution endnu ikke har sat sit fulde aftryk, hvilket gør festivalen til en fejring af alle byens madfolk målrettet alle byens borgere.

Med succesfulde initiativer som "Mad på Kanten" har vi allerede taget skridt til at inkludere bydele som Nordvest, Sundby og Sydhavnen i Copenhagen Cooking.

Fra 2025 til 2027 vil vi intensivere vores indsats for at bringe unikke madbegivenheder til nye områder og lokalsamfund, som fx Brønshøj og Ørestaden, der rummer et potentiale for at blive en del af Københavns levende madscene. Ved at samarbejde tæt med lokale aktører, foreninger og iværksættere, vil vi skabe platforme for nyskabende madkoncepter, der kan berige lokalsamfundene og samtidig tiltrække besøgende fra andre dele af byen og udlandet.

Dette initiativ handler ikke kun om at udbrede Copenhagen Cookings rækkevidde, men også om at fremme social inklusion og lokalsamfundengagement gennem mad. Ved at præsentere en diversitet af madoplevelser, fra gademad til gourmet, ønsker vi at skabe mødesteder, hvor københavnernes kan samles, uanset baggrund eller budget. Dette vil ikke blot bidrage til at styrke fællesskabsfølelsen, men også til at fremme en bredere forståelse og værdsættelse af madens rolle i vores daglige liv og kultur.

Gennem disse tiltag stræber Copenhagen Cooking efter at være en katalysator for at omdanne hele København til en pulserende, inkluderende og mangfoldig madby, hvor enhver krog og kvarter spiller en vital rolle i det gastronomiske landskab.

### C. INKLUDERENDE GASTRONOMI FOR ALLE

Copenhagen Cooking er dedikeret til at skabe en inkluderende madkultur, der favner alle – fra den lokale madentusiast til den prisbevidste forbruger, og ikke mindst de unge madtalenter, der er fremtidens stjerner på den gastronomiske himmel. Vores ambition er at skabe en platform, der ikke kun præsenterer mangfoldigheden i Københavns gastronomi, men også aktivt støtter og udvikler nye madtalenter inden for madverdenens vækstlag.

Under overskriften "Morgendagens Madtalenter" intensiverer vi vores bestræbelser på at integrere og fremme unge (særligt kvindelige) kokke og madkreatører, der bringer friske ideer og innovative koncepter til bordet. Dette vil vi gøre gennem initiativer som plug'n'play-restauranter, hvor unge madfolk kan præsentere deres arbejde for et bredt publikum og opnå værdifuld erfaring og eksponering samt netværksarrangementer og mentorforløb med etablerede folk fra madbranchen.

Samtidig er det centralt for os at sikre, at Copenhagen Cooking er tilgængelig for alle lag af befolkningen. Vi vil derfor udvide tilbuddet af gratis eller prisvenlige events, der sikrer, at madoplevelser af høj kvalitet er inden for rækkevidde for alle. Vi vil også inddrage små, lokale producenter og iværksættere i festivalen, for at give dem en platform og et publikum, de ellers ikke ville have adgang til.

Ved at fokusere på "Inkluderende Gastronomi for Alle" og samtidig støtte og udvikle morgendagens madtalenter, ønsker Copenhagen Cooking at fejre og fremme en madkultur, der er rig på mangfoldighed, innovation og fællesskab.



# ÅRLIGE EVENT-TILVALG

## 1. HJERTERUM

Denne event-række formidler både kærlighed til mad og fællesskab, og er dedikeret til at styrke båndene i vores samfund ved at bringe morgendagens madtalenter og byens socialt udsatte sammen i en varm og indbydende atmosfære.

"Hjerterum" sigter mod at fejre og anerkende de unikke historier og livsvilkår, som findes i vores samfund, samtidig med at vi belyser det utrolige potentiale og den kreativitet, som unge madtalenter bringer til Københavns gastronomiske scene. Disse events er praktiske manifestationer af Københavns Kommunes engagement i social inklusion, erhvervsudvikling og bæredygtig madkultur.

Event-rækken finder sted i et eller flere af Københavns Kommunes forpagtede køkkener som fx Prismen i Holmbladsgade, hvor unge madtalenter får en unik chance for at konceptudvikle, tilberede og servere et måltid, som ikke blot nærer kroppen men også sjælen. Menuen fokuserer på bæredygtighed og anvender lokale, sæsonbestemte ingredienser.

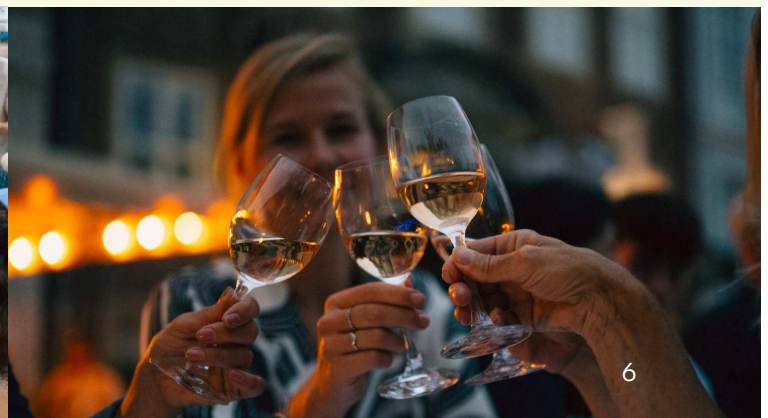
Halvdelen af billetterne tilbydes til socialt udsatte, der deltager gratis. De resterende billetter udbydes til maksimalt 100 kr.

## 2. MAD PÅ METROKANTEN

"Mad på Metrokanten" skaber samling omkring byens yderpunkter ved at forvandle metrostationerne til hubs for mad og fællesskab. Disse madoplevelser samler københavnere, ikke bare for næring, men som et centrum for fællesskab og kulturel udveksling. Vores mål er at omdanne fx Nørrebro, Ørestaden og Vanløse metrostationer til nye gastronomiske destinationer.

Lokale initiativer såsom UngeVærk VBUC i Vanløse, Send Flere Krydderier i Nørrebro, og Ørestad Street Food bliver midtpunkter for disse møder, hvor gæster kan nyde mad der repræsenterer byens kulturelle mangfoldighed og forpligtelse til social ansvarlighed. Forestil dig en langbords-morgenstart med arabisk kaffe og tyrkisk morgenmad ved Nørrebros metrostation med Send Flere Krydderier som vært.

Budgettet dækker råvarer, projektledelse, markedsføring og materialeleje, så de involverede lokale aktører ikke har nogle omkostning og der ikke er nogen brugerbetaling forbundet med eventet.



## ORGANISATION OG ØKONOMI

Food Organisation of Denmark (FOOD) arrangerer Copenhagen Cooking samt andre store madbegivenheder som Madens Folkemøde og Aarhus Food Festival. Festivalchefen Katja Seerup Clausen er den eneste fuldtidsansatte, hvilket sikrer minimal administration og lønudgifter i perioder med lav aktivitet. Samtidig tiltrækker FOOD erfarne kræfter ved behov og involverer årligt 1-2 praktikanter samt samarbejder med Kulturens Frivillige (tidl. CPH Volunteers) under festivalen. Vi prioriterer en balanceret køns- og aldersfordeling i vores arrangementer, men erkender udfordringerne med mandligt dominerede ledere og kokke i restaurantbranchen. Derfor arbejder vi aktivt for at styrke kvinders rolle og fremme ligestilling gennem vores egne initiativer med fokus på at inkludere og anerkende kvindelige talenter.

## COPENHAGEN COOKINGS PARTNERE OG ØKONOMI

Copenhagen Cooking finansieres gennem en kombination af egne indtægter, partnerskaber, fondsmidler og kommunale bidrag. Festivalens budget ligger på omkring 3,5 millioner kr. årligt, hvoraf kommercielle partnere bidrager med ca. 1 million kr., Københavns Kommune med 1 million kr., Frederiksberg Kommune med 250.000 kr., og resten opnås gennem fondsmidler og indtægter fra bl.a. billetsalg. Denne finansielle model, som kombinerer privat og offentlig støtte, muliggør et bredt spektrum af events og sikrer, at både store og små aktører kan deltage. Kontinuerlig inflationsreguleret støtte fra kommunerne er afgørende for at opretholde denne diversitet samt festivalens kerneværdier og kvalitetsniveau.

## BEHOV FOR TRE-ÅRIG BEVILLING

For at opfylde de tre centrale indsatsområder – "I Takt med Københavns madvisioner", "Fælles madoplevelser i byens hjerte og hjørner" og "Inkluderende gastronomi for alle" – er der et behov for en treårig finansieringsperiode. Dette lange seje træk kræver særlige færdigheder og et udvidet netværk, især inden for bæredygtighed og klima, samt ressourcer til at nå ud til byens yderområder og vækstlaget i dansk gastronomi. En længere finansieringsperiode vil også muliggøre investeringer i nødvendigt udstyr for at støtte mindre aktører. Denne stabilitet over tre år vil være afgørende for at sikre bæredygtig udvikling af Copenhagen Cooking.

Copenhagen Cooking (CC) 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. Aflyst pga. corona-restriktioner

2021: 1 mio. kr. bevilget fra KKs festivalpulje

2022-2024: 3 mio. (1 mio. om året) bevilget fra KKs festivalpulje

Vi søger denne gang 200.000 kr. mere årligt grundet inflationsregulering for at kunne levere på samme niveau som tidligere.

## KONTAKTDETAJLER

COPENHAGEN COOKING | Att: Food Organisation of Denmark (FOOD)  
Vigerslev Alle 18 | 2500 Valby | CVR: 33352832

Katja Seerup Clausen | Festivalchef | [katja@thefoodproject.dk](mailto:katja@thefoodproject.dk) | +45 28 71 41 31

FOOD er fuldt momsregistreret.

## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Food Organisation of Denmark
<b>CVR:</b> 33352832
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Copenhagen Cooking
<b>Projektperiode:</b> 30.10.24-30.10.27

HOVEDANSØGNING	Budget 2025	Budget 2026	Budget 2027
<b>Indtægter</b>	<b>Indtægt</b>	<b>Indtægt</b>	<b>Indtægt</b>
København Kommunes festivalpulje	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Frederiksberg Kommune	250.000	250.000	250.000
Private partnere	900.000	915.000	930.000
Bidrag fra FOOD	250.000	250.000	250.000
Egenindtægter (billetsalg, standudlejning)	900.000	900.000	900.000
<b>Indtægter i alt</b>	<b>3.500.000</b>	<b>3.515.000</b>	<b>3.530.000</b>
<b>Omkostninger</b>	<b>Udgift</b>	<b>Udgift</b>	<b>Udgift</b>
Organisation og administration			
Løn og honorarer	1.440.000	1.450.000	1.460.000
Konsulentudgifter bæredygtighed	65.000	70.000	75.000
Kontorhold, husleje og diverse personaleudgifter	135.000	135.000	135.000
Frivillige (forsikring, t-shirts, forplejning, gaveposer osv.)	40.000	40.000	40.000
Ekstern bistand (kokke, musikere, oplægsholdere osv.)	150.000	150.000	150.000
Organisation og administration i alt	1.830.000	1.845.000	1.860.000
Kommunikation			
Produktion af materialer	100.000	100.000	100.000
Presseture og aktiviteter	15.000	15.000	15.000
Markedsføring	280.000	280.000	280.000
Kommunikation i alt	395.000	395.000	395.000
Venue og logistik			
Leje af venues	50.000	50.000	50.000
Leje af udstyr (telte borde, bænke, toiletvogne, køkkenvogne osv.)	480.000	480.000	480.000
Bidrag til råvarer/produktion	450.000	450.000	450.000
Strøm, vand, renovation, rengøring	75.000	75.000	75.000
Hegn, afspærring og terrorsikring	30.000	30.000	30.000
Transport	60.000	60.000	60.000
Afvikling og hands	120.000	120.000	120.000
Forsikring	10.000	10.000	10.000
Venue og logistik i alt	1.275.000	1.275.000	1.275.000
<b>Omkostninger i alt</b>	<b>3.500.000</b>	<b>3.515.000</b>	<b>3.530.000</b>
<b>Periodens resultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



<b>TILVALGS-EVENTS</b>	<b>Budget 2025</b>	<b>Budget 2026</b>	<b>Budget 2027</b>
Indtægter	Indtægt	Indtægt	Indtægt
København Kommunes festivalpulje	225.000	225.000	225.000
Egenindtægter (billetsalg, standudlejning)	7.500	7.500	7.500
<b>Indtægter i alt</b>	<b>232.500</b>	<b>232.500</b>	<b>232.500</b>
<b>Omkostninger</b>	<b>Udgift</b>	<b>Udgift</b>	<b>Udgift</b>
Organisation og administration			
Løn og honorarer	55.000	55.000	55.000
Ekstern bistand (kokke, musikere, oplægsholdere osv.)	60.000	60.000	60.000
Organisation og administration i alt	115.000	115.000	115.000
Kommunikation			
Produktion af materialer	3.000	3.000	3.000
Markedsføring	15.000	15.000	15.000
Kommunikation i alt	18.000	18.000	18.000
Venue og logistik			
Leje af udstyr (telte borde, bænke, toiletvogne, køkkenvogne osv.)	30.000	30.000	30.000
Bidrag til råvarer/produktion	50.000	50.000	50.000
Strøm, vand, renovation, rengøring	5.000	5.000	5.000
Transport	5.000	5.000	5.000
Afvikling og hands	9.500	9.500	9.500
Venue og logistik i alt	99.500	99.500	99.500
<b>Omkostninger i alt</b>	<b>232.500</b>	<b>232.500</b>	<b>232.500</b>
<b>Periodens resultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

COPENHAGEN

LIGHT

FESTIVAL



# ANSØGNING OM STØTTE

Copenhagen Light Festival ønsker at ansøge Københavns Kommunes Festivalpulje om en bevilling på 1 mio. kr. årligt til at understøtte festivalens fortsatte udvikling, samt sikring af en bæredygtig organisation i den kommende tre-årige periode 2025, 2026 og 2027.

På de følgende sider perspektiverer vi den fremadrettede forankring og videre udvikling af festivalen.

## Index

Kort om Copenhagen Light Festival ...	2
Organisationen ...	2
En festival for lys og fællesskab ...	3
Festivalens målsætning ...	3
Samproduktion med værter på tværs af byens aktører ...	4
Festivalens bredde ...	4
Copenhagen Light Festival – nu og i fremtiden ...	5
Eksponering og besøgende ...	6
WoCo støttebrev og citater ...	7
Bæredygtighed ...	8
Publikums undersøgelse ...	9
Kort over unikke værker ...	9
Budget 2025 - 2027 ...	10

Foreningen Københavns Lysfestival/  
Copenhagen Light Festival

Toldbodgade 39, 1253 København K

CVR: 40793232

[www.copenhagenlightfestival.org](http://www.copenhagenlightfestival.org)

# Kort om Copenhagen Light Festival

Copenhagen Light Festival har på bare 7 år opbygget en tilbagevendende begivenhed, der skaber fællesskab og lys i vintermørket samt aktiverer byens rum med gratis og tilgængelige lysinstallationer igennem 3 uger.

Festivalen giver mulighed for at samles om fælles kulturoplevelser i en tid på året, hvor udbuddet af dette ellers er småt.

Der opsættes lysinstallationer på et internationalt niveau på vidt forskellige steder i byen med dertilhørende historier og forhold. Byens arkitektur og historie sættes i et nyt lys.

Festivalprogrammet i 2024 præsenterede 58 lysværker og installationer på tværs af 10 bydele i København.



*For Peace!, Sedemminut (SK), 2024*



*In-Between, Daniel Popescu, 2024*

## Sekretariat

Dorte Burmester Wium, Sekretariatsleder

Sofia Ivarsson, Programkoordinator

Vibeke Højgaard Frederiksen, PR & Kommunikation

## Bestyrelsen

Jesper Kongshaug, Forperson, Lysdesigner, Tivoli A/S

Mads V. Olesen, Næstformand, Direktør, Stromma A/S

Annette Juhl, Kasserer og jurist, Juhl Legal & IP

Pia Allerlev, Ejer af rådgivningsvirksomheden ALLERSLEV

Niels Erik Folmann, Kommerciel Direktør Tivoli A/S

Kasper Hammer, Designer lys-industri

Anders Kongshaug, Direktør VNR.TV, PR & Udvikling

Jacob Helenius, Ejer og Creative Director of Helenius Creative

# En festival for lys og fællesskab

I løbet af tre uger i februar inviterer festivalen lokale og internationale gæster i alle aldre til at opleve et bredt udvalg af lysbaserede værker – heriblandt skulpturer, installationer, projektioner og events.

Med et skræddersyet program hvert år, kvalificeret af et kuratorudvalg, iscenesættes, fremhæves og fortolkes byens forskellige rum, pladser, bygninger, broer og skjulte steder på en ny og spændende måde. I planlægningen af festivalen arbejder kuratorudvalget og sekretariatet specifikt med Københavns strategier for lys og mørke.

Lysværkerne og installationerne er samlet langs en rute i Indre by, langs havneløbet og i Kulturkvarteret samt i byens brokvarterer og byudviklingsområder.

Festivalen står desuden bag en række events, der i stigende grad planlægges i samarbejde med værter, partnere og en lang række aktører fra kultur, erhvervs og foreningslivet.

Copenhagen Light Festival samarbejder med hotel, restaurant, transport og turismeerhvervet for at skabe omsætning i en ellers stille periode.

Vores program tiltrækker nye målgrupper og understøtter talentudvikling gennem workshops og mentorordninger. Vi styrker båndene til flere uddannelsesinstitutioner, både nationale og internationale, samt skaber platforme for akademisk udveksling.

Målet er at skabe en inspirerende og inkluderende atmosfære, hvor både etablerede og spirende lysdesignere, lyskunstnere, studerende og organisationer fra ind- og udland føler sig velkomne og repræsenteret.

I festivalens sammensætning af kunstnere og designere stræber vi efter inklusion og diversitet ved at repræsentere mange aldre, kulturer, religioner og køn.

# Festivalens målsætning

- **At kaste lys og fokus på Københavns arkitektur og byrum i den mørkeste måned på året.**
- **At øge det gennemsnitlige besøgstal til 500.000 i festivalen i perioden 2025-2027**
- **At inspirere flere nationale og internationale turister til at vælge København som destination i Q1, – bl.a. gennem flere partnerskaber med byens turismeaktører og forretningsdrivende.**
- **At udbygge netværket af partnere på tværs af kulturinstitutioner og erhvervsliv - både i Indre By, langs kanalerne, samt i brokvarterene og øvrige bydele.**
- **At være en aktiv sparringspartner for aktører i forbindelse med nye lyssætninger i byens rum.**
- **At videreudvikle ruter og guidede ture - til fods, på cykel, til vands, eller med offentlig transport -, der understøtter oplevelsen af festivalen, og som samtidigt skaber indtægt for festivalen.**
- **At præsentere et alsidigt og aktivt eventprogram for børn og voksne med events som *Vie i det fri*, *Lysløbet*, panel-talks, silent disco, koncerter m.v.**
- **At udstille flere værker og events ved og i havneløbet.**
- **At forberede markering af 10 års jubilæet i 2027**

# Samproduktion med værter på tværs af byens aktører

## Lokal forankring gennem lokale aktører

Copenhagen Light Festival 2024 er et fyrtårn for lokal forankring og samarbejde på tværs af Københavns bydele. Med 58 gratis lysinstallationer til glæde for københavnere og besøgende, har vi skabt en unik oplevelse, der indbyder til fællesskab og samvær. Festivalen strækker sig over 10 bydele og har et tæt samarbejde med 5 lokaludvalg samt mere end 45 andre samarbejdspartnere.

## Relevans for København, byens borgere og besøgende

Vi prioriterer, at indhold, form og formidling af festivalen afspejler Københavns profil. Gennem samarbejde med andre kulturinstitutioner, turismeerhvervet, lokaludvalgene, hoteller samt de private aktører søger vi at styrke begivenhedernes profil og udnytte kunstneriske og økonomiske ressourcer optimalt. Vores åbningsevent d. 18. januar 2024 på Vestre Kirkegård samlede flere end 400 borgere.



Ø, Søren Lyngsø Knudsen (DK), 2024

# Festivalens bredde

Foruden programmet for lysværker og installationer lægger vi vægt på, at vi præsenterer en bred vifte af aktiviteter for publikum undervejs i festivalen.

- Ruter til gående, løbeentusiaster og cyklende skaber oplevelser langs installationerne for alle, fra børn til pensionister, der opfordrer til at udforske byen.
- Pop-up events: Spektakulære lysinstallationer, oplevelser, talks eller guidede ture med nyhedsværdi, opstår midlertidigt rundt om i hele byen
- I løbet af festivalen lanceres lys- og kunst begivenheder målrettet både familier, turister og unge. Disse skabes i tæt samarbejde med vores partnere
- Lysløbet for alle aldre, vi afvikler både løb for voksne og et familieløb som samler familien på tværs.
- Paneldebatter og talks forener nationale og internationale lyseksperter, studerende og publikum
- Vi oplever en stigende interesse fra eksterne eventaktører, som ønsker at understøtte lysfestivalens program ved at bidrage med fællesskabende arrangementer til lysfestivalens program herunder i 2024: *En gåtur langs kysten* (900 tilmeldte), *Copenhagen Bike Festival* (Cykeltur på åbningsdagen), *DGI Nordsjælland* (medarrangør Lysløbet og Familielysløbet).

# Copenhagen Light Festival – nu og i fremtiden

## Indhold

Programmet spænder hvert år fra fascinerende lysprojektioner over interaktive, undersøgende installationer til smukke og personlige kunstværker i øjenhøjde. Med relevante tematikker ønsker vi at bidrage til en dialog om vores tid og nyt blik på byens rum og arkitektur.

## Geografisk spredning

Med ønske om at invitere publikum til at opleve flere områder af København, har festivalen i sin planlægningen løbende fokus på en strategisk placering af lysoplevelserne, således at der kan tegnes oplevelsesruter til fods, til vands, med offentlig transport og på cykel. Fokus ligger på byens vandruer, Indre By, brokvartererne og flere urbane udviklingsområder.

## Udvikling og fornyelse

Med Københavns designtradition og unikke mørke som inspiration stiler festivalen mod en konstant udvikling gennem det kuraterende arbejde med lyskunstnere- og designere samt lysværter på tværs af byens aktører. Frem mod 2025 har vi netop taget initiativ til at etablere et tættere samarbejde med kulturinstitutioner inden for Kulturkvarteret i Indre By.

Vi har over de seneste år opbygget et tæt samarbejde og en løbende dialog med flere af områdefornyelserne i København. Særligt vellykket har partnerskabet med organisationen og beboerne i Områdefornyelse Bavnehøj udviklet sig gennem årene, i en sådan grad at der er ønske om at Vestre Kirkegård fortsat skal være en fast destination i Copenhagen Light Festival.

Hvert år involverer lysfestivalen sig i projekter med studerende fra forskellige danske uddannelsesinstitutioner. I 2024 har vi været sparringspartnere for studerende fra IT-Universitetet, KEA og foreningen Ungt Lys omkring konceptudvikling, tematik, teknik og designløsninger. Dette samarbejde udvikles over de kommende år til at blive en fast integreret del af festivalen, med det store potentiale dette har for talentudvikling.

## Gæster – byens borgere samt nationale og internationale turister

Festivalen ønsker at bidrage til et øget lokalt og internationalt fokus på København som kultur- og arkitekturby, på byens nye bydele og byudviklingsområder samt skabe interesse for kulturelle oplevelser på tværs af byens kvarterer. De seneste års mediemålinger viser at festivalen i februar skaber god synlighed omkring København i hhv. nationale og internationale nyhedsmedier. Se s. 6.

## Copenhagen Light Festival skaber traditioner

Blandt mange årligt tilbagevendende begivenheder under festivalen kan nævnes at Københavns Kommune tilbyder Copenhagen Light Festival som ramme for lokale samt internationale bryllupper. I festivalen 2024 blev 12 par viet herunder lyskunstner Frederik Houg som blev viet under sit eget værk PiXelEarth støttet af WWF, Stromma og By&Havn.

## Kvalitet, originalitet og mangfoldighed

Festivalen stiler mod hvert år at levere et både bredt og højt kunstnerisk og kulturelt niveau af lysinstallationer, hvoraf nogle også sætter fokus på samfundsaktuelle emner. Vi vil gerne give gæsterne en bred palette af nye oplevelser, udvide deres horisont og inspirere dem til at genopdage København.

Desuden samler vi med vores events (koncerter, lysløb, guidede ture, talks m.fl. hvert år festivalens gæster omkring fælles oplevelser for publikum på tværs af alder, etnicitet, nationalitet og interesser. Samtidig arbejder vi på at være med til at skabe øget omsætning, interaktion og aktivitet i byen.

## 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 2024 med 32 kvinder og 44 mænd. På tværs af sekretariatet, foreningens bestyrelse og kuratorudvalget arbejder vi bevidst med diversitet for øje.

## Samarbejde med kultur- og erhvervsaktører, institutioner og foreningsliv

Festivalen samarbejder med en bred vifte af aktører inden for kultur og erhvervslivet samt på tværs af byens kommunale forvaltninger. Dette element styrkes tydeligt hvert år i forlængelse af løbende dialog og nye relationsskabende initiativer. Vi oplever at mange aktører ser værdi i at være en aktiv del af festivalen og har stor interesse i at fortsætte etablerede partnerskaber, som f.eks. DR Koncerthus og DR Vokalensemble, Den Sorte Diamant, Refshaleøens Ejendomsselskab, Grundejerforeningen Ørestad, Broens Gadekøkken, Områdefornyelserne i København, Jorcks Passage, Brønshøj Vandtårn etc. og nye aktører som IKEA, Clever oa.

# 548 mio. eksponeringer



Copenhagen Light Festival 2024 er med primært egne videoer og stills blevet eksponeret for et publikum på 492 mio., hhv. 202 mio. (TV nyheder) og 290 mio. (nyheder online), samt flere end 56 mio. via social media. Alt i alt 548 mio. Blandt stationerne er TV-A, TV-2, CBS, EuroNews, Rai, Le Figaro, Yahoo News, Reuters, AFP, AP m.fl. Mange af visninger er registreret i hele Europa, Nordamerika og Asien. Visningerne er på linje med tallene for Grand Depart og Eurovision i København.

## Links

[Dansk pressedækning 2024](#)

[International pressedækning 2024 \(udvalgte 1 minut\)](#)

[Se version på 4 min med mange gode branding eksempler af København](#)

## Sources

Tallene kommer fra målinger af Kantar/Critical Mention, Similarweb og IPTV (International Press). Målingen er det tætteste man kan komme med fakta tilrådighed og skal ses som et kvalificeret bud på visninger i udlandet og dets værdi.

# 350.000 har besøgt festivalen

52% flere besøgende er registreret i februar, hvor der tidligere ikke har været placeret et lysværk året forinden (\*).

Festivalens app er i år yderligere downloadet **20.000 gange**.

I februar 2023 steg besøgstillene på hoteller i København med **11%**, hvor Copenhagen Light Festival var det eneste "nye", der skete. Festivalen har de seneste år gennemsnitligt haft et besøgstal på **350.000 gæster**.



(\*) Source: Under Copenhagen Light Festival 2024 var Jorcks Passage for første gang vært for et lysværk. Fra vemco group og Jorcks Ejendomsselskab har vi nu modtaget målinger fra indgangene til passagen, der viser **en markant stigning i antal besøgende på 52% i perioden 2.-25. februar** (målt mod samme periode i 2023). Målingerne er fra festivalens åbningstid: kl.17-22 hver dag. Samme måling for ugen op til festivalens startdato viste en stigning på bare 4%. - dette understøtter festivalens betydning for flere folk i gaderne..



Til rette vedkommende

Nørregade 7B  
1165 København K

Tlf.: 3325 7400  
wonderfulcopenhagen.dk

Date: 20. marts 2024

#### 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 lokale livsstil og brug af byens rum. Det kræver et stærkt, levende og mangfoldigt oplevelsesprodukt af tiltrække storbyrejsende til København frem for 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 oplevelsesstilbud.

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

I Wonderful Copenhagen arbejder vi på at balancere turismeudviklingen hen over året. Det kræver markedsføring af København nationalt og internationalt som turistdestination og udvikling af byens oplevelsesprodukt særligt i vintermånederne. 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 Aaga-Hansen  
Adm. direktør, Wonderful Copenhagen

"Ørestads grundejerforeninger og Vandlaugs repræsentation med fire lysværker under Copenhagen Light Festival blev vel modtaget og skabte begejstring hos Ørestads beboere, men har også givet en god anledning til at besøge bydelen. Foreningens deltagelse i Copenhagen Light Festival har bidraget til, at Ørestads beboere har oplevet en af samhørighed med resten af København, i kraft af deltagelsen i festivalen. Foreningerne forventer fremadrettet at deltage i festivalen, da initiativet understøtter beboernes efterspørgsel på kultur, kunst og byliv, og samtidig udfordre fortælling om Ørestad, som en uvedkommende bydel.

Ørestads grundejerforeninger og Vandlaug har være utrolig glade for samarbejdet med Copenhagen Light Festivals sekretariat, som har været kompetent kunstneriske sparringspartner i udvælgelsen af værker til Ørestad, og samtidig har løftet projektledelse og koordinering, så vi har følt os i gode hænder."

#### **Ørestads grundejerforeninger og Vandlaug**

*"Områdefornyelsen Bavnehøj har samarbejdet med Copenhagen Lightfestival igennem flere år nu. Samarbejdet har givet os inspiration til hvad lysnedslagspunkter kan i forhold til at føre og guide besøgende igennem Vestre Kirkegård uden at forstyrre roen, freden og mørket som også er en del af en kirkegård om natten. Hvad enkelte værker designet til omgivelserne kan gøre for trygheden i et område om natten som med LUX lysekronen ved Østre Kapel der gik fra at være en midlertidig installation til et værk vi arbejder på at sætte op mere permanent. Og så har festivalen vist vejen til at Bavnehøj kvarteret og Sydhavnen kan være med til større kulturarrangementer og beboerne herude er blevet grebet af hvordan kunstværker i byrummene kan løfte området især når de skabes i samspil med beboerne herude."*

**Jan Fønss, Formand Områdefornyelsen Bavnehøj**

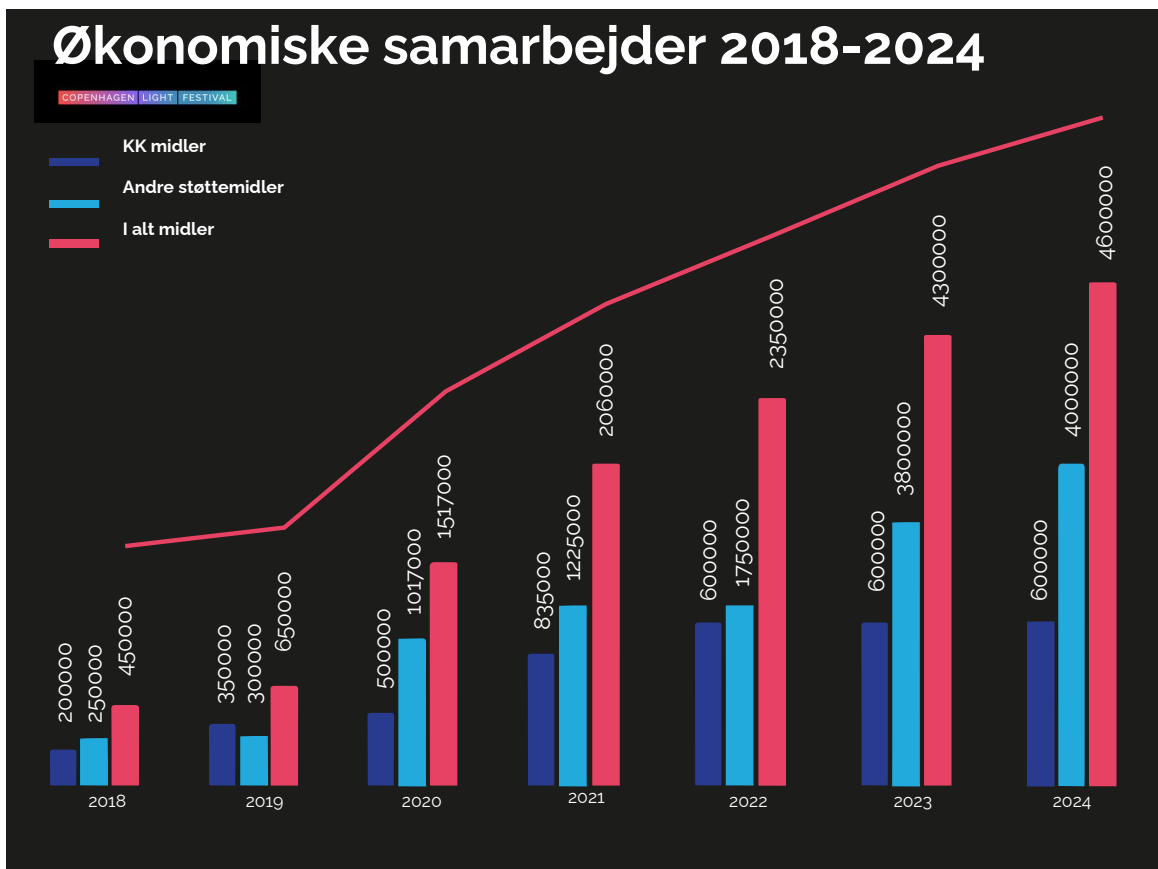


# Økonomisk og miljømæssig bæredygtighed

## Økonomisk bæredygtighed: Co-produktion og støtte

Grafen viser festivalen evne til at bruge økonomiske midler til at gear co-produktion med partnere på tværs af private aktører og offentligt støttede kulturorganisationer. Ved at styrke festivalen med 1 mio, kan vi øge arbejdet med at skabe flere partnerskaber og flottere lys i hele byen for alle.

Festivalens succes er skabt igennem hårdt arbejde. Ved at have en tre-årig bevillingsperiode kan vi skabe arbejdsro til langsigtet samarbejde med flere partnere på tværs, og være et stabilt væksthus for unge kunstnere, designere, arkitekter, scenefolk mv.



Festivalens økonomiske vækst 2018-2024. Med Københavns Kommunes støtte er samarbejdet med andre aktører øget maksimalt.

## Miljømæssig bæredygtighed:

Festivalens samlede strømforbrug svarer til 3 elbilers forbrug i den samme periode.

Offentlige kulturoplevelser kan reducere det fælles strømforbrug ved at erstatte individuelt kulturforbrug i hjemmet (fx streaming). Ved fælles kulturoplevelser deler man den samme strøm. Dette bakkes op af klimatænkertanken Concito.

Vi stræber efter at udføre alle installationer ved hjælp af bæredygtige teknologier, hvilket er et vigtigt udvælgelseskriterium i kurateringen.

Vi har fokus på at man skal kunne opleve festivalen ved bæredygtige transportmidler - til fods, på cykel eller med offentlig transport.

Kanalbådene, som vi samarbejder med, drives af el og forsynes med grøn strøm.

Copenhagen Light Festival arbejder bevidst med ikke at producere støj og affald.

Festivalen bruger stigende omfang state-of-the-art teknisk udstyr med lavt strømforbrug, som udlånes af erhvervspartnerne,

Programmet udgives ikke på papir, men distribueres via mobilplatforme for at minimere miljøpåvirkningen.

Der sigtes efter, at lysinstallationerne bygges således, at de kan bruges igen til andre lysfestivaler i Danmark og udland.

Genbrug, miljø og klima er tematikker, som indgår i mange af lysinstallationerne.

# Publikum survey 2024

Er det vigtigt for dig at lys værkerne er gratis at opleve?

**Ja: 94,8%**

Har du bemærket nye områder eller arkitektur i byen under dit besøg af lys festivalen i år?

**66,9% Ja**

Hvor mange gange besøgte du festivalen i løbet af festivalperioden?

**Mere end 1 gang: 68,9%**

Heraf svarer 40,7% at de har besøgt festivalen minimum 3 gange i løbet af perioden.

Hvilke områder af København besøgte du for at opleve lysværkerne?

**Tæt på 100% har oplevet festivalen i Indre By.**

Mellem 30-40% har desuden svaret, at de har set lysværkerne i områderne Bavnehøj/Vestre Kirkegård, Amager/Ørestad og/eller Refshaleøen.

Hvem har du oplevet festivalen med?

**Venner 43,7%**

**Familie 53,3%**

Ønsker du at opleve Copenhagen Light Festival igen næste år i 2025?

**Ja 97%**

Videolinks:

[Video: Udtalelser fra festivalens gæster og lyskunstnere 2024.](#)

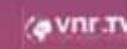
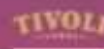
[Video: Udtalelser fra festivalens samarbejdspartnere 2024.](#)

COPENHAGEN LIGHT FESTIVAL

2. - 25. FEBRUAR 2024 · KL. 17-22



Festivalen støttes af Københavns Kommune, Tivoli, Stromma Danmark, Royal Unibrew, Knud Højgaards Fond, William Demant Fonden, Villum Fonden, Aage og Johanne Louis-Hansens Fond, Augustinus Fonden, Vest Amager Lokaludvalg, Områdefornyelsen Bavnehøj, By & Havn, Broens Gadekøkken, Grundejerforeningssekretariatet Ørestad, Grundejerforeningssekretariatet ØrestadNord, Refshaleøen Ejendomme, DR Koncerthus Foreningen Ofelia Plads, Amager Vest Lokaludvalg, Krigsmuseet, Det Kgl. Bibliotek, Nordatlantens Brygge, Nørrebro Lokaludvalg m.fl..





## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN



Tilskudsmodtagers navn: Foreningen Københavns Lysfestival/ Copenhagen Light Festival
CVR:40793232
Festivalens/eventets navn:Copenhagen Light Festival

Projektperiode: 1/1 2025 - 31/12 2027 Foreningen Københavns Lysfestival/ Copenhagen Light Festival  
Har forskudt regnskabsår, foreningens regnskabsår løber fra d. 1/5 - 30/4

Indtægter	Budget 2025	Budget 2026	Budget 2027	Budget året før 2024	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.	Udgifter	Budget 2025	Budget 2026	Budget 2027	Budget 2024
Tilskud fra Københavns Kommune	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.100.000	Ansøgt	Løn, honorarer drift	1.350.000	1.390.000	1.432.215	40.000
Øvrige tilskud:						Værker	1.900.000	2.245.000	2.693.000	1.350.000
Sponsorat fra virksomheder Stromma m.lf.	665.000	1.045.000	1.200.000	1.475.000	Delvist modtaget 2025 *1 note	Værker, produktion, teknik, gademateriel	335.000	335.000	335.000	950.000
Fonde	1.200.000	1.200.000	1.300.000	*2 note	Delvist modtaget 2025 *3 note	Events, møder, åbning mm.	82.000	82.000	82.000	
Tivoli sponsorat Kontorhold	60.000	60.000	60.000	60.000	Modtaget	Marketing. SoMe & PR	400.000	400.000	400.000	300.000
Værter direkte tilskud til CLF	1.787.000	1.797.000	1.952.215	200.000	Delvist modtaget 2025 *4 note	Skilte, APP mm.	225.000	225.000	225.000	
Projektlejelse af værker	200.000	200.000	300.000			Produktion og afvikling	90.000	90.000	150.000	
Billetindtægter	100.000	100.000	180.000	50.000		Produktionsleder				950.000
Øvrige indtægter				30.000		Fundraiser	50.000	55.000	65.000	
Udlejninger				70.000		Kontorleje				60.000
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>5.012.000</b>	<b>5.402.500</b>	<b>5.992.215</b>	<b>2.925.000</b>		Kontorhold (sponsoret)	60.000	60.000	60.000	66.000
						Revision og regnskab	75.000	75.000	75.000	30.000
						Forsikring	30.000	30.000	40.000	
						Løbene udgifter til foreningen	60.000	60.000	60.000	
						Øvrige udgifter, specificeret				100.000
						Variable omkostninger	135.000	135.000	135.000	
						<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>5.012.000</b>	<b>5.402.500</b>	<b>5.992.215</b>	<b>2.836.000</b>

### Kommentarer/forbehold:

\*1 265.000 kr modtaget fra Stromma- resten er ansøgt

\*2 I budget fra 2024 var posten slået sammen med sponsorater

\*3 Tilskud allerede modtaget 200.000 kr. AP. Møller Fonden - 100.000 kr. Frederiksberg Fonden

\*4 Områdefornyelsen Bavnehøj 250.000 kr. Nykredit 250.000 kr. Nørrebros Lokaludvalg 75.000 kr.



## **COPEHAGEN MELA FESTIVAL - Søndag den 30. juni 2024 kl. 14.30 - 21.30**

Copenhagen Mela blev oprindeligt startet på initiativ af det pakistanske community i Danmark som en markering af den pakistanske nationaldag d. 14. august. Den blev første gang afviklet i 2015 og har sidenhen udviklet sig til et regulært multi-etnisk event og en tværkulturel musikfestival.

Konceptet og set-up'et på festivalpladsen centrerer omkring en stor musikscene, hvor der dagen igennem afvikles et omfattende underholdningsprogram med en række kendte grupper og solister. På pladsen omkring scenen er der et stort antal boder/stader med bl.a. spændende street food fra forskellige landes køkkener, is, varme og kolde drikkevarer (ingen alkoholholdige), forskelligt etnisk brugskunst, kunsthåndværk, farverige beklædningsartikler, smykker og diverse accessories. Desuden kommer mange af tilskuerne i deres nationale klædedragter.

Afviklingen håndteres yderst professionelt. Lige fra organisationen af parkering med et korps af frivillige der anviser P-pladser og holder vagt ved de parkerede biler, billetsalg og indgangskontrol, der sikrer at ingen bringer alkohol eller våben med ind på festivalpladsen - der er nemlig en klart kommunikeret nul-tolerance politik på Copenhagen Mela. Der er uniformerede vagter på pladsen, brandvagt og samarittertelt med hjertestarter og 4 førstehjælpsuddannede samaritter og Københavns Politi har tjenestegørende betjente på pladsen under hele festivalen. Der har i øvrigt på intet tidspunkt været brug for politiets indgriben de tidligere gange Copenhagen Mela har været afviklet.

Mange har gjort det til en familieudflugt - ofte kommer der tre generationer samlet. Derfor er der også indrettet et legeområde med bl.a. en stor hoppeborg, hvor forældre kan lade deres børn lege under opsyn af 5 pædagoguddannede vagter. Der er selvfølgelig også puslefaciliteter og både almindelige og handicapvenlige toiletter på pladsen.

Tilskuerantallet har da også udviklet sig markant siden starten i 2015 - ikke mindst fordi mange etniske danskere synes det er en spændende festival at deltage i. Desværre bevirkede corona pandemien, at festivalen ikke blev gennemført i 2020 og 2021, så tilskuerantallet her i 2023 var ikke på helt samme niveau som Mela festivallerne i 2017 og 2018, men forventningerne til festivalen i 2024 er, at der vil man igen være oppe på mellem 15.000 og 20.000 deltagere. Fra tidligere år ved vi, at Copenhagen Mela rent faktisk tiltrækker folk fra både Norge, Sverige, Tyskland og England.

Markedsføringen af Copenhagen Mela varetages i vid udstrækning af frivillige som mestrer alt omkring de sociale media, men der er også brug for betalt kommunikation gennem både nationale og regionale medier samt en målrettet PR-indsats op til festivalen.

Musikprogrammet for Copenhagen Mela 2024 kendes selvfølgelig ikke endnu, men der satses bl.a. på navne som: Rahat Fateh Ali Khan, Rocqawali, Arooj Aftab, Outlandish, Burhan G og Michael Falch (det er bare eksempler).

Links:

<https://www.facebook.com/copenhagenmela>

<https://www.facebook.com/copenhagenmela/photos>

<https://cphmela2023.eventify.com/>



Til Kultur- og Fritidsudvalget

# Ansøgning om videreførelse af støtte til Copenhagen Pride i 2025-2027

Som Københavns største festival og Danmarks største årlige menneskerettighedsfejring betyder det, at vi involverer alle borgere i byen og når ud til et meget bredt publikum. På den måde støtter vi direkte Københavns bestræbelser på at være en mangfoldig by. Vores mål om at arbejde for en verden, hvor alle kan leve og elske frit og sikkert, er således i direkte overensstemmelse med byens eget mål.

Samtidig dækker vores event over alle prioriteter i den nye Kultur- og Fritidspolitik, da vi gennem stærke, lokale samarbejder med institutioner og foreninger skaber events for fællesskabet og for byen, imens vi finder og skaber rum til byens talenter indenfor en lang række områder.

Copenhagen Pride har modtaget tilskud fra Københavns Kommune, senest på en treårig tilskudsaftale på 1,25 mio. kr. pr. år i perioden 2022-2024. **Copenhagen Pride ansøger udvalget om et tilskud på 1,8 mio. kr. pr. år fra 2025 - 2027.** Se det vedhæftede budget.

## Københavnske tytænkende kvalitetsevents

Vi er stolte af år efter år at levere Pride-arrangementer, der er originale, tankevækkende, spændende, udfordrende og af høj kvalitet. Copenhagen Pride introducerer ofte nye ideer i mindre skala for at se, hvordan de bliver modtaget, og for at få feedback, før de implementeres i større skala ved efterfølgende events. Vi er ikke bange for at eksperimentere og innovere. Vi har f.eks. i 2022 introduceret Pride Art som en ny event, der tiltrak 10.000 publikummer i 2023. I 2025-2027 vil vi:

- Fortsætte med at levere Skandinaviens største gratis Pride-event årligt i august
- Endnu engang levere Danmarks største årlige menneskerettighedsevent
- Levere Københavns største gratis årlige begivenhed
- Have det største menneskerettighedsprogram af alle prides i verden
- Afvikle Europas mest omfattende Winter Pride-program årligt i februar
- Afholde vores nye WorkProud-konference årligt i februar
- Markere IDAHOBIT (International dag mod homofobi, transfobi og bifobi) i maj
- Deltage i Folkemødet i juni
- Have vores nye event 'Pride Cruise' i uge 37

Copenhagen Pride  
Farvergade 2, st.  
1463 København K  
CVR 26121000



- Afvikle Ungdoms- og familie, og højtids-arrangementer hele året
- Have månedlige fællesskab -events geografisk spredt i byen
- Og meget, meget mere

Desuden vil vi udvide vores arrangementer yderligere, når vi i 2026 markerer 30-året for Copenhagen Pride, som startede som en del af, at København var Europæisk Kulturhovedstad, hvor der afholdtes EuroPride. Vi vil reflektere over, hvor langt vi er kommet siden vi var værter for EuroPride i 1996 og til nu, samt naturligvis inkludere vores betydningsfulde WorldPride-år i 2021. Vores relevans og betydning for byen og københavnernes vil være tydelig at se, såvel som refleksionen over, hvor langt der stadig er på nogle områder selv her i København, hvor vi kan se fra vores omfattende rapport fra sidste år, at hadforbrydelser og diskrimination i nattelivet stadig er et umådeligt stort problem. Vi vil også vise, hvordan Copenhagen Pride er blevet en fast og integreret del af København for alle.

Gennem vores tema hvert år og den måde, det anvendes på under både Sommer Pride og Winter Pride, vil vi udfordre status quo og det nysgerrige sind, inspirere København til at deltage og bringe temaet til live med kunst, kultur, musik og performance, og vi vil lykkes med at være den eneste festival, der bygger bro mellem kunst, kultur, menneskerettigheder og politik.

Vi har et stærkt fokus på at fastholde den klare københavneridentitet i Copenhagen Pride og på at sikre, at vores fokus på inklusion mærkes af alle deltagere. Og Copenhagen Pride er umiskendeligt København, og ikke kun fordi vores hovedbegivenhed lyser op i skyggen af Rådhuset - vi legemliggør byens ry for at være imødekommende, omsorgsfuld, interessant og interesseret.

Vi arbejder kontinuerligt med strategier for en mere mangfoldig repræsentation og har i mange år haft et flertal af kunstnere og performere i vores programmer, som ikke er heteroseksuelle, hvide cis-mænd, dog ikke betydende at nogle ikke er velkomne på vores scener. Vi udvider stadig dette som et udstillingsvindue, som andre kan lære af. Vi viser alt fra moderne, unge, upcoming kunstnere til Birthe Kjær, og det er hvad Copenhagen Pride er - mangfoldighed.

Forbes Magazine beskrev i 2023 Copenhagen Pride som "ikonisk", og vi bliver ofte nævnt som en af de mest populære Prides for LGBTI+-turister. Vores mangfoldige og eklektiske program med høje etiske og produktionsmæssige værdier - for ikke at nævne vores bys ry for at være åben og imødekommende - sikrer os en plads på den globale Pride-rangliste.



## **Samarbejde og aktiveringer**

I Copenhagen Pride samarbejder vi med mere end 20 kulturpartnere, herunder Glyptoteket, Empire Bio, Nationalmuseet og Det Kongelige Teater. Inden for LGBTI+-miljøet samarbejder vi med alle LGBTI+-organisationer i og omkring København og de fleste på landsplan. Vi samarbejder også med Fluid Festival og Pan Idræt's Sports Village, og fastholder selvfølgelig vores gode samarbejde med LGBT+ Danmark, LGBT Asylum, Sabaah, FSTB, SLM København, AIDS-Fondet og alle de andre mange københavnske foreninger.

Vi samarbejder derudover med en lang række NGO'er på tværs af mange områder i samfundet, f.eks. Amnesty International, Sex&Samfund, PlanBørnefonden, Børnetelefonen og mange andre, eksempelvis QueerTune, som planlægger at bringe den skandinaviske korfestival til København i 2025.

Derudover, samarbejder vi tæt med vores 50+ kommercielle partnere om LGBTI+-rettigheder på arbejdsmarkedet.

## **Udvikling og innovation**

Gennem mange år har vi vist vores konstante ønske om innovation og om at gå forrest. Den grønnere parade, flytning af merchproduktion til Europa, have-stemning bagerst på Rådhuspladsen,, ekstra scene på Pride Square, Pride Art, etisk politik, Solsikkesnoren, og meget mere.

For konstant at udvikle og innovere på vores event og organisation har vi en lang række tiltag:

- Områdeledere (frivillige) og sekretariatet (ansatte) har et årligt budget til personlig og faglig udvikling.
- Copenhagen Pride har en fuldt udviklet metode til evaluering og indsamling af feedback efter hver Pride. Dette bruges til at udvikle organisationen og vores arbejdsmetoder og bidrager til vores årlige planlægningsproces.
- Vores økonomiske model udvikler sig hvert år med nye partnere, der kommer til hvert år.
- Under Winter Pride 2024 oprettede Copenhagen Pride Sammenslutningen af Prides i Færøerne, Grønland og Danmark, som vil mødes tre gange om året (en gang i København, to gange andre steder i Danmark) for at udvikle og promovere Pride i hele landet.
- Copenhagen Pride er medlem af både European Pride Organisers Association og InterPride, og vores sekretariatschef er bestyrelsesmedlem i begge. Det giver Copenhagen Pride en enestående position til at støtte og påvirke på internationalt plan.
- I 2016 tog Copenhagen Pride initiativ til det årlige Nordic Pride Meeting, som stadig afholdes hvert år i februar/marts og inkluderer Prides fra hele Norden. I



2025 er Tórshavn vært, og Copenhagen Pride støtter deres planlægning af konferencen.

- Samt meget mere.

## **Bæredygtighed**

Bæredygtighed står øverst på Copenhagen Prides dagsorden. I 2022 satte vi et langsigtet strategisk mål om at reducere vores CO<sub>2</sub>-fodaftryk, og i 2023 engagerede vi Nordic Sustainability til at måle og vurdere vores CO<sub>2</sub>-påvirkning, samt komme med anbefalinger til at reducere den yderligere. Vi vil på baggrund af dette offentliggøre en bæredygtighedsstrategi for 2025-2030 inden udgangen af 2024. Den vil indeholde klare og målbare mål for fremtidige bæredygtigheds mål og yderligere reduktioner i vores CO<sub>2</sub>-udledning. Dette vil blive gjort fuldt offentligt, og vi vil dele årlige rapporter for at vise vores fremskridt. Vi ønsker at gå forrest som en af verdens grønneste LGBTI+-organisationer.

Vi er og vil fortsætte med at være ambitiøse og i front på bæredygtighedsområdet. Eksempelvis var vi den første store begivenhed, der skiftede til genanvendelige kopper tilbage i 2019, vi har flyttet produktionen af merchandise fra Kina til Europa, og i 2023 blev Copenhagen Pride den første Pride i verden, der skiftede til en fuld elektrisk parade og fjernede alle benzin- og dieselmotorer. Det tiltrak global medieopmærksomhed og styrkede Københavns og Copenhagen Prides omdømme som pionerer inden for bæredygtighed. Fra 2024 forpligter vi os desuden også til at have fjernet alle dieselgeneratorer fra vores events.

## **Mangfoldighed, ligestilling og lige adgang**

Mangfoldighed er naturligvis kernen i alt, hvad Copenhagen Pride gør. Vi beskæftiger os selvfølgelig primært med LGBTI+-målgruppen, men også med krydsninger inden for vores miljø for at sikre, at vi tager højde for de medlemmer af miljøet, der er LGBTI+ og lever med et handicap, eller LGBTI+ og flygtning, eller LGBTI+ og neurodiverse, for eksempel.

- Vi arrangerer en gennemgang af paraderuten på forhånd for at give mennesker med neuro-diversitet mulighed for at forberede sig.
- Vi stræber efter fuld tilgængelighed på alle spillesteder
- Vi arbejder på at udvide tegnsprogstolkningen til et fuldt tolket program.
- I 2022 blev vi den første Pride i verden til at indføre Hidden Disabilities Sunflower-ordningen, og vi har afholdt workshops for andre organisationer og Prides, som siden har indført ordningen i hele verden.
- I 2024 vil vi for første gang inkludere et stilleområde i paraden for dem, der har brug for en mere stille paradeoplevelse med mindre støj og forstyrrelser omkring dem.





- Vi har også omklædningsfaciliteter til gæster, der ikke er kønskonforme, og gæster fra fetich-scenen for at sikre fuld deltagelse OG en sikker transport til og fra vores arrangementer.
- I 2024/2025 vil vi desuden rekruttere en områdeansvarlig for inklusion til at arbejde hen imod endnu bedre inklusion af alle mennesker i Copenhagen Pride. Eksempelvis til at rumme flere ældre.

Vi har 75% ikke-mandlige ansatte og arbejder på at sikre muligheder for alle køn. I vores gruppe af frivillige oplever vi en enorm mangfoldighed, og når vi rekrutterer til stillinger, opfordrer vi personer af alle køn til at søge, og vi er stolte over at se, at dette fokus har materialiseret sig i en enormt mangfoldig gruppe af frivillige, områdeledere og bestyrelse.

Vi arbejder konstant på at sikre bedre og større inklusion af minoriteter og udfordrede grupper i vores festival og arbejder bevidst med intersektionelle perspektiver som seksuel orientering, køn, kønsidentitet, kønsudtryk, kropsbillede, etnicitet, religion, alder, socioøkonomisk baggrund og meget mere for at sikre sikker og lige deltagelse for flest mulige..

Copenhagen Pride hæver barren for, hvordan vi skaber kulturelle og fælles oplevelser for alle byens borgere og sætter et eksempel på, hvordan man selv i meget store events kan prioritere respekten for medmennesker og medborgere i byen i planlægningen og skabe tryggere deltagelsesrum for sårbare og minoriserede mennesker.

Vi har hele tiden for øje, at en stor event som vores skal tage alle mulige hensyn og generelt forsøge at genere byen så lidt som muligt, når vi indtager den med vores aktiviteter. Det føler vi, at vi gør, for vi modtager ikke klager fra borgerne og har ikke gjort det i årevis. Tværtimod nyder Copenhagen Pride Week godt af positiv omtale og generel opbakning til det, vi gør.

Copenhagen Pride er blevet en del af byens DNA, og det er på den baggrund, at

***Copenhagen Pride ansøger Kultur- og Fritidsudvalget om et tilskud på 1,8 mio. kr. pr. år fra 2025 - 2027***



## 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: Copenhagen Pride</b>
<b>CVR: 26121000</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Copenhagen Pride</b>

<b>Projektperiode: 2025 ud af perioden 2025-2027 (der ansøges om samme beløb hvert år: 1.800.000,-)</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> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	1.800.000	1.295.000	Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )	0		
a) Fonde	500.000	400.000	
b) Sponsorater	8.800.000	8.300.000	
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	80.000	70.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Barindtægter	2.200.000	2.100.000	
b) Merchandise	1.800.000	1.500.000	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>15.180.000</b>	<b>13.665.000</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>
Personaleomkostninger inkl. sponsorudgifter	3.320.000	3.030.000
Arrangementsudgifter	10.000.000	8.995.000
Rejser og repræsentation	150.000	110.000



Administrationsudgifter	1.200.000	1.025.500
Renteudgifter	10.000	9.500
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>14.710.000</b>	<b>13.170.000</b>

<b>RESULTAT</b>	<b>500.000</b>	<b>495.000</b>
-----------------	----------------	----------------

**Kommentarer/forbehold:**

Ovenstående afspejler et år (regnskabsåret 2025). Der kalkuleres med et overskud i 2024-2027 for at genopbygge den egenkapital, som forsvandt i 2023 i forbindelse med blandt andet vejrudfordringer og deraf manglende barsalg. Det er nødvendigt, at Copenhagen Pride har en vis egenkapital, da vi er afhængige af godt vejr og deraf barsalg for at kunne eksekvere eventet. Derfor skal der være egenkapital til at kunne klare et dårligt år.

Bevillingerne fra Københavns Kommune anvendes på følgende måde årligt:

<b>Indtægter:</b>	
Tilskud fra Københavns Kommune	1.800.000
<b>I ALT</b>	<b>1.800.000</b>
<b>Udgifter:</b>	
Personaleomkostninger	1.670.000
Husleje (sekretariat)	90.000
Udviklingsprogram for events, frivillige og sekretariat, herunder involvering af andre organisationer i programmet	40.000
<b>I ALT</b>	<b>1.800.000</b>
<b>RESULTAT FOR TILSKUD FRA KK</b>	<b>0</b>

# FLUID FESTIVAL

CELEBRATING  
WOMEN,  
GENDERQUEER  
AND NON-BINARY IDENTITIES

FLUID FESTIVAL  
WOMEN,  
GENDERQUEER  
AND NON-BINARY IDENTITIES  
ØL | Bayeur Pilsener, 55,-  
Saltstroff IPA, 60,-  
0.5L VIL  
VAND | 20,- SODA

ANSØGNING 2025-27



## FORENINGEN FLUID FESTIVAL OF COPENHAGEN

Foreningen FLUID FESTIVAL OF COPENHAGEN er en **organisatorisk og økonomisk selvstændig frivilligforening**, der har til formål at styrke og hylde kvinder, non-binære og gender queers, modvirke fordomme og kæmpe for alles ret til at stå i verden, som den, man er.

Foreningens primære aktivitet er afholdelsen af Fluid Festival, der finder sted hvert år i august, når Københavns markerer sit engagement i og arbejde for mangfoldighed, inklusion og rettigheder for alle LGBTQ-personer.

Fluid Festival er en del af den store internationale Pride-bevægelse og **den eneste festival i verden, der har en 100% repræsentation af kvinder, non-binære og gender queers** på scenen. På få år har festivalen etableret sig som en fast del af de tilbagevendende københavnske kulturbegivenheder og en anerkendt debatscene og musikfestival for de mange tusinde gæster, der hvert år deltager i den fælles regnbuefarvede mangfoldighedsfest.

**Der søges hermed Københavns Kommune om økonomisk støtte for perioden 2025-27. I alt kr. 2.700.000**

## FLUIDS PLADS I VERDEN

**Ulige kønsbalance i kunst- og kulturlivet** i Danmark er veldokumenteret. Den samlede kulturverden – fra politikere til faglige organisationer og analyseinstitutter – tydeliggør det gang på gang, og alligevel sker der kun meget små fremskridt.

I 2023 udgav Kvininfo en stor undersøgelse om kønnets betydning for udøvende og skabende kunstnere, hvor det dokumenteres, at **kvindelige og ikke-ciskønnede oplever en udbredt og mangefacetteret forskelsbehandling**, som begrænser deres muligheder for at gøre karriere. Samme år havde en større musikfestival i Hovedstadsregionen blot 21,4% kvinder på scenen. Begrundelsen lød, at "Der ikke er så mange kvindelige headliners i det danske musikmarked." På den samtidige mangfoldighedsfest i København var under 30% af de optrædende bands og DJs på Rådhuspladsen kvinder eller non-binære i lead.

I modsætning hertil præsenterede Fluid Festival i 2023 et musikprogram med over 20 store livekoncerter og DJs med 100% kvinder og non-binære i lead på hvert eneste set og tiltrak over 4 dage +20.000 begejstrede gæster.

Det er svært ikke at tolke den fortsat generelle misrepræsentation i den danske musik- og festivalbranche som andet end et udtryk for manglende fokus og vilje.

En balanceret repræsentation i kulturlivet omfatter også arbejdet bag og rundt om scenen. På blot 4 år har Fluid Festival opbygget et team, så vi med stolthed kan sige, at såvel festivalledelse, produktionsledelse, backstagehosts, stagehosts, F&B-ansvarlige, frivilligledelse og kommunikation udgøres af professionelle kvinder, non-binære og queers.

Fluid Festivals dagsorden musik, film og talkprogram vækker opmærksomhed rundt om i verden. Fra bl.a. fra den internationale pridescene kommer der henvendelser -- fra Stockholm til Sydney -- med ønsker om samarbejde og håb om, at en lignende festival kan blive virkelighed i deres by.

Kontinuerlig og fokuseret synlighed af Fluid Festivals dagsorden: *a Celebration of LGBTQ women, Genderqueers & Non-Binary* er afgørende, hvis kønsbalancen skal ændres.

Med en flerårig støtte fra Festivalpuljen vil Fluid Festival kunne fortsætte med at bidrage til en balanceret repræsentation og hvert år **invitere alle med til regnbuefest og utvetydig hyldest** af LGBTQ-kvinder, gender-queers og nonbinære.

I 37 år – fra 1985 til 2022 – var der ingen dansk kvindelig musiker, der åbnede Orange Scene på Roskilde Festival.

## FLUIDS PLADS I BYEN

Fluid Festival har hjemme på Frue Plads, midt i Københavns ældste bydel. Det er en prioritet, at festivalen indrettes som **en åben, imødekommende og æstetisk plads i harmoni med omgivelserne**, der på den ene side udgøres af Københavns Domkirke og på den anden af Københavns Universitets hovedbygning. Brosten, gadelamper, buste, statuer og ikoniske bygninger som Bispegården på Nørregade og Metropolitanskolen på Fiolstræde, indgår i en planlægning, der kan rumme både regnbuefarver og høj æstetik.

Da Fluid Festival i 2023 flyttede fra Gl. Strand til Frue Plads etableredes hurtigt et **tæt samarbejde** med **præster** og andre medarbejdere fra **Domkirken**, med ansatte ved **Københavns Universitet** og med kvarterets **restauratører** og **forretningsdrivende**. Samarbejdet udvikles i takt med, at parterne lærer hinanden at kende og opdager flere muligheder, der gavner alle.

Vor Frue Kirke ønsker helhjertet at være en del af mangfoldighedsfesten og stiller generøst **kirkens ikoniske** tårn til rådighed for **Fluid Festivals smukke vartegn, lysinstallationen Eternal Sundown**, der fra toppen af Københavns Domkirke sender sit regnbuefarvede lys ud over byen.

På det praktiske plan låner kirken os gården bag Metropolitanskolen til bl.a. drikkevarelager og backstageområde for musikerne.

Også biskoppen har været yderst imødekommende ved at tillade vores fotograf, Tine Harden, adgang til hans private bolig i Bispegården, hvorfra der er udsigt over festivalen i hele dens længde. Resultatet kan ses af flere billeder i nærværende ansøgning.

Københavns Universitet stiller ligeledes deres gårde – Lindegården og Materielgården – til rådighed. Den ikoniske trappe op til universitets hovedindgang inddrages allerede som publikumsområde til Fluid Festivals daglige Talk- og Debatprogram.

I opbygningsdagene er det de lokale sandwichbarer og pizzeriaer, der **leverer mad til de mange håndværkere og frivillige**, og under afviklingen bespiser omkringliggende restauranter efter aftale festivalens optrædende.

I god tid inden festivalen opsøger vi personligt områdets forretninger, cafeer og kontorer, så der kan tages højde for f.eks. varelevering og renovation. Samtidig informerer vi gennem opslag ved samtlige beboelsesejendomme om tidsrammerne for koncerter og eventuelle trafikale belastninger i festivaldagene.

Målet med alle initiativer og aftaler er, at Fluid Festival af lokalmiljøet ikke opfattes som et fremmed væsen, der hvert år i en uge hensynsløst larmer og sviner, men er en del af områdets puls, årshjul og kulturelle attraktioner.

Vi kan med stor glæde konstatere, at Teknik- og Miljøforvaltningen i 2023 **ikke fik én eneste klage over festivalen** og at repræsentanter fra Indre Bys Lokaludvalg, som flere gange besøgte festivalen, roste indretningen på Frue Plads.

## SAMARBEJDER

Det er en del af Fluid Festivals grundholdning at etablere **værdibårne og ikke-kommercielle partnerskaber**, og for hvert år udvides kredsen, der indbefatter både LGBTQ-organisationer, musikagenturer, festivaler og kulturagenter.

Helt praktisk samarbejder vi med **Københavns Kunsthåndværkermarked**, som tidsmæssigt overlapper Fluid Festival på Frue Plads. Det giver god mening for begge parter, at vi låner parasoller, blomsterkasser o.l. af hinanden. Det sparer tid, kræfter, penge og tung lastbiltrafik til og fra pladsen.

Sammen med den store gastronomiske københavnerbegivenhed **Copenhagen Cooking**, der finder sted samtidig med Fluid Festival, inviterer vi til inkluderende Pride Brunch på Frue Plads lørdag formiddag, hvor den lokale cafe Seks Bakery&Eatery står for bispisningen.

På indholdssiden samarbejder vi bl.a. med **OUKU** – Queer Union of Københavns Universitet – og **MIX CPH** om festivalens Open Air Bio med 'Godnatfilmfestival' og ungdomsprogram.

Det mest omfattende samarbejde har vi med **Pan Idræt, der er Danmarks største LGBTQ medlemsorganisation**. Samtidig med Fluid Festival afholder Pan Idræt et stort 3-dages sports-event på nabopladsen Dyrkøb. Her mødes byen til fodboldturneringer, høvdingebold, Pride Run gennem byen og fællesdans på Nørregade. Efter alle de sportslige aktiviteter fortsætter deltagerne det gode fællesskabende samvær på Fluid Festival.

## SIKKERHED

Rigspolitiets seneste rapport viser, at **hadforbrydelser mod LGBTQ-personer i Danmark er stigende**.

Til trods for, at København blandt turismeorganisationer regnes som en af verdens mest LGBTQ-positive byer, modtager politiet hvert år anmeldelser om vold og trusler rettet mod denne gruppe, også under Pride-ugen.

Fluid Festival samarbejder med Københavns Politi, og både professionelle dag- og nattevagter og de mange frivillige er pladsens vågne øjne og ører. Men vi tilskriver det først og fremmest den særlige inkluderende stemning, at Københavns Politi og festivalens egne sikkerhedsfolk i 2023 kunne konstatere, at **Fluid Festival for 3. år i træk blev afviklet uden en eneste episode** med chikane eller voldelige optrin. Fluid Festival vil også i årene fremover være et *Safer Space* i byen, hvor alle er velkomne og alle kan føle sig trygge.



## FLUIDS PRIDE

### MUSIKSCENEN

Musikscenen er et anker på Fluid Festival, hvorfra der hvert år præsenteres over **20 store livekoncerter og DJs med 100% kvinder og non-binære i lead** på hvert eneste set. Som i alt andet vægtes diversitet i både genrer, stil og udtryk og også i årene frem fastholdes linjen med rockkoncerter, pop/techno, R&B, folk og funk til det mere klassiske. I programlægningen tages højde for, at Fluid Festivals publikumssegment spænder meget vidt og at mange uanset køn og alder støtter op om kampen for større repræsentation af kvinder, non-binære og gender queers i musikbranchen.

Fluid Festival ønsker at give plads til nye up-and-coming musikere. Derfor er bookingstrategien, at max 50% af de store koncertnavne er gengangere og at de øvrige er nye.

### TALK OG DEBATSCENEN

Centralt i Fluid Festivals program står det politiske talk- og debatprogram med deltagelse af danske, skandinaviske og internationale stemmer. Programmet giver **aktuelle vinkler på kvindepolitiske temaer** med plads til livserfaringer, nysgerrighed og dialog.

Emnerne er bl.a. arbejdsmarked, familieforhold, kønsidentitet, kønsudtryk og repræsentation i kunst- og kulturliv. De senere år har koloniseringspolitik haft en særlig plads i programmet, hvilket udvikles yderligere i årene frem. Interessen for debatterne er så stor, at programmet fremover udvides med dobbelt så mange indslag over tre eftermiddage.

### FILMFESTIVAL

Med filmfestivalerne sættes LGBTQ-film ind i en ny kontekst, hvor både miljøet selv og de, der ellers ikke ville opsøge den type film, kan gå på opdagelse i den visuelle verden. Filmene udvælges i samarbejde med MIX-CPH og komplimenterer festivalens fokus med både fiktion og dokumentarer.

Godnatfilm-festivalen følger et fast koncept: Når musikscenen lukker, åbner en stemningsfuld udendørs biograf med storlærred og earphones, hvor **alle i fællesskab kan afslutte Pride-dagen med en god filmoplevelse.**

Det særskilte ungdomsprogram vises om eftermiddagen samtidig med festivallens debat- og talkprogram. Filmene afvikles af en filmkyndig LGBTQ vært, der efterfølgende åbner for en samtale om de spørgsmål, der måtte være opstået hos publikum.

Overalt i verden, hvor det er muligt, er Fluid Festivals dagsorden i rivende udvikling: Kvinder, non-binære og gender-queers ønsker og kræver videre rammer til at kunne udtrykke sig frit – ikke mindst i forhold til kønsidentitet, kønsudtryk og kærlighedsorientering.

## FRIVILLIGE

I 'Fluid Family of Volunteers' mødes ca. 150 **mennesker af alle aldre, køn, nationaliteter og fagligheder**. De servicerer i barerne, samler genbrugskrus, vander planter, holder pladsen ryddelig til langt ud på natten – og er ganske enkelt uundværlige. I Frivillig-hub'en – en campingvogn af ældre model – skabes der med **græsplæne, picnicmøbler og kaffemaskine** den hyggeligste ramme for både frivillige og besøgende. Den er festivalens infostand, 'lost and found' og samlingspunkt – og en medvirkende årsag til, at mange frivillige vender tilbage år efter år.

## PR/MARKEDSFØRING

PR- marketingstrategien for Fluid Festival er at skabe synlighed omkring LGBTQ+ dagsordener generelt og festivalens programmer specifikt. Fluid Festival har siden 2021 opbygget **et stærkt nationalt og internationalt brand** som en førende musikscene for kvinder, non-binære og gender queers, og en markant platform for debatter, talks, kunst og film med fokus på underrepræsentation og uudnyttet styrke og mod.

Festivalens program og unikke plads i verden kommunikerer på egne platforme og gennem en vifte af relevante SoMe-netværk i Danmark og udlandet.

Udover promovning af de enkelte programpunkter og optrædende, vil der fremover lægges vægt på, *hvorfor* Fluid Festivals program er vigtigt og banebrydende, og hvorfor så mange mennesker bakker op om den. Derfor opgraderes presseindsatsen overfor medier, som er interesserede i at formidle Fluid Festivals tydelige fokus, dagsorden og ambition.

## BÆREDYGTIGHED

Fluid Festival arbejder kontinuerligt med konkrete tiltag, der bringer festivalen nærmere ambitionen om at være en bæredygtig by-festival midt i København.

- Bannere og t-shirt til frivillige og crew trykkes altid uden årstal, så de kan genbruges år efter år.
- **Der hverken importeres, sælges eller produceres merchandise** eller trykte programmer.
- Møbler og andet materiel opbevares og genanvendes – og der anskaffes kun ganske lidt nyt hvert år.
- Barerne har et bredt sortiment af drikkevarer med og uden alkohol, leveret af lokale, kvalitetsbevidste og økologiske producenter. I de udvalgte Food Trucks bruges økologiske råvarer og der er altid vegetariske og veganske tilbud.
- Drikkevarer serveres i vaskbare krus og hvert år øges antallet af indsamlede krus, så **spildet alene i 2023 faldt med 25%**, ved bedre information og nudging. Det er en indsats, der gøres bedre år for år.
- Med uhindret adgang for kørestolsbrugere understøttes **SDG-målet 'Leave No-One Behind'**.



## ORGANISATIONEN

Foreningen **FLUID FESTIVAL OF COPENHAGEN** er en organisatorisk og økonomisk selvstændig forening med det formål at styrke og hylde kvinder, non-binære og gender queers.

En hyldest til mangfoldighed og inklusion må aldrig være forbeholdt de få. Derfor er der ikke hegn omkring Fluid Festival og intet salg af billetter eller 'armbånd'. På Fluid Festival er der lige adgang for alle til en åben og gratis fællesskabende københavnsk manifestation af den mangfoldige kærlighed.

Fluid Festivals økonomi oppebæres gennem Københavns Kommune, det offentlige og private fonde, erhvervssamarbejder og gennem salg af drikkevarer fra egne barer.

Festivalledelsen består af:

Janne Juul, Dramaturg, fundraiser og direktør for Fluid Festival  
Eva Bøggild, Journalist, projektleder og direktør Fluid 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 Fluid Festival of Copenhagen</b>
<b>CVR: 42677787</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Fluid Festival: A Celebration of Women, Genderqueers &amp; Non-Binary identities</b>

<b>Projektperiode:</b> <i>01.01.2025 – 31.12. 2027</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	900.000	300.000	
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) Private fonde	850.000	1.095.000	
b) Arrangementspuljen	60.000	80.000	
c)			
Honorarer	0		
Billetindtægter	0		
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Erhvervsponsorater	450.000	450.000	
b) Salg i bar	300.000	250.000	
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>2.560.000</b>	<b>2.175.000</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	930.000	930.000
Rejseudgifter og hotel for udenlandske kunstnere	36.000	
Produktion og teknikere	365.000	365.000

Konsulentudgifter		
Materialeudgifter		
Transportudgifter	9.000	6.000
Opholdsudgifter		
Forplejning hands og crew	28.000	28.000
Fortæring, herunder møder		
Diverse repræsentation	10.000	5.000
PR og markedsføring	65.000	45.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	36.000	24.000
Revisionshonorar	50.000	30.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Frivilligindsats	172.000	172.000
b) Forsikringer og sikkerhedsplaner	110.000	110.000
c) Sceneopbyg, lys & lyd, interiør	400.000	280.000
d) Toiletvogne, hegn, produktionstrailere mv	125.000	120.000
e) Vejsikringer og renovation	60.000	60.000
f) Security	165.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>2.560.000</b>	<b>2.175.000</b>

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

**Kommentarer/forbehold:**

Der søges for en 3-årig periode 2025 - 2027 a 900.000 per år. I alt 2.700.000 kr.



# Ansøgning Golden Days 2025–2027

Store Kongensgade 40, 4. sal  
1264 København K

Svante Lindeburg  
svante@goldendays.dk

CVR-nr. 32776191  
Fuldt momsregistreret

## DET NATURLIGE SAMLINGSPUNKT

*Golden Days skaber store øjeblikke og nye fællesskaber med kulturhistorien som indgangsvinkel. Festivalen er et samlingspunkt i Københavns kulturliv og inviterer borgere og besøgende til at opleve byens kulturliv på nye måder. Golden Days vil i 2025-2027 skabe markante kunstneriske oplevelser i byrummet, øge adgangen til kulturelle oplevelser for en større del af københavnernes, være udviklingsmotor for byens kulturinstitutioner og sikre sammenhængskraften i det københavnske kulturliv.*

Golden Days er landets største kulturhistoriske festival og en institution i det københavnske kulturliv, der skaber stor værdi for både publikum og samarbejdspartnere. Festivalen er et naturligt mødested for kultur- og videbegærlige borgere på tværs af alder, demografi og interesser, der hvert år inviteres til en festival med mere end 200 arrangementer på programmet. Arrangementerne skabes i samarbejde med 120-150 partnere – fra Københavns største statslige kulturinstitutioner til de nyeste stjerneskud og vækstlagsscener. Med sin netværkskarakter er festivalen en platform, hvor kulturaktører og institutioner sammen står bag en festival, hvis samlede program overstiger, hvad aktørerne kan skabe på egen hånd.

Festivalen udvikles hvert år med udgangspunkt i et nyt kulturhistorisk emne, der både styrker interessen for historiens iboende fascinationskraft og forbinder den med en nuanceret forståelse af samtiden og en idérig tænkning om fremtiden. 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 i den imponerende publikumstilfredshed og den solide opbakning fra både borgere og branche.

Golden Days udgør dermed et innovativt knudepunkt 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 – hvorfor vi ofte bliver en rådgivende sparingspartner for nye og tidligere samarbejdspartnere.

### **2025-2027: Voksende fællesskaber med kulturhistorien som indgangsvinkel**

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.

Derudover arbejder vi med en række kriterier, der skal sikre festivalens fortsatte udvikling, synlighed og tilgængelighed – også for borgere, der normalt ikke er storforbrugere af byens kulturelle tilbud. Dette omfatter bl.a. en ambition om at producere større, folkelige arrangementer og kunstneriske signaturprojekter i byrummet, som vi siden 2022 har haft stor succes med, samt at bruge de skiftende temaer hvert år til at sætte agendaen i den brede offentlighed, tiltrække nye typer af partnere og sikre en fortsat geografisk spredning af festivalen.

I 2025 afvikles Golden Days fra 1.-17. september. Under titlen 'POP! – en festival om populærkultur, populisme og forførelsens anatomi' går vi på tværs af tid og sted for at finde 'det populære' dna og undersøger folkeforførelsens mange former – i kulturen og politikken, i kunsten og i videnskaben. Festivalen byder på en unik kombination af ny viden, klassisk dannelse, originale oplevelsesformater og moderne historiefortælling, når vi præsenterer mere end 200 arrangementer i København i samarbejde med 120-150 partnere. Det samlede publikumstal på festivalen ligger årligt på 60.000 deltagere på tværs af billetindløsende festivalgæster og publikum til festivalens offentligt tilgængelige gratis arrangementer. I løbet af 2022-2024, hvor Golden Days modtog den seneste tre-årige bevilling fra Københavns Kommune, har publikumstallet nået nye højder med omfattende signaturprojekter i byrummet, der i 2022 betød 525.000 gæster til byrumudstillingen '50 QUEENS', mens festivalen i 2023 havde 83.000 besøgende til signaturudstillingen 'Kornmark på Nikolaj Plads'.

Ved at støtte Golden Days i 2025-2027 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 5 mio. kr.

## FOKUSOMRÅDER OG SUCCESKRITERIER

Golden Days vil i de kommende tre år fortsætte den rivende udvikling, der de seneste år er kulmineret i et langt større publikum, agendasættende dagsordener og bredere samarbejder med nye typer samarbejdspartnere. Her udfoldes de ambitioner og strategiske målsætninger, festivalen vil arbejde med de kommende tre år.

Golden Days arbejder for at skabe bred og blivende værdi på tværs af kulturlivet og for byens borgere. Vi arbejder på tværs af fagligheder og bydele – og aldrig alene. Vores projekter skabes i netværk og partnerskaber med fokus på kollektiv nytænkning.

### Festivalens indsatsområder i 2025-2027 er:

- **Nye fællesskaber.** Festivalen opdyrker og stimulerer fællesskaber omkring kultur og historie for en bred målgruppe – fra store, folkelige kulturoplevelser i de københavnske byrum for de mange til kvalitetsformidling af nicherne og det eksperimenterende.
- **Opløsning af barrierer og nye indgange til kulturhistorien.** Festivalen øger tilgængeligheden til kulturoplevelser og historieformidling for dem, der ikke ellers opsøger den. Vi flytter kulturformidlingen ud i byrummet med store, tilgængelige arrangementer og udstillinger og 50% gratis arrangementer i programmet.
- **Løftestang for talent og udvikling.** Golden Days skaber et udviklingsrum for over 120 af Københavns kulturaktører og -institutioner og insisterer på at gøre plads til de nye talenter og videregive økonomiske midler, der kommer vækstlaget til gode.
- **Sammenhængskraft på tværs af byen.** Festivalen udfolder sig over hele Storkøbenhavn samt omegnskommunerne, forbinder byens kulturliv på tværs af bydele og styrker sammenhængskraften mellem Københavns kulturinstitutioner, foreninger og erhvervsliv.

### Kvalitet og originalitet: Tårnhøj publikumstilfredshed og prisvindende kreativitet

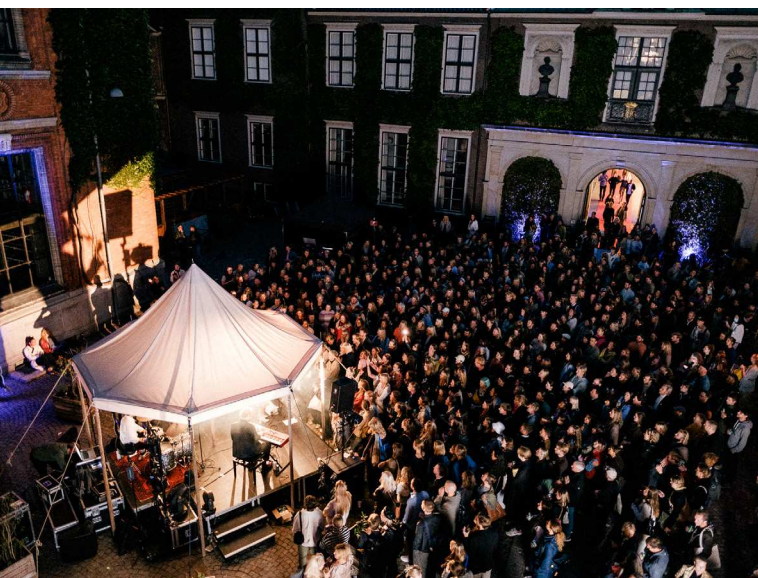
Golden Days skaber et nærværende, underholdende og horisontudvidende festivalprogram til et bredt publikum. Gennem nytænkende formater, der sætter kulturhistori-

en i spil på anderledes og overraskende måder, tilbyder vi publikum nye erkendelser om forholdet mellem fortid og nutid. Resultaterne fra de seneste års publikums-evalueringer foretaget af Thulstrup Research viser, at vi er godt på vej. Den generelle tilfredshed har de seneste år haft et højt og stabilt niveau på 8,7 ud af 10 i både 2021, 2022 og 2023, og 9 ud af 10 publikummer mener desuden, at festivalen er "af høj kvalitet", giver dem "ny viden", er "værd at bruge tid på", og at arrangementerne inspirerer dem til "at lære mere om årets tema". Golden Days har modtaget international anerkendelse til en lang række priser, senest i 2023 hvor festivalen blandt andet blev hædret med priser til D&AD i London, Kyoto Global Design Awards i Kyoto og The One Show i New York samt en shortlist til verdens største kreativitetspris Cannes Lions. Derudover vandt festivalen fem gange guld til danske Creative Circle – blandt andet for udstillingsdesign, plakatkampagne og digitalt outreach.

### Relevans for København: Store og agendasættende oplevelser i byens – og borgernes – rum

Golden Days har et vedblivende fokus på at sikre et rigt kulturliv i hele byen. Derfor er det også en central ambition på festivalen at arbejde aktivt for at sænke barriererne til at opleve kultur og historieformidling og sikre, at store dele af programmets arrangementer er frit tilgængelige og appellerer til en bred målgruppe af såvel børn, unge, familier og voksne. Festivalen ønsker at afspejle Københavns vision om at være en levende by og skabe international opmærksomhed om det danske kulturliv. Europas førende finansmedie Financial Times anbefalede eksempelvis i foråret 2024 Golden Days i deres internationale 'Guide to the best arts, sports, festivals and events this year'.

De seneste år har festivalen haft kontinuerligt fokus på større, gratis fyrtårnsarrangementer, der øger festivalens tilstedeværelse i byrummet. For at dele kulturen og historien med så mange som muligt og for at sætte en klar agenda i den bredere offentlighed. Med byrumsudstillingen og -kampagnen '50 QUEENS' satte Golden Days i 2022 fokus på manglen på statuer af kvinder i byrummet og hyldede de mange markante men oversete kvinder fra danmarkshistorien. 525.000 gæster oplevede udstillingen, ligesom kampagnen nåede ud til mere end 290 mio. på verdensplan. Samtidig fik projektet politisk flyvehøjde, da Københavns overborgmester Sophie Hæstorp Andersen fremhævede projektet og agendaen med opslag på sociale medier, ligesom kulturminister Jakob Engel-Schmidt engagerede sig i kampagnen og for nyligt har afsat midler til opførelsen af nye statuer af kvinder. På den måde har Golden Days med signaturprojekterne i byrummet formået at være agendasættende og skabe varige forandringer. Denne type storstilede byrumsprojekter intensiveres i de kommende år og bliver fremadrettet en fast del af festivalen.





### Samarbejde med andre aktører: Sammenhængskraft på tværs af Københavns kulturliv

Samarbejde og sammenhængskraft i Københavns kulturliv står helt centralt i udformningen af Golden Days, fordi vi tror på, at  $2+2=5$ , når det gælder samskabelse. Festivalens arrangementer udvikles i fællesskab, og alle eventuelle billetindtægter går direkte til kulturaktørerne selv. Golden Days samarbejder med en lang række partnere fra både kultur-, erhvervs- og foreningslivet. Det gælder nogle af Københavns største kulturinstitutioner som Nationalmuseet, Statens Museum for Kunst, Glyptoteket, Det Kgl. Bibliotek og Thorvaldsens Museum, som alle er faste partnere på festivalen. Men det gælder i lige så høj grad det store vækstlag af mindre institutioner, kulturaktører i nicherne og nysgerrige talenter, som festivalen agerer udstillingsvindue for – eksempelvis Villa Kultur, UKK, Dark Gallery, Flere Fugle, ATLAS Magasin, URBAN13, Baggrund, MÅL, LiteraturHaus, Laboratoriet for Æstetik og Økologi, Poesiens Hus, Lapidar og mange andre. Festivalen støtter hvert år udvalgte partnere fra vækstlaget med midler til at realisere deres arrangementer. De større signaturprojekter på festivalen løftes altid i fællesskab med samarbejdspartnere. Senest blev 'Kornmark på Nikolaj Plads' løftet i samarbejde med World Capital of Architecture og Nikolaj Kunsthal, ligesom '50 QUEENS' blev udviklet i samarbejde med tegnestuen BIG, Kunsthal Charlottenborg, Meta og Accenture Song.

Det er desuden festivalens ambition at styrke samarbejdet med kommercielle aktører og dansk erhvervsliv. Dels for at skabe en mere robust og økonomisk bæredygtig organisation, dels for at blive en foregangsorganisation, der skaber strategiske og kreative alliancer på tværs af erhvervs- og kulturlivet. Det betyder, at vi allerede har samarbejdet med fx Live Nation, Altinget, BT, Gads Forlag, Rosforth & Rosforth, Kontrapunkt, Landbrug & Fødevarer, Dansk Erhverv, Café Europa, Apollo Bar, Saysky, Politikens Boghal, Gyldendal, Aarhus Universitetsforlag samt flere andre.

### Eksperimenterende indhold, form, formidling: Partnere afprøver nye formater

Det har alle dage været en central del af festivalens ambition at være et testlaboratorie for formidlings- og oplevelsesformater, der overrasker publikum, kombinerer discipliner på nye måder og i sig selv udgør faglige og medrivende oplevelser. I Golden Days' partnerevaluering

fra 2023 svarede 62,5 % af partnerne, at de bruger festivalen til at eksperimentere med nye formater, og i sidste ende bidrager dette til institutionernes strategiske og kunstneriske udvikling. Dette er et af festivalens værditilbud til vores partnere, der ofte inspireres af de arrangementer, de udvikler til festivalen, og sidenhen indarbejder dem som en fast del af deres indholdsstrategi. Det er der mange gode eksempler på. Cinemateket udviklede under festivalen 'QUEENS' en filosofisk filmrække, der udforskede kvindelige politiske tænkeres bidrag til historien. Den blev en storsælgende publikumssucces, som resulterede i den omfangsrige Filosofisk Filmfestival, der nu er en fast del af Cinematekets program. På samme måde udviklede Golden Days i samarbejde med 60 københavnske museer initiativet K7 under festivalen 'Forever Young', der gav gratis entré for unge under 27 i uge 37. I dag er konceptet vokset til et selvstændigt projekt, der både tæller K7 Week (hvor over 75.000 unge indløste fribilletter i uge 37 i 2023) samt museumskortet for unge K7 PLUS. Ligeledes er nu faste koncepter som MorgenDAC på Dansk Arkitektur Center og rundvisningen 'Arkivets skjulte skatte' på Københavns Stadsarkiv oprindeligt udfanget under tidligere festivaler.

*“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

### Synlighed: Markante kommunikationsresultater og agendasættende PR

Vi har opbygget en stærk position inden for kommunikation, markedsføring- og PR. Dette sikrer årligt en markant omtale af festivalen og dens samarbejdspartnere. I 2023 opnåede festivalens kampagner en samlet rækkevidde på 621.000 personer på sociale medier og mere end 110 presseklip. De samlede programaktiviteter for Golden Days 2025–2027 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.

### Mangfoldighed: Sammen når vi nye målgrupper

Festivalen har et mangfoldigt publikum på tværs af alder og køn, og det er netop en af festivalens styrker, at der under festivalen opstår møder, samtaler og debatter på tværs af generationer. Golden Days har de seneste år haft godt fat i den yngre målgruppe med 48,1% af publikum under 36 år i 2023. Ligeledes tilbyder festivalprogrammet et separat børneprogram af arrangementer målrettet børn og deres familier, og i 2023 var 15 % af alle festivalens arrangementer målrettet familier med børn. Festivalen arbejder effektivt på at nå målgrupper, der har svagere tilknytning til klassiske kulturinstitutioner eller som ikke på forhånd er storforbrugere af kultur.



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 har gennem de seneste fem år opbygget en stabil balance mellem at tiltrække nye publikumsgrupper og fastholde et kernepublikum – 50-55% deltager hvert år i festivalen for første gang, mens 40-45% er gengangere, der tidligere har deltaget i festivalen. I festivalens årlige publikumsevaluering kan vi samtidig se, at publikum deltager i festivalen fra hele Storkøbenhavn – fra Brønshøj, Nordvest, Amager, Sydhavnen, Valby, Nordhavn og Vanløse til Rødovre, Hvidovre, Østerbro, Nørrebro, Vesterbro og Indre by. Tilmed rejser 15,2 % til festivalen fra de omliggende kommuner og vest for Storebælt.

At tilbyde de kulturinstitutioner, vi indgår samarbejde med, nye indgange til andre brugere end deres sædvanlige publikum er en del af Golden Days' eksistensberettigelse og en måde for os at skabe værdi for hele byens kulturliv. Gennem festivalens kommunikationsindsatser og det samlede program får indholdspartnerne adgang til brugergrupper, de ikke når ud til på egne platforme – således når vi sammen stadigt nye målgrupper.

*”Golden Days samler kulturaktører på tværs af hele København og omegn, og tvinger én til at tænke ud af boksen og opleve kulturen på nye måder”*  
– Rundetaarn

#### **Geografisk spredning: Festival i hele København**

Sammen med vores over 120 partnere dækker festivalen hele Storkøbenhavn, omegn og store dele af Sjælland. Københavnerne vil derfor opleve aldrig at være langt fra et Golden Days-arrangement i deres lokalområde – uanset om de bor i Nordhavn eller Sydhavnen, i Brønshøj eller Emdrup, på Amager eller Refshaleøen, på Nørrebro, Vesterbro eller i Indre by. Alsidigheden i samarbejdspartnerne sikrer nemlig festivalens geografiske spredning og tæller både Urbanplanen, Brønshøj Vandtårn, Amagermuseet, Nørrebro Bibliotek, Folkehuset Absalon, Blågårdens Bibliotek, ENIGMA, Kulturhuset Islands Brygge, Nikolaj Kunsthal, VEGA, Teater Sort/Hvid og mange flere, som alle spreder sig ud over byen. Samarbejdet rækker også ud over kommunegrænsen til eksempelvis Frederiksborgmuseerne, Roskilde Museum, kulturinstitutionerne i Lyngby-Taarbæk, Rudersdal, Gentofte og Gladsaxe Kommune og Karen Blixen Museum i Rungstedlund.

#### **Udvikling og fornyelse: Tematik som udviklingsmotor og nye samarbejder**

Fornyelse og udvikling er en indkodet del af festivalens dna. Festivalen har en indbygget udviklingsmotor i den skiftende tematik, der gør, at vi hvert år skaber en ny festival, der adskiller sig radikalt fra det foregående år. Det betyder bl.a. at gennemsnitligt 20 % af partnerne hvert år er nyttilkomne og ofte knyttet til det specifikke års tema. Eksempelvis lykkedes det med festivalen 'Golden

Days på landet' i 2023 at aktivere det grønne erhvervsliv og store dele af landbruget, hvilket resulterede i mere end 25 gårde, landbrug og fødevarerproducenter over hele Sjælland, der slog dørene op til høstfester, markvandring og markeder. I forlængelse heraf arrangerede Golden Days i samarbejde med Landbrug & Fødevarer endagsudstillingen 'Maskinerne kommer' på Rådhuspladsen, som henvendte sig til børnefamilier og tiltrak 10.000 gæster, hvoraf 5.000 var børn. Arrangementet var et succesfuldt strategisk forsøg på at tiltrække et publikum af ikke-vante kulturbrugere i et lettilgængeligt og børnevenligt format. Det er en del af festivalens strategi de kommende år at udvikle festivalens publikum ved større events i byrummet af forskellig karakter – og det afspejles tydeligt i det støt voksende publikumstal siden 2022, som fastholdes i de kommende år.

På samme måde arrangerer festivalen i 2024 en større kunstnerisk byrumsudstilling og kampagne i samarbejde med den internationalt anerkendte kunstner Christian Falsnaes og bureauet Accenture Song. Med projektet 'Arbejdstid' sætter vi med et storstilet kunstprojekt på en central plads i København fokus på paradokserne i det moderne arbejdsliv som en del af dette års festival 'Golden Days på arbejde'.

#### **Bæredygtighed: Nye perspektiver på tidens udfordringer**

Golden Days stræber efter at medtænke bæredygtighed hele vejen i produktionen af 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. Derudover benytter Golden Days sig altid af genanvendelige glas ved større offentlige arrangementer såsom festivalens åbningsfest.



Festivalens arbejde med bæredygtighed integreres direkte i festivalens program, når vi anvender festivalens tema som en indgang til at se på nutidens store udfordringer med klima og bæredygtighed. Et eksempel på dette var festivalen i 2023, der under titlen 'Golden Days på landet' dykkede ned i vores kulturhistoriske forhold til landbruget. Med festivalen adresserede vi forhold angående klima, forsyningsafhængighed og natursyn og lykkedes med at skabe nye samtaler om de presserende bæredygtighedsudfordringer, vi står overfor i dag. I støbeskeen til 2027 har Golden Days også festivalen 'Bølgen blå – en festival om havet', der på samme måde sigter mod at gøre os klogere på vores eget kulturhistoriske forhold til havet og de klimaudfordringer, vi står overfor.

#### Ligestilling: Aktiv indsats for repræsentation og balancer

Golden Days vil skabe et samlet festivalprogram, der repræsenterer diversitet ift. både køn, alder, etnicitet og sociale grupper, så stadigt nye grupper får adgang til kulturoplevelser og kan spejle sig i historieformidlingen. Her er det helt centralt, at festivalens program afspejler det samfund, vi ønsker at præge. Derfor søsatte vi en diversitetsindsats i 2020, der tager udgangspunkt i en nulpunkts-analyse for repræsentation blandt medvirkende i festivalens programindhold som talere, oplægsholdere, kunstnere, performere m.fl., der indtager scenen under festivalen. Vi monitorerer løbende dette gennem optælling og metodisk synliggørelse. Analysen er et redskab til at opfange underrepræsentation og blinde vinkler i festivalprogrammet, og tallene viser, at det virker. Ved den seneste festival i 2023, hvor festivalen arbejdede målrettet på og lykkedes med at skabe ligelig kønsrepræsentation, fordelte balancen mellem medvirkende mænd (49%) og kvinder (51%) sig forbillidligt og havde samtidig en jævn aldersfordeling i spændet mellem 18-66-årige blandt festivalens medvirkende. Med disse indsatser og tiltag er det ønsket at gå forrest mod at øge den sociale inklusion, ligestilling og diversitet i festivalen. Vi agter at dele vores værktøjer og brugbare indsigter med resten af kulturbranchen, så vi på sigt opnår et mangfoldigt og inkluderende kulturliv i København.

*“Det er relevant og det skaber sammenhængskraft i byen at have en festival som Golden Days”  
– Arbejdermuseet*

#### Succeskriterier 2025-2027

##### Golden Days fastholder de høje publikumstal fra 2022-2023 i perioden 2025-2027

- Billetindløsende gæster (tilmelding eller billetkøb): 15.000 pr. festival
- Deltagere i gratis arrangementer: 45.000 pr. festival (inkl. besøgende fra større kunstnerisk produktion)

##### Kunstneriske produktioner med lang planlægningshorisont (fx kommissionering af værker)

- Til hver festival i perioden 2025-2027 skal der skabes mindst ét større fyrtårnsarrangement/større kunstnerisk produktion i et af Københavns byrum
- 30.000 gæster skal opleve/deltage årligt

##### Golden Days skal præsentere et mangfoldigt program

- Frem mod 2027 er målet, at fordelingen mellem mandlige og kvindelige talere og performere falder ind under normalfordelingen 60/40 (jf. Kvinfos anbefaling)
- Der tilstræbes en ligelig repræsentationsbalance i både arrangementer og formidling – i forhold til alder, demografi og minoritetsidentiteter

##### 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

- Den nuværende partnerkreds skal fastholdes, så festivalerne 2025-2027 i gennemsnit har 120 partnerskaber blandt kulturelle og kommercielle aktører  
\*Heraf skal 10 % skal være kommercielle eller ikke-traditionelle kulturaktører

##### Medieomtale i lokale og landsdækkende medier

- 2025-2027: 100 presseklip pr. festival

##### Reach på sociale medier

- 2025-2027: 550.000 personer pr. festival

##### Besøg på website

- 2025-2027: 50.000 unikke besøgende pr. festival



## TEMAER DE KOMMENDE TRE ÅR

Herunder udfoldes koncepterne bag de kommende års festivaler. Beslutningen af temaerne for festivalen i 2025 og 2026 ligger allerede på nuværende tidspunkt fast, hvilket skaber en lang planlægningshorisont, festivalen ønsker at udnytte. Temaet for 2025 er den aktualitetsbetonede 'POP! – en festival om populærkultur, populisme og forførelsens anatomi', som på en gang adresserer den populisme, der lige nu ses både i flere europæiske lande og i det amerikanske præsidentvalg 2024, men som også inviterer til en stor, folkelig fejring og undersøgelse af populærkulturens fællesskaber.

Festivalen i 2026 har titlen 'Kærlighed – en festival om begær, drama, amoriner og feromoner', og ved allerede nu at fastlægge temaet, giver det os mulighed for at etablere større strategiske partnerskaber med fx Det Kongelige Teater, Statens Museum for Kunst og Skuespilhuset om store opsætninger med lang produktionstid og større vingefang. Den lange planlægningshorisont giver også Golden Days mulighed for at blive en vægtig del af planerne for den kommende triennale for de klassiske kunstarter i København.

### 2025: 'POP! – en festival om populærkultur, populisme og forførelsens anatomi'

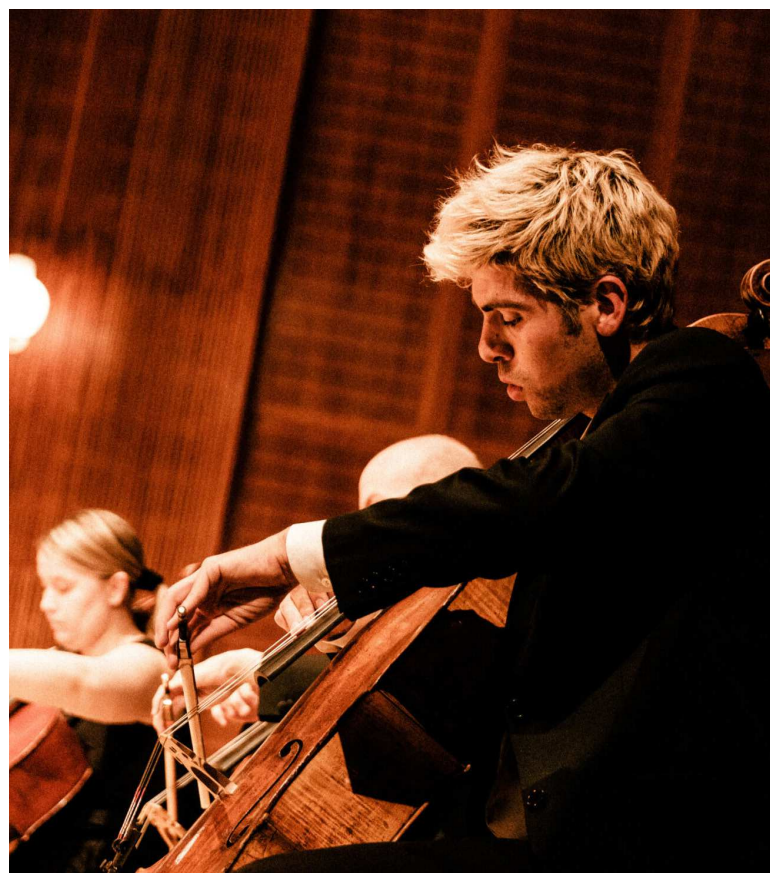
Populus og popularis. Folket og det, der er for folket. Fra kulturens begyndelse er der blevet gjort forskel på det folkelige og det fine. I dag er poppen overalt – i kulturen og politikken, i kunsten og i videnskaben – og selvom skellet mellem det brede og det smalle måske er blevet mindre, er den politiske afstand mellem eliten og 'folk, som de er flest' vokset. Men hvad betyder det at være poppet, populistisk eller populær? For nogle er det værste, man kan være, mens det for andre er en blåstempling. Gennem tiden har det populære skiftet ansigt i en evindelig bølge af hype og trends, mode og zeitgeist. Og mens de populære holdninger sjældent holder evigt, når forandringens vinde blæser, kan en popmelodi være så slidstærk, at den transcenderer grænser og generationer.

Fra folkeviser til Friends. Fra Tupac til Trump. Fra Adorno til ABBA. Fra Mozart til Miyazaki. Med festivalen 'POP!' ser vi i 2025 på mekanismerne bag det populære, forførelsens anatomi og paradokserne i poppens tiltrækningskraft. Vi går på tværs af tid og sted for at finde 'det populære' dna og undersøger folkeforførelsens mange former. Hvorfor bliver noget populært i første omgang? Er poppen en forførende strategi eller et adelsmærke, man opnår ved folkets gunst? Er det populære et produkt af de nemme løsninger, klicheerne og de billige tricks? Er det sådan man tiltrækker masserne, eller har det populære en kollektiv kvalitet? Og kan det fine omvendt kun være fint, hvis det er for de få?

### 2026: 'Kærlighed – en festival om begær, drama, amoriner og feromoner'

Den tåler alt, udholder alt, overvinder alt. Størst er kærligheden, og den er overalt. I de største dramaer og i de korteste klassikere. Men også i fædrelandskærligheden, i søskendekærligheden, i næstekærligheden og i narcissismen. Kærligheden er limen og dynamitten i vores mest ikoniske fortællinger og løber som en konstant gennem menneskets historie. Men gennem tiden har den også konstant været til forhandling og i kollision med skiftende normer. Fra åbne forhold til fornuftsægteskaber. Fra polygamisens udfordring af den monogame verdensorden til 60'ernes frie sex og samtidens flydende seksualiteter.

I 2026 har Golden Days et stævne med den besværlige og brændende kærlighed. Med festivalen retter vi amors pil mod hjerteflimmer og hjertesorg, sweethearts og heartbreakers, når vi går på jagt efter kærlighedens essens. For når verden brænder og krigene rykker nærmere, har vi mere end nogensinde behov for at dyrke det, som binder os sammen, og som vi deler på tværs af tid og sted. Vi undersøger hvordan kærligheden har skiftet form, udtryk og begær gennem historien og dykker ned i dens skyggesider, den altædende jalousi, tragedierne og de sår, som selv tiden ikke heler. Fra Shakespeares sonetter til Beyoncés ballader. Fra Casablanca til Carmen. Fra Judith Butler til Brokeback Mountain. Fra Tristan og Isolde til Julie og Jesper. Hvordan har kærlighedens fortællinger afspejlet og påvirket vores kultur og historie? Hvilke universelle sandheder ligger gemt bag de største kærlighedsfortællinger? Og hvordan har kærligheden det i det hele taget her midt i det 21. århundrede?



### 2027: 'Bølgen blå – en festival om havet'

Nordhavn. Nyhavn. København. Havet er byens blå livsnerve. Det er grunden til den findes, og det er grunden til, København har været et nordisk epicenter for handel, kunst og innovation gennem århundreder. Fra Holmens Kanal til de 8.750 km kystlinje rundt om Danmarks øer har havet altid været en uadskillelig del af dansk kulturhistorie. Som scene for de største søslag, som blå bølger i Højskolesangbogen, som infrastruktur i de største handelseventyr. Men også som en uregerlig kraft i klimaforandringernes tidsalder, hvor stormfloderne når nye højder og fiskene bliver færre.

Østersøen. Kattegat. Kalvebod Brygge. Med festivalen 'Bølgen blå' dykker Golden Days ned i Danmarks oceaniske kultur, stolte søfartshistorie og København som bæredygtig, blå hovedstad, når vi udforsker, hvordan kystlinjen, bugten, bæltet og søen er skulptet ind i vores fortællinger, identitet, selvforståelse og maritime DNA. For hvordan ser vores kulturhistorie ud fra vandet? Og hvordan har havet forbundet os med resten af verden ad vandvejen? Fra vikingernes togter og Troels Kløvedals udlængsel til Vesterhavets klitter og Klichés 'Supertanker' udforsker vi havets tiltrækningskraft og kulturhistoriske dybder.

### Advisory boards

Hvert år nedsætter vi et fagligt advisory board i festivalens udviklingsfase. Advisory boardet bidrager med faglige perspektiver og indsigter på årets tematik, men det 5-6 person store udvalg er også med til at styre os i retning af blinde vinkler og udenom potentielle faldgrupper og klichéer. Advisory boardet udvælges af sekretariatet og en diversitet i køn, fagligheder og perspektiver vægtes højt.

### Samarbejdspartnere

Golden Days arbejder hvert år sammen med mellem 120-150 partnere. S sammensætningen af partnere varierer fra år til år afhængigt af ressourcer, snitflader og tematik. Af faste indholdspartnere på festivalen kan nævnes:

Absalon, Amagerplanen, Arbejdermuseet, ATLAS Magasin, Bakkehuset, Betty Nansen Teatret, Blågårdens Bibliotek, Bibliotekerne på Amager, Café Europa, Cinemateket, Cisternerne, Copenhagen Pride, CPH Stage, Dansk Arkitektur Center, Davids Samling, Den Franske Ambassade, Designmuseum Danmark, Det Kgl. Bibliotek, Det Kongelige Danske Musikkonservatorium, Det Kongelige Teater, Føljeton, Gads Forlag, Glyptoteket, Goethe Institut, Grand Teatret, Gyldendal, Huset KBH, Kongernes Samling, Kunsthal Charlottenborg, Københavns Hovedbibliotek, Københavns Museum, Københavns Universitet, Københavns Stadsarkiv, Medicinsk Museum, Møstings, Nationalmuseet, Nikolaj Kunsthal, Ordrupgaard, Politikens Boghal, Rundetaarn, Rungstedlund, Sort/Hvid, SMK, Statens Naturhistoriske Museum, Thorvaldsens Museum, Ungdommens Folkemøde, URBAN 13, Vartov, VEGA, Vor Frue Kirke, Østerbro Teater og mange flere.



## BAGGRUND, FORMÅL OG ØKONOMI

Golden Days tager med nysgerrighed og glimt i øjet historien, samtiden og det, der har formet os under kærlig, kritisk og kreativ behandling. Vi har taget pulsen på urkatastrofen, første verdenskrig, med 'Krig no. 1' og støvet berlinermuren af med '1989'. Vi har givet kulturarven et servicetjek med 'Festival of important shit' og gravet de glemte fortællinger frem med 'Historiens B-sider'. Vi har genbesøgt kulturhistoriens vugge med 'Antikken', stillet skarpt på historiens oversete kvinder med 'QUEENS' og undersøgt landet som fænomen, fortælling, sted og værdibåret slagmark med 'Golden Days på landet'. Og meget, meget mere.

Golden Days har eksisteret i 30 år, men er evig ung og altid i transformation, da vi skifter ham hvert år. Festivalen trækker 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.

### Sekretariatet bag

Golden Days er en del af ADBC, et af Danmarks førende kulturhuse indenfor konceptudvikling, rådgivning og formidling af kultur, kunst, historie og videnskab. ADBC har mere end 30 års erfaring med at udvikle kommunikation og events, hvor kulturelle og videnskabelige stofområder undersøges og åbnes op gennem live-formater og formidlingsoplevelser for publikum. Foruden Golden Days skaber ADBC hvert år natur- og videnskabsfestivalen Bloom samt kulturugen for unge K7.

### Sekretariatets bestyrelse

Rasmus Øhlenschläger (bestyrelsesleder, Udviklingsdirektør, Information), Eva Præstiin (vicebestyrelsesleder, Direktør, Betty Nansen Teatret), Marie-Louise Bech Nosch (professor i historie, Københavns Universitet og præsident for Videnskabernes Selskab), Søren Riis (lektor i Filosofi og Videnskabsteori, Roskilde Universitet og stifter af GoMore), Kirse Junge-Stevnsborg (museumschef, Malmø Kunstmuseum) og Liva Rønn-Petersen (projektchef, Danmarks Tekniske Museum).

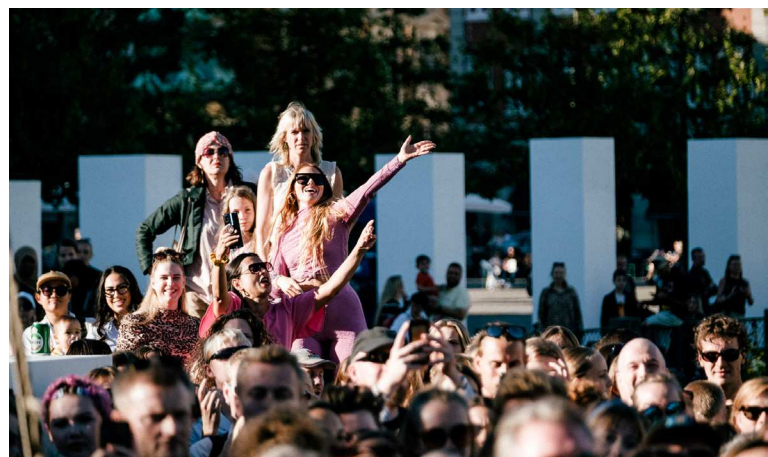
### Økonomi

Golden Days har i 2025 et budget på 4,5 mio. 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 sponsorer. Det er i udgangspunktet gratis at deltage som partner på festivalen, og alle eventuelle billetindtægter går ubeskåret til kulturinstitutionerne. Derudover støtter festivalen i visse tilfælde udvalgte partnere, særligt mindre aktører fra vækstlaget, med midler til at realisere deres aktiviteter under festivalen.

Københavns Kommune ansøges om at støtte Golden Days med 1,7 mio. kr. i 2025-2027, hvilket er på niveau med den bevilling, som festivalen har fået fra 2018 og før. For at sikre størst mulig relevans og synergi med samarbejdspartnere, arbejder Golden Days med en udviklingshorisont på to år ved hver festival. En flerårig bevilling fra Københavns Kommune muliggør, at Golden Days 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. 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.

At kommunen støtter over flere år, motiverer også fondene til at støtte flerårigt. Lige nu er de økonomiske midler fordelt sådan, at størstedelen af midlerne fra kommunen går til drift, mens fondenes midler primært går til aktiviteter. Hvis fondene ikke har garanti for, at driften er dækket, støtter de ikke mere end et enkelt år ad gangen.

Endelig betyder bevillinger, der løber mere end et år, en generel professionalisering og konsolidering af Golden Days. Når fokus ikke kun er på økonomisk sikring, kan ressourcer også bruges på udviklingen af organisation, medarbejde og aktiviteter. I sidste ende gavner det hele økosystemet – både medarbejdere, borgere og samfundet.



# BUDGET

Tilskudsmodtagers navn: Fonden ADBC

CVR: 32776191

Festivalens navn: Golden Days 2025

Projektperiode: 1. oktober 2024 – 31. december 2025

## Indtægter

	Budget 2025	Budget 2024	Status pr. 01-04-24
Tilskud fra Københavns Kommune	1.700.000	1.500.000	1.500.000 Bevilliget
<b>Kommunale tilskud</b>			
Frederiksberg Kommune	125.000	125.000	100.000 Bevilliget
<b>Private fonde</b>			
Augustinus Fonden	350.000	350.000	350.000 Bevilliget
Carlsbergfondet	250.000	250.000	Ansøgt
A.P. Møller Fonden	300.000	200.000	Ansøgt
Beckett-Fonden	200.000	150.000	200.000 Bevilliget
Industriens Fond*	0	200.000	Ansøges
Otto Mønstedts Fond	150.000	150.000	Ansøges
William Demant Fonden	150.000	150.000	Ansøgt
Dreyers Fond	150.000	150.000	Ansøgt
Egefonden	150.000	150.000	Ansøgt
C. E. Jensens Fond	125.000	125.000	Ansøgt
15. Juni Fonden	125.000	125.000	Ansøgt
Frederiksbergfonden	100.000	150.000	100.000 Bevilliget
Knud Højgaards Fond	150.000	150.000	75.000 Bevilliget
Frimodt-Heineke Fonden	75.000	75.000	Ansøges
Arne V. Schleschs Fond	50.000	50.000	Ansøgt
Dansk Tennis Fond	25.000	25.000	Ansøges
Den Hiemlmstjerne-Rosencroneske Stiftelse	25.000	25.000	Ansøges
Gangstedfonden	20.000	20.000	Ansøgt
Overretsagfører L. Zeuthens Mindelegat	10.000	10.000	Ansøges
Lemvig-Müller Fonden	0	75.000	Afslag
Sydbank Fonden*	0	75.000	Afslag
Øvrige private fonde	175.000	0	
Egenindtjening	120.000	80.000	
<b>Indtægter i alt</b>	<b>4.525.000</b>	<b>4.360.000</b>	

\*Ansøges kun i 2024 pga. tematik om arbejde og arbejdskultur

## Udgifter

	Budget 2025	Budget 2024
Lønninger	1.980.000	1.980.000
Lokaleudgifter	177.100	177.100
Personaleudgifter	23.000	23.000
Kontorholdsudgifter	122.000	122.000
<b>I alt</b>	<b>2.302.100</b>	<b>2.302.100</b>
<b>Festival</b>		
<b>Udvikling og opstart</b>		
Konceptudvikling	50.000	50.000
Materialer	10.000	10.000
Lancering	20.000	20.000
<b>I alt</b>	<b>80.000</b>	<b>80.000</b>
<b>Formidling, programlægning og kuratering</b>		
Programavis	128.000	120.000
Programlægning og kuratering	270.000	270.000
Produktion og afvikling	180.000	180.000
Redaktør- og tekstarbejde (print og digitalt)	235.000	250.000
Korrektur og diverse	40.000	40.000
Frivillige	5.000	5.000
Arrangementer	100.000	100.000
Evaluering og afrapportering	59.900	57.900
<b>I alt</b>	<b>1.017.900</b>	<b>1.022.900</b>
<b>Kommunikation og markedsføring</b>		
Tekstarbejde	100.000	100.000
Visuel kommunikation - identitet, web og layout	100.000	100.000
Markedsføring, kampagne, outdoor, digitalt	185.000	175.000
Film, dokumentation og kampagnefotos	65.000	55.000
<b>I alt</b>	<b>450.000</b>	<b>430.000</b>
<b>Fyrtårsaktiviteter 2024</b>		
Kunstnerisk performance i samarbejde med Christian Falsnaes		300.000
Åbningsfest (skabt i samarbejde med en københavnsk kulturinstitution)		150.000
Arrangementsrække om arbejdsliv		75.000
<b>Fyrtårsaktiviteter 2025</b>		
Åbningsfest (skabt i samarbejde med en københavnsk kulturinstitution)	155.000	
Større, gratis byrumsinstallation	440.000	
Arrangementsrække om forførelsens DNA	80.000	
<b>I alt</b>	<b>675.000</b>	<b>525.000</b>
<b>Udgifter i alt</b>	<b>4.525.000</b>	<b>4.360.000</b>
<b>Resultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

# Grønt Markeds Høstfestival (2025-2027)

## Grønt Marked

Refshalevej 213B - 1432 København K  
CVR: 42342947 (Momsregistreret forening)  
hello@groentmarked.dk



Grønt Markeds 'Harvest Festival' i 2022 på Refshaleøen, København.  
Copyright, Grønt Marked. Af Steven Tannenberg



## Baggrund og formål

Vi søger en treårig bevilling fra Festivalpuljen til at virkeliggøre vores ambition og planer om at skabe en tilbagevendende høstfestival med forankring i resten af årets vækstsæsoner.

Københavns restauranter og gastronomiske scene har opnået international anerkendelse for at sætte fokus på de fantastiske råvarer, som danske og nordiske producenter byder på. Der er stor interesse for at spise ude og gå på opdagelse i de mange madkulturer, som byens restauratører præsenterer gennem deres menuer. [Tal fra 2022](#) viser, at danskerne spiser mere ude end de gjorde for Covid-19 pandemien og byens mange michelinrestaurantører og innovative madaktører tiltrækker turister fra nær og fjern, som ønsker at opleve de mange tilbud.

Den store udbredelse af det nye nordiske køkken blandt restauratører har dog desværre ikke cementeret sig i københavnernes egen madlavning. Madkulturens [rapport for 2023](#) viser, at sæsonens råvarer og lokale produkter spiller en *stadigt mindre rolle i de daglige måltider* og, at det store fokus på plantebaseret kost afspejler sig ikke i danskernes madforbrug. Kød spiller en stærk og stabil rolle, mens klimahensyn ikke vejer højt for danskernes indkøb. Til gengæld spiller sundhed en central rolle og lokale fødevarer vægtes højt, selvom det ikke afspejles i indkøbene. Dette er en stor udfordring de politiske ambitioner for et mere klimavenligt København med en væsentligt reduceret klimapåvirkning fra borgernes forbrug.

Grønt Marked har siden 2019 afholdt velbesøgte markeder i København med en mission om at bidrage til et mere bæredygtigt fødevarer system og en madkultur, hvor borgerne har kendskab og adgang til lokale råvarer produceret af små producenter, der arbejder ud fra bæredygtige principper. På markederne er der direkte salg af fødevarer fra små, lokale producenter og jordbrug. Vi afholder fire søndagsmarkeder om måneden fordelt på fire lokationer i København fra maj til december hvert år. Der er direkte salg af fødevarer fra ca. 20 producenter til ca. 1500 borgere i gennemsnit på hvert eneste marked.

Idéen til markederne udspringer af en frustration over, at man som borger ikke har adgang til de samme gode lokale råvarer som byens restauranter. Dette begrænser borgernes mulighed for at blive inspireret af og bruge lokale råvarer i madlavningen. På markederne møder man producenterne og deres store udbud af forskelligartede varer, som i høj grad adskiller sig fra supermarkedets. Det inspirer folk til at gå på opdagelse i nye råvarer og bruge velkendte produkter på nye måder. Læring om sæson, sortsdiversitet, smag, dyrkningsmåder og meget mere bidrager altså til, at borgere vil begynde at handle anderledes og mere klimavenligt.

Vores arbejde ligger i tråd med Københavns Kommunes Mad- og Måltidsstrategi, som netop ønsker at udvikle København som grøn madby ved at knytte byen med madens producenter og understøtte et lokalt forankret fødevarer system.

## Aktiviteter

Grønt Marked ønsker at skabe en permanent årlig Høstfestival med fokus på madens sæsoner. Festivalen vil være en fejring af lokale fødevarer og producenter bag og skal bidrage til at de besøgende får inspiration og viden med hjem til deres egen madlavning. Med afsæt i vores markeder og store netværk af lokale producenter og innovative fødeveareaktører, som arbejder for et bedre madsystem, har vi et stærkt udgangspunkt for at skabe en festival som inspirerer et stort antal københavnere til nye vaner i deres dagligdag.

Vi tror på, at den bedste måde at få danskerne til at spise mere klimavenligt er ved at give dem indblik i den historie, som gemmer sig bag de fødevarer, som de spiser, og inspirere dem til at blive en del af en ny og bedre madkultur gennem deres indkøb og madlavning. Vi kan dog ikke sikre denne forandring alene, men gennem borgernes deltagelse i vores aktiviteter forsøge at bidrage til den. Derfor har vi et simpelt succeskriterie:

*15.000 mennesker deltager årligt i vores høstfestival og dens tilknyttede aktiviteter.*

## Høstfestivalen

Selve Høstfestivalen vil afholdes i løbet af en weekend i efteråret (f.eks. primo oktober) for at fejre høstens gavmildhed og afslutningen på årets vækstsæsoner. På denne tid af året har de lokale producenter et stort udvalg af grøntsager, frugter, korn og produkter forarbejdet på disse råvarer. De fleste københavnere kender til sommerens store spisekammer, men mange kender ikke til den enorme sortsvariation, som kan produceres i Danmark i efteråret - ikke mindst fordi sorterne sjældent tilbydes andre steder end hos bonden, på restaurant eller på Grønt Marked.



Et udvalg af Brinkholms 15-20 sorter af græskar - hver med en unik smag, tekstur og anvendelsesmuligheder.

Copyright, Grønt Marked. Af Steven Tannenberg

På weekenden for Høstfestivallen vil der blive afholdt en lang række workshops, paneldebatter, aktiviteter for børn og kulturelle indslag. Disse vil være en kombination af aktiviteter, som skal skabe både læring, underholdning og inspiration omkring lokale fødevarer.

Vi bygger videre på vores første (og eneste) høstfestival afholdt i 2022 i forbindelse med et tilskud fra Københavns Kommune på overførselssagen for 2021-22. Tilskuddet blev givet for at understøtte vores bidrag til Mad- og Måltidsstrategien og øge vores aktivitetsniveau med en lang række borgerrettede aktiviteter med henblik på at øge kendskabet til lokale og bæredygtige råvarer. Størstedelen af tilskuddet gik til afholdelse af en stor høstfest den første weekend i oktober 2022 med ca. 8.000 deltagere. Derudover kunne deltagerne opleve vores månedlige marked på Refshaløen og købe mad lavet med markedets råvarer. Vi uddyber på næste side vores erfaringer fra denne høstfestival, som også giver et eksempel på, hvordan vi forestiller os at tilrettelægge festivallen i de kommende år.

Eftersom Grønt Marked er en organisation i udvikling og dette er et nyt format, vil vi i løbet af de tre år udvikle festivallen og de øvrige aktiviteter løbende med henblik på at skabe det bedst mulige indhold. Derfor vil temaer, konkrete aktiviteter, samarbejdspartnere mv. blive fastlagt år for år men med forankring i fokus på lokal råvarer og årets sæsoner, samt med reference til Københavns Kommunes strategier for kultur, samt mad og måltider.

## Eksempel på erfaringer - 'Harvest Festival' i 2022

Vores første høstfestival blev afholdt på Refshaløen i forlængelse af vores månedlige markeder og kunne derfor skabe en fuldstændig unik oplevelse i København, hvor læringsaktiviteter omkring mad blev kombineret med muligheden for at møde jordbrugere og fødevarerproducenter.

På én dag blev der afholdt syv paneldebatter og oplæg på to scener med internationale og lokale talere, workshops med lokale partnere og producenter, og koncerter og sociale aktiviteter. Refshaløens Ejendomsselskab vurderede, at der deltog 8.000 personer i løbet af dagen. Havde det ikke været for en kortvarig intens storm sidst på eftermiddagen, anslår vi, at deltagerantallet kunne være nået over 10.000 personer. Der blev reklameret bredt i gadebilledet med plakater, betalt annoncering på sociale medier, uddeling af løsblade på tværs af byen mv. Derfor oplevede vi deltagelse fra en meget bred målgruppe.

Mere end 50 frivillige bidrog til at afholde og forberede arrangementet, hvoraf flere var internationale udvekslingsstuderende og expats bosiddende i København. Et tilskud fra Københavns Kommune muliggjorde dog også allokering af ressourcer til at betalte ansatte kunne planlægge og koordinere afholdelsen af arrangementet.

Derudover gik midlerne særligt til opsætning af faciliteter og af rammerne til dette store arrangement (herunder cirkustelte, toiletter mv.), men også skabelsen af unikke læringsaktiviteter og oplevelser helt gratis og tilgængeligt for borgerne. F.eks. var det muligt at sikre deltagelse i paneldebatter og andre arrangementer fra internationalt anerkendte aktører, såsom Dan Saladino, og andre personer med unikke perspektiver på temaet, f.eks. lederen af den norske markedsbevægelse, Bondens Marked.



Grønt Markeds 'Harvest Festival' i 2022 på Refshaleøen, København.  
Copyright, Grønt Marked. Af Steven Tannenberg

## Forankring i årets andre sæsoner

Udover Høstfestivallens primære event vil vi i løbet af de næste tre år afholde en række aktiviteter fra marts til december, som skal understøtte formålet om at give borgere indblik i lokale råvarer i sæson og inspirere dem til nye madvaner.

Aktiviteterne vil primært finde sted i forbindelse med vores markeder på fire forskellige lokationer i København og Frederiksberg (pt. Skjolds Plads, Litauens Plads, Refshaleøen og Aksel Møllers Have). Dette kan f.eks. inkludere workshops, *seed exchanges*, madlavningsdemonstrationer, aktiviteter for børn og meget mere. Fokus er på at inddrage sæsonens råvarer bedst muligt og lære borgerne om, hvordan man hele året rundt kan lave velsmagende mad på lokale råvarer. Nedenfor er et eksempel på tidligere aktiviteter:

DELTAGERE	BESKRIVELSE
50 deltagere	"Biodiversity Dinners Vol. 1: the potato" – foredrag om kartoffelns historie og produktion i dag med fokus på den tabte sortsvariation og Hyldeparkens arbejde med at genopdyrke gamle varianter. Efterfølgende, separat afholdt middag med kartofler i alle retter.
50 deltagere	"Biodiversity Dinners Vol. 2: the tomato" – workshop om to metoder til konservering af sommerens tomater til den mørke vinter. Arrangementet blev efterfulgt af en separat afholdt middag med anvendelse af lokale tomater i alle retter.
60 personer, 3 workshops	"Harvest Festival 2022 Workshops" (3) – tre separate workshops blev afholdt på dagen for Grønt Markeds høstfestival i samarbejde med producenter fra markedet. Ca. 20 personer deltog i hver workshop, der omhandlede henholdsvis brygning af kombucha, hjemmelavet osteproduktion og fermentering af 'garum' saucer. Afholdelse af workshops denne dag muliggjorde synergieffekter med arrangementet og en endnu bredere målgruppe.
25 deltagere	"Paella demonstration" – workshop om anvendelse af lokale råvarer til at lave en traditionel paella.
50 deltagere	"Biodiversity Dinners Vol. 3: the pumpkin" – foredrag om græskarrens historie og betydning som afgrøde, samt en perspektivering til kvinders rolle i landbruget. Efter arrangementet blev der afholdt en separat middag med af græskar i alle retter.
80 deltagere	"Pub Quiz Fundraiser" - Pub quiz og indsamling i samarbejde med Grace KBH, et støtteorganisation til hjemløse.
85 deltagere	"Grain Gathering" – Stiftende fagmøde til korn aktører. Avler, landmænd, møller, bager og forsker holdt et seminarium om et mindre virksomhedsfuldt kornkæde i Danmark.

I alt ca. 400 deltagere deltog i Grønt Marked workshops siden 2022

## Organisation og samarbejdspartnere

Grønt Marked startet som et lille hold, men nu i dag har over 120 aktive frivillige, som arbejder så hårdt vi kan på at skabe et marked som er fornøjeligt for både landmænd og markedsgængerne. Vi mener det burde være en dejlig oplevelse at tage ud og købe frisk, rigtig mad fra dine lokale bønder - men også at møde, tale med og sælge til dine kunder.

### Eksisterende Samarbejdspartnere



Slow Food Denmark - Medlemsorganisation tilknyttet til Slow Food International, den global mad-organisation med over 100.00 medlemmer



Landsorten - en forening, hvor medlemmerne hjælper hinanden med forædling, produktion og distribution af den såsæd, som medlemmerne har behov for.

### **lille bakery**

Lille Bakery - Bageri i københavn med en stor fokus om lokal, bæredygtig mad og brød



Øens Have - Market Garden og bæredygtig restaurant og events space på Refshaleøen



World Farmers Market Coalition - en global farmers market organisation, der repræsenterer over halvfjerds lande rundt om i verden.

## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Tilskudsmodtagers navn: Grønt Marked
CVR: 42342947
Festivalens/eventets navn: Høstfestival

<b>Projektperiode:</b> 1. jan. 2025 – 31. dec. 2027
--

Indtægter	2025	2026	2027	Noter
Tilskud fra Festivalpuljen	500.000	500.000	500.000	ansøgt
Nørrebro Lokaludvalg (gav tilskud i 2023)	50.000	50.000	50.000	ansøges
Billetindtægter, workshops og øvrige aktiviteter (billetpris c. 200 kr pr. aktivitet)	100.000	100.000	100.000	c. 500 deltager pr. år
Salg af mad og drikkevarer	115.000	115.000	115.000	forventes
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>765.000</b>	<b>765.000</b>	<b>765.000</b>	

Udgifter	2025	2026	2027	Noter
<b>Løn og honorarer</b>				
<i>Projekledelse (9 mdr. deltid)</i>	125.000	125.000	125.000	
<i>Projektassistent</i>	50.000	50.000	50.000	
<i>Mad- og workshopkoordination</i>	75.000	75.000	75.000	
<i>Kommunikation</i>	35.500	35.500	35.500	
<i>Panel moderatorer (honorarer)</i>	14.000	14.000	14.000	
<i>Musiker (honorarer)</i>	48.000	48.000	48.000	
<b>Konsulentudgifter</b>				
<i>PR og kommunikation</i>	20.000	20.000	20.000	
<b>Materialeudgifter</b>				
<i>Leje af cirkustelte</i>	62.000	62.000	62.000	
<i>Leje af toiletter</i>	8.000	8.000	8.000	
<i>Mobilkøkken og barer</i>	23.000	23.000	23.000	
<i>Leje af bord og bænke</i>	8.000	8.000	8.000	
<i>Lys-, lyd-, sceneteknikere</i>	13.000	13.000	13.000	
<i>Udsmykning</i>	4.500	4.500	4.500	

El/vand/brandsikkerhed	2.000	2.000	2.000	
<b>Transport og opholdsudgifter</b>				
<i>Leje af varevogn</i>	25.000	25.000	25.000	
<i>Internationale gæst transport og opholdsudgifter</i>	48.000	48.000	48.000	
<b>PR og markedsføring</b>				
<i>Grafisk design</i>	17.000	17.000	17.000	
<i>Sociale medier</i>	16.500	16.500	16.500	
<i>Plakat og flyer kampagne</i>	12.500	12.500	12.500	
<b>Diverse</b>				
<i>Uforventede udgifter</i>	24.000	24.000	24.000	
<b>Kontorhold (telefon, porto mv.)</b>	9.000	9.000	9.000	
<b>Revisionshonorar</b>	20.000	20.000	20.000	
<b>Øvrige udgifter</b>				
<i>Mad- og drikkevarer til salg</i>	40.000	40.000	40.000	
<i>Frivilligepleje ink. udviklingsdage, t-shirts, bespisning, afslutningsmiddag</i>	25.000	25.000	25.000	
<i>Materiale til øvrige aktiviteter</i>	40.000	40.000	40.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>765.000</b>	<b>765.000</b>	<b>765.000</b>	

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

**Kommentarer/forbehold:**

**Primært: tre-årig bevilling**

**Subsidiært: et-årig for 2025 budget**

Festivalen

# HIMMELBLÅ

G GRUNDTVIGSK  
FORUM

---

## ANSØGNING OM FORVANDLING FRA PILOTPROJEKT TIL ET CENTRALT SAMLINGSSTED FOR DRØMME I KØBENHAVN

---

Festivalen Himmelblå foregår i et møde mellem tiden, vi lever i, tiden foran os – og den tid, vi har med i bagagen. Ambitionen med Himmelblå er at skabe rum for, at forskellige mennesker og forskellige organisationer sammen kan

dykke ned i tidens store spørgsmål. Midt i København.

Festivalen finder sted i huset Vartov hvert år fra 2. til 8. september. Foreningen Grundtvigsk Forum står bag projektet – og denne ansøgning.



# INDLEDNING

Forestil dig, at du er på vej hen over Regnbuepladsen i København. Du har september-solen i nakken og foran dig strømmer lys og lyd ud ad porten til det historiske hus Vartov. Nogle stemmer synger sammen. Andre har mødt hinanden i samtaler ved suppekøkkenet i husets store grønne gård, der er fyldt med mennesker i alle aldre.

I bygningens mange særprægede rum og på scenen i gårdens centrum samles nogle af tidens største stemmer inden for politik og poesi, skole og samfund, aktivisme og avantgarde, tro og tryllekunster – og ved bænke og borde tager en myriade af mennesker plads i løbet af dagen. De kan finde på at sige sådan her, når de går hjem igen ud på eftermiddagen eller, når det er blevet så sent, at stjernerne viser vej:

*Jeg synes arrangementet var rigtig fedt. Det var velarrangeret, relevant og aktuelt. Der var fokus på nogle lidt dybere spørgsmål og det er noget af det, jeg godt kan lide ved Vartov og deres begivenheder* (22-årig mand)

*Vi mødte også en vi sad sammen med ved det allerførste arrangement, og så kom vi til de samme ting hen over ugen. Det var lidt sjovt* (70-årig mand)

*Jeg bor alene, så det er også en del af det at komme ud og snakke med nogle mennesker, at lave noget sammen med nogen og få sunget sammen. Det har været rigtig godt* (73-årig kvinde)

*Jeg var meget imponeret over det hele (...) Det virkede meget nice, at der var sådan lidt til alle* (21-årig kvinde)

*De her bygninger og stemningen ... den måde det er pyntet op altså ... Jeg bliver bare ofte berørt af den her sommeraftenstemning, den måde det er sammensat* (35-årig kvinde)

*Der var så mange mennesker, og også at der var så mange unge ... Det synes jeg er rigtig dejligt* (33-årig kvinde)

*Vi bor i Jylland og har en lejlighed i København, og så havde vi ferie, og den ville vi holde i København, og da vi så det her, var det oplagt, at så kunne vi deltage, som om det var en højskole faktisk* (68-årig kvinde)<sup>1</sup>

Festivalen Himmelblå er et åbent højskolerum i huset Vartov midt i København. Bygget op om en ambition om at lade et historisk hus danne ramme for samtaler om tiden lige nu og tiden foran os.

Med den ambition bidrager festivalen til udvikling af kulturlivet i København inden for tre af festivalens kodeord, der møder byens kendetegn og ambitioner:

## **BÆREDYGTIGHED MANGFOLDIGHED FÆLLESSKAB**

Fra 2025 til 2027 skal et udviklingsarbejde med afsæt i de tre ord forvandle Himmelblå fra at være et velfungerende pilotprojekt til en københavnerbegivenhed, der er et samlingssted for udvikling af fælles forestillinger og fortællinger om fremtiden.

Med denne ansøgning søger Grundtvigsk Forum hermed Københavns Kommunes 3-årige festivalpulje om tilskud til den proces. Lad os i det følgende fortælle, hvorfor og hvordan.

<sup>1</sup> Alle citater stammer fra en publikumsundersøgelse under festivalen Himmelblå i september 2023

# PROJEKTBEKRIVELSE

## Hvorfor?

Festivalen Himmelblå skal fra 2025-2027 forvandles fra et eksperimenterende pilotprojekt til en blivende københavnerebegivenhed bygget på en ambition om at skabe et kulturelt og folkeoplysende mødested omkring bæredygtig dannelse, hvor forskellige mennesker kan være sammen om en fælles fremtid:

### Bæredygtighed

Festivalen Himmelblå skal bidrage til udvikling af København som bæredygtig by ved at udgøre et rum for bæredygtig dannelse. Den dannelse finder sted i et møde mellem fællessang og foredrag, mad og meninger, godnathistorier og workshops om 1800-tallets samfundsforandrer N.F.S. Grundtvig.

I en omstillingstid er der i særlig grad brug for samtaler, møder og rum, som gør det muligt at forstå tiden og agere i den. Flere peger derfor på, at der lige nu er særligt brug for det folkeoplysende foreningsliv og de traditionelle dannelsesinstitutioner. Både med formidling af viden og indsigt, men i lige så høj grad med det, man med et kryptisk ord kan kalde den *poetiske dannelse*.

Direktør i LIFE fonden, Stefan Hermann, taler om, at vi har brug for kunst, historier og poesi, når det handler om at skabe nye forestillinger om fremtiden og at bryde vaner og vante forestillinger. Professor i biologisk oceanografi Kathrine Richardson efterlyser nye *narrativer* i arbejdet med en implementering og udmøntning af FN' s verdensmål i de kommende år, og flere følger op med ønsker om afsøgende, prøvende og åbne formidlingsformater.

Himmelblå tager den dannelsesopgave på sig ved at præsentere et program, hvor tidens store spørgsmål og dilemmaer både behandles gennem politiske debatter, poetiske sangtimer og mange andre former for formidling. Ikke mindst den slags, der finder sted som samtaler over en skål hjemmelavet suppe.



## Mangfoldighed

*Ved at arbejde målrettet og strategisk med udvikling af en mangfoldig gruppe af samarbejdspartnere omkring festivalen Himmelblå, vil Grundtvigsk Forum bidrage til rummeligheden i Københavns kulturliv. Netværket af bidragsydere til festivalen gør Himmelblå til en begivenhed, hvor mange kommer til orde, hvor forskellige meninger bliver en del af de samme samtaler – og hvor der opstår muligheder for også at appellere til et mere divers festivalpublikum.*

Himmelblå finder sted i det historiske hus Vartov, der er tæt knyttet til politikeren, poeten og præsten N.F.S. Grundtvig, som arbejdede i huset i 33 år af sit liv (fra 1839 til 1872), og udviklede store dele af sit tankesæt fra netop det hus. Et kodeord for Grundtvig var ordet *frihed*. Han var en radikal frihedstænker og har formet udgangspunktet for forståelsen af ytringsfrihed, religionsfrihed, frie skoler og frie fællesskaber i det danske samfund.

I sin ide om frihed betoner Grundtvig betydningen af, at det, at vi hver især er frie betyder, at vi også må lade andre være frie. Selv idioterne, sagde Grundtvig. Der skal med andre ord også være plads til dem, der ikke er som mig i et frit samfund – så længe man overholder landets love. Den tilgang til frihed er afsættet for udviklingen af programmet på festivalen Himmelblå, hvor vi tilstræber at give plads til både *forskellige* holdninger og *forskellige* mennesker.

## Fællesskab

*Som et åbent og eksperimenterende højskolerum i København skal festivalen Himmelblå bidrage til at udvikle den danske tradition for et aktivt foreningsliv og folkeoplysning – en tradition, som bliver mødt med beundring fra vores internationale samarbejdspartnere i lande som Ukraine, Polen, Kina, Japan og Sydkorea eller fra expats i København, der besøger Vartov. Fra 2025 skal festivalens publikum selv kunne deltage som frivillige medskabere ved eksempelvis at tilberede måltider, at udvikle fester, at facilitere fælleslæsninger og meget andet.*

Med højskoleformen som ideal består Himmelblå både af et planlagt program og af muligheder for, at gæster og deltagere kan være med til at forme og fylde alle mellemrummene. I præcis det møde opstår en mulighed for nye fællesskaber og oplevelser mellem mennesker, der ikke normalt ville opleve noget sammen.



## Hvordan?

Himmelblå blev afholdt for første gang i 2023, og i september 2024 finder festivalen sted for anden gang. De faste bestanddele i festivalen er den fysiske placering i huset Vartov og festivalperioden fra 2. til 8. september, der markerer Grundtvigs henholdsvis dødsdag og fødselsdag. Derudover består den samlede festival af tre dele:

### Program

Med *omstilling* som kodeord præsenterer Himmelblå et program, hvor tidens store spørgsmål behandles gennem fællessang og debatter som foredrag og workshopforløb, koncerter, talks, fester, morgensamlinger og meget andet. Programmet sammensættes i dialog med festivalens mange samarbejdspartnere, der hver især byder ind med indhold, ideer og konkrete begivenheder. På den måde sikres en diversitet blandt de temaer og spørgsmål, som Himmelblå behandler.

Der arbejdes med syv spor i programplanlægningen:

- Musik (fællessang, koncerter, lyd-design)
- Fortælling (fælleslæsning, højtlesning og sceniske fortolkninger af tekster)
- Samtaler (workshops, undervisningsforløb)
- Historie (studiekredse, gåture, mini-møder)
- Fest
- Uenighed (debatter, samtalemiddage)
- Kunst (samskabelse, hands-on-aktiviteter)

### Iscenesættelse

En vigtig del af Himmelblå er den hyggelige, hjertevarme og hjemlige atmosfære, som danner et afsæt for, at uenigheder kan mødes, og at komplekse temaer kan behandles på en måde, der giver anledning til refleksion og perspektiv. Iscenesættelsen understøtter festivaldagens rytme fra morgen til aften ved at skabe plads til måltider, masser af kaffe og pauser fyldt med fællessang.

### Engagement

Programmet for Himmelblå er både i 2023 og 2024 skabt i dialog med festivalgæsterne, og indeholder altid mulighed for selv at være med. Selv at synge, selv at læse, selv at sige noget. Dette gør-det-selv-spor forfølges mere intensivt i udviklingen af festivalen fra 2025, hvor deltagerne inviteres til et være medafsendere og medskabere af festivalen – med højskoletankens form og ånd som ideal.

Der vil således være mulighed for at byde ind med forslag til egentlige programpunkter og deltage i udviklingen af festivalens måltider, fester og andre former for møder mellem mennesker.



## Hvem?

Som beskrevet er festivalens bagvedliggende ambition at skabe et program over syv dage, der henvender sig til forskellige mennesker på tværs af alder og demografiske forskelle.

Med afsæt i en publikumsundersøgelse fra 2023 år er to centrale målgrupper identificeret, da disse målgrupper vurderes at have et stort potentiale for at vokse i de kommende år – og til at sprede ordet om festivalen, så endnu flere borgere både i og uden for København, bliver opmærksomme på, at den finder sted.

### Unge nysgerrige

I løbet af det seneste år er andelen af unge nysgerrige gæster i huset Vartov vokset markant, og en publikumsundersøgelse foretaget i efteråret 2023 peger på, at denne målgruppe har et potentiale for at vokse yderligere, da unge gæster i alderen 18-30 har en tendens til at blive ambassadører for arrangementer i Vartov og at trække venner og familie med til flere arrangementer.

### Fællesskabssøgende

Mange gæster i Vartov ankommer alene til arrangementer, og sætter pris på den type program, der understøtter møder med andre. Denne type gæst går på tværs af alder. På baggrund af publikumsundersøgelsen fra efteråret 2023 vurderes det, at der er et potentiale til at gøre Himmelblå til en begivenhed, hvor det er en indbygget del af formidlingen og hele festivalformen, at man møder andre mennesker.

## Hvad?

Med afsæt i ovenstående arbejdes der med følgende brede målsætninger, der løbende evalueres hen over projektperioden:

- Himmelblå skal bidrage til demokratisk dannelse og bæredygtig omstilling
- Himmelblå skal skabe nye samarbejder på tværs af organisationer og foreninger i København
- Himmelblå skal medvirke til udvikling af nye formater og formidlingsformer indenfor kultur og folkeoplysning med udgangspunkt i ordet engagement

Det er derudover et mål, at Himmelblå bliver en central del af Københavns kulturliv i perioden 2025-2027. Dermed også en *større* begivenhed, hvilket måles i forhold til 2023-resultater efter følgende trappemodel:

	2023	2025	2026	2027
Antal samarbejdspartnere	15	20	25	30
Antal arrangementer	55	60	65	70
Antal festivalgæster	5.111	10.000	12.500	15.000

# UDGANGSPUNKT

Ambitionen om at forvandle Himmelblå fra at være et pilotprojekt til et centralt samlingssted i København bygger, som nævnt, på erfaringer med festivalens første år i 2023 og arbejdet med at skabe Himmelblå igen i 2024.

I 2023 var 15 samarbejdspartnere med til at skabe en festival med i alt 55 arrangementer som samlede 5.111 gæster over syv dage. Himmelblås program indeholdt blandt andet musikerne Guldimund og Katinka, forfatterne Einar Már Gudmundsson og Dy Plambech, debattørerne Lea Korsgaard og Clement Kjærsgaard, politikerne Ida Auken og Bertel Haarder og mange flere.



## Udtalelser fra samarbejdspartnere

Festivalen blev i 2023 udviklet i samarbejde med blandt andre Danmarks Biblioteksforening, festivalen Golden Days, Aarhus Universitetsforlag, Dansk Folkeoplysnings Samråd, Højskolerne, Efterskolerne, Verdensmålsambassadørerne og Verdens Bedste Nyheder. Samtlige partnere er også med i udviklingen af festivalen 2024, hvor der desuden indledes nye partnerskaber med blandt andre festivalen CPH Stage, Læseforeningen og Dansk Kulturinstitut. Følgende udsagn er fremsendt af partnere i 2023:

### Verdensmålsambassadørerne

*Vi forsøger at skabe håb og handling, så vi forhåbentligt er i stand til at nå i mål med FN's 17 Verdensmål inden 2030. Vi (ønsker) at udbrede budskabet via så mange forskellige kanaler og platforme som muligt, heriblandt festivalen på Vartov, hvis egne aktiviteter og værdier på mange måder lægger sig op ad det, Verdensmålsambassadørerne kæmper for, og derfor danner en god ramme for dette arbejde.*

### Danmarks Biblioteksforening

*Bibliotekerne arbejder både på at være rammen for den demokratiske samtale lokalt men også at skabe et folkeligt engagement i en bæredygtig udvikling. Det kræver, at man tænker på tværs af siloer og traditionelle udtryksformer som netop Vartovs festival er et udtryk for.*

### Center for Grundtvigforskning på Aarhus Universitet

*Vi støtter varmt op om Grundtvigsk Forums festival.*



# ANSØGER

Den almenvælgørende forening Grundtvigsk Forum står bag Himmelblå. Foreningen, der fejrede 125 år i 2023, er sat i verden for at bringe N.F.S. Grundtvigs tanker om frihed, ånd og fællesskab i spil i en nutidig sammenhæng. Foreningens primære aktivitet er formidling af viden om det fælles samfund gennem en bred vifte af folkeoplysende aktiviteter, der giver perspektiv på demokrati og dannelse, liv og ånd.

Grundtvigsk Forum har siden januar 2022 øget antallet af medlemmer med mere end 50 procent. I samme periode er ca. 10 ungefællesskaber blevet en del af projektet 'Kredsløbet i Vartov', hvorigennem mere end 350 unge skaber egne aktiviteter og arrangementer i huset.

Grundtvigsk Forum betragter Himmelblå som en vigtig del af udmøntningen af foreningens aktuelle strategi, der blandt andet har som mål at bidrage til at forny folkeoplysning som genre.

Foreningen ejer og driver huset Vartov og har gjort det siden 1947. Foreningen har en årelang erfaring med at afholde kulturelle og folkeoplysende aktiviteter i huset – og har i den forbindelse blandt andet samarbejdet med Vartovkollegiet om udvikling af Maratonsang i Vartov, der hvert år den 21. juni samler flere tusinde mennesker til fællessang fra kl. 7 om morgenen, til solen går ned. Maratonsang har udviklet sig til en begivenhed, der finder sted i byer og huse flere andre steder i landet, og som samler på tværs af generationer.

## Kontaktoplysninger

**Sekretariatsleder Lise Korsgaard**

**M: lk@grundtvigskforum.dk**

**T: 5356 6459**

Grundtvigsk Forum  
Vartov / Farvergade 27 / 1463 KBH K  
CVR 56852417

Foreningen er momsregistreret

Læs mere på [www.grundtvigskforum.dk](http://www.grundtvigskforum.dk)



# BUDGET

<b>Tilskudsmodtagers navn: Grundtvigsk Forum</b>
<b>CVR: 56852417</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Himmelblå</b>

<b>Projektperiode:</b> 1. januar 2025 – 1. oktober 2027
--

<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	497.500		
<b>Øvrige tilskud</b>			
Tilskud fra fonde *	200.000		
Bidrag fra samarbejdspartnere **	50.000		
Billetindtægter ***	25.000		
Salg af mad og drikke	200.000		
Egenbetaling – lønudgifter	60.000		
Egenbetaling – iscenesættelse	200.000		
Egenbetaling – engagement	7.500		
Egenbetaling – kommunikation	50.000		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>1.290.000</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>Projektomkostninger</b>		
Projektudvikling – løn	100.000	
Produktion og afvikling – løn	120.000	
Evaluering og publikumsundersøgelse	25.000	
<b>Program</b>		
Kuratering – løn	37.000	
Honorarer	300.000	
Hardware	8.500	
<b>Iscenesættelse</b>		
Scene og teknik (inkl. lyd)	75.000	
Lys	10.000	
Inventar	15.000	
Mad-koncept (inkl. varekøb)	200.000	
<b>Engagement</b>		
Facilitering og koordinering – løn	18.500	
Forplejning	7.500	
Honorar	15.000	
<b>Kommunikation</b>		
PR og netværkskommunikation – løn	18.500	
Markedsføring og digital kampagne	250.000	
Grafisk arbejde	35.000	
Formidling og program	55.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>1.290.000</b>	

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

#### Kommentarer/forbehold:

\* Estimeret bidrag fra øvrige fonde er baseret på erfaringer fra fondsfinansiering af pilotprojekt i 2023

\*\* Bidrag fra samarbejdspartnere omhandler partneres egen-finansiering af honorarudgifter til programaktiviteter

\*\*\* Himmelblå er i udgangspunktet en festival med gratis adgang, men der sælges billetter til særlige events i løbet af ugen. Det kan fx være særlige seminarer, forestillinger med begrænset adgang eller andet. De estimerede indtægter baserer sig på erfaringer fra 2023.

#### OBS:

Er det ikke muligt at bevillige et treårigt tilskud, vil et mindre beløb til festivalen i 2025 også have stor betydning i udviklingen af den overordnede ambition.

# HISTORISKE DAGE 2025

Københavns Kommune  
Kultur- og Fritidsudvalget  
Rådhuset

København, den 9. februar 2024

## **Ansøgning om støtte til at gennemføre Historiske Dage 2025**

**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 2025, Øksnehallen 28.-30. marts 2025.

### **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 både 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. På grund af den store interesse ønsker vi at udvide festivalen med en dag (fredag), så Historiske Dage 2025 gennemføres fredag-søndag 28.-30. marts 2025.

### **Andre ansøgninger:**

Det samlede eksterne finansieringsbehov er på 1.700.000 kr. Vi søger også Augustinus Fonden, A.P. Møller Fonden og Spar Nord Fonden, som tidligere har støttet festivalen.

Folkeuniversitetets egenfinansiering til projektledelse og programadministration er på 400.000 kr.

**Ansøgt beløb:** 300.000 kr.

**Bilag:** Projektbeskrivelse og budget

# HISTORISKE DAGE 2025

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 PROJEKTBEKRIVELSE

Historiske Dage samler hvert forår 10.000 historieinteresserede af alle slags og de bedste hjemlige og internationale historieformidlere, som præsenterer historien på nye fascinerende måder. Fra seks 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 deltager i over 200 indsigtfulde, tankevækkende og farvestrålende events på scenerne, på gulvet og på pladsen foran Øksnehallen.

Historiske Dage 2025 afholdes i weekenden 28.- 30. marts 2025 i Øksnehallen i København.

Historiske Dage vil også i 2025 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 ligesindede, 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.

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 vante 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
- Præsentation af historiske dokumentarudsendelser
- Salg af historiebøger, smykker, dragter og historiske varer
- Servering og prøvesmagning af historisk mad og drikke
- Historiemagasin med journalistiske interviews og artikler om historie, historiebrug og historikere

## 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 vante 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.

Historiske Dage bliver formidlet og markedsført via et stort historiemagasin med journalistiske interviews og artikler om historie, historiebrug og historikere og med festivalens fulde program. Magasinet bliver trykt i et oplag på 200.000 stk. og distribueret som dagbladsindstik og via biblioteker, kulturhuse, museer og boghandlere i Stor-københavn. Storstilet outdoor-markedsføring i samarbejde med Københavns Kommune sikrer stor synlighed i byens strøggader og pladser med forventet omkring 150 banner-, infostander-, abribus- og plakatplaceringer.

Online markedsføres Historiske Dage gennem hjemmeside, bannerannoncer og sociale medier. Historiske Dage har 20.000 nyhedsbrevsabonnenter og 10.000 Facebook-følgere.

Endelig vil udstillerne og eksterne samarbejdspartnere blive inddraget i markedsføringen, bl.a. ved at distribuere festivalmagasin, ophænge plakater og tilbyde billetter via egne salgskanaler.

## IKKE-KOMMERCIEL KULTURBEGIVENHED

Historiske Dage 2025 arrangeres af Folkeuniversitetet i Emdrup. Folkeuniversitetet i Emdrup er hjemmehørende i Københavns Kommune, hvor man på 16. 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, en projektmedarbejder, en række freelancere og 150 frivillige.

Historiske Dages advisory board fungerer som rådgiver i forbindelse med forberedelse, gennemførelse og evaluering af Historiske Dage. Gruppen består af følgende personer:

- Direktør Julie K. L. Bouchet, Museum Nordsjælland
- Historiker Sine Maria Vinther, Roskilde Universitet
- Leder for historisk udvikling og Skoletjenesten Mie Ellekilde, Oplevelsescenter Nyvang
- Centerchef Andreas Bonde Hansen, Middelaldercentret i Nykøbing Falster
- Historiker og journalist Dorthe Chakravarty
- Direktør Asser Amdisen, Skoleskibet Georg Stage

Historiske Dage vil i 2025 genoptage og fortsætte samarbejdet med omkring 150 frivillige fra *KULTURENS Frivillige*, Saxo-Instituttet og Karise Efterskole.

## SUCCESKRITERIER

1. Minimum 10.000 besøgende gæster
2. Minimum 10 pct. besøgende børn og unge under 18 år
3. Minimum 60 pct. besøgende deltager i over 3 timer
4. Minimum 80 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos besøgende
5. Minimum 70 udstillere med egen studeplads
6. Minimum 70 pct. overvejende tilfredshed med Historiske Dage hos udstillere
7. Minimum 150 debatter, foredrag og events på seks scener

## MÅLGRUPPE

Historiske Dage henvender sig til den almindelige historieinteresserede dansker i bred forstand. Historiske Dage er for hele familien. På scenerne og blandt udstillerne vil der være noget for alle aldre og særlige tilbud for børn, blandt andet 'Det Historiske Laboratorium', som er et område i Øksnehallen dedikeret til skiftende oplevelser for børn og unge. Der er gratis adgang for børn og unge under 18 år.

## TIDSPLAN

- Forår 2024: Fundraising
- Forår 2024: Aftale med mediepartnere
- Forår 2024: Aftaler med udstillere
- Efterår 2024: Fortsat aftaler med udstillere
- Efterår 2024: Aftaler med oplægsholdere
- Efterår 2024: Programlægning og sidste aftaler på plads
- Efterår 2024: Start markedsføring og pr
- Januar-marts 2025: Markedsføring og pr intensiveres
- Marts 2025 Historiske Dage 2025 afholdes (28.-30. marts i Øksnehallen)
- April 2025: Evaluering af forløb og succeskriterier
- Forår 2026: Øksnehallen er booket 13.-15. marts 2026

## ØKONOMI

Historiske Dages samlede budget balancerer ved indtægter på 4 mio.kr.

Det samlede eksterne finansieringsbehov er 1.700.000 kr., hvoraf Københavns Kommunes Festivalpulje ansøges om 300.000 kr., som bl.a. skal gå til leje af udstillingssted og teknisk afvikling af festivalen, markedsføringsaktiviteter og dækning af udgifter til oplægsholdere. Vi har de senere år modtaget 200.000 kr. årligt fra Festivalpuljen. For at realisere ønsket om at uvide festivalen med en ekstra dag, ansøger vi i 2025 om 300.000 kr., som blandt andet skal dække de øgede omkostninger til leje af udstillingssted og teknisk afvikling af festivalen.

Folkeuniversitetets egenfinansiering til projektledelse og programadministration er på 400.000 kr.

## 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: Folkeuniversitet i Aarhus, Emdrup og Herning</b>
<b>CVR: 69386512</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Historiske Dage 2025</b>

<b>Projektperiode:</b> <i>01.05.2024-30.04.2025</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	300.000	250.000	
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) private fonde	1.400.000	950.000	
b)			
c)			
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	900.000	700.000	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) annonceindtægter, festivalmagasin	200.000	200.000	
b) salg af stande, udstillere	800.000	700.000	
c) egenfinansiering	400.000	400.000	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>4.000.000</b>	<b>3.200.000</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	900.000	850.000
Konsulentudgifter	300.000	250.000
Materialeudgifter	35.000	30.000
Transportudgifter	75.000	15.000
Opholdsudgifter	50.000	10.000
Fortæring, herunder møder	25.000	20.000
Diverse repræsentation	20.000	10.000
PR og markedsføring	1.000.000	950.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	30.000	30.000
Revisionshonorar	25.000	25.000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Leje af Øksnehallen, Onkel Dannys Plads, Råhuset mv.	1.150.000	800.000
b) Mad mv. frivillige hjælpere	75.000	60.000
c) Honorar, optrædende mv.	250.000	100.000
d) Diverse	65.000	50.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>		

<b>RESULTAT</b>	<b>4.000.000</b>	<b>3.200.000</b>
-----------------	------------------	------------------

**Kommentarer/forbehold:**



## Ansøgning til Festivals puljen - Københavns Kommune

### **Ansøger & Kontakt:**

J-Popkai  
CVR.Nr: DK-33023340  
AT: Meicki Jeldal - Kasserer  
Hørsholmsgade 18B 1 th  
2200 København N  
Email: bestyrelse@j-popcon.dk  
Tlf.Nr: +45 71 74 71 59

### **Projekttitlel:**

J-Popcon 2025



### **Dato og sted:**

D. 14-16. Februar 2025, DGI Byen (CPH Conference, Idrætshuset, Spisehuset og Øksnehallen.)

**Forventet antal Deltagere:** 120  
**Forventet antal Publikum:** 4000+

**Beløb der ansøges om:** 500.000 kr

## Om J-Popcon

J-Popcon er Danmarks største festival indenfor Japansk populærkultur, med over 24 års erfaring i at afholde festivaler. Vi har eksisteret siden år 2000 og er med til at skabe en arena for folk, både unge og gamle, der har interesse indenfor japansk popkultur. Over en weekend samles der over 4000 mennesker i DGI-byen og Øksenhallen, når vi afvikler J-Popcon.

Vi har stort fokus på mange facetter af Japan, men specielt vores 'Cosplay Show' er vi meget stolte af. Cosplay er et sammentræk af 'costume' og 'roleplay', hvori vores dygtige gæster laver store optrædelser. Vi sender også folk til Europa- og verdensmesterskaber, hvor det ikke er uvant at vi hiver top pladser hjem.

## Formål & Vision

Siden 2000 er J-Popcon blevet arrangeret og afholdt af passionerede frivillige, som har formålet er at skabe et fællesskab med interesse i Japansk populærkultur, der rækker ud over de basale rammer.

Det har altid været J-Popcons vision at skabe et rum for folk, der ikke har været set i det generelle mediebillede. I 2000 var Japansk populærkultur ikke hvermandseje, og selvom at det i 2024 er mere velkendt, så facilitere J-Popcon ikke blot et rum, der giver folk en indgang til Japansk populærkultur, men også en fordybning i kulturen. Vi skaber en arena, hvor vi både værner om japansk populærkultur, men også hvordan selvsamme kultur har floreret i Danmark. Blandt andet har vi ofte inviteret danske stemmeskuespillere fra anime-tegnefilm og oversættere fra japansk - dansk ind, som giver deres syn på samme sfære.

Vi bestræber os efter at få internationale gæster, og specielt fra Japan. Det er vores vision at give vores gæster det bedst indblik ind i den verden og de sfære som skabes fra Japan, og lave et trygt, diversst rum hvor alle føler sig velkomne. J-Popcon er i sandhed et unikum - noget man se længe efter at finde.

## J-Popcon og København

J-Popcon har altid været en del af København. Hvert år ses det mere, hvordan det skaber værdi for København. Bare det at det bringer en kultur mange måske ikke rigtigt kender til, såsom cosplay, som hvert år bliver mere og mere populært, især blandt unge, hvortil vi også ser prominente foreninger popper frem og støtter omkring ungdommen til cosplay og den Japanske kultur. Samtidig bringer vi også internationalt publikum fra alle verdens grænser, som kommer for at se hvad vi kan! Hen over årets løb har vi også flere små event som turneringer, workshops og fælles ture/events (biografbureau osv.). Vi ser også mere København selv tage øje på os som f.eks. Go'Morgen Danmark som vi var inde og lave et interview tilbage i februar 2023. Men også at Metro valgte os i år til at opsætte marketing på metrostationerne.

Allerede næste år vil vi også gerne forsøge at få flere institutioner til eventet om fredagen, som kan bruge det som en generel udflugt og skabe en oplevelse som kan skabe nye venskaber og mere!

## Udviklingen og fornyelse

Festivalen kommer med nye udvidelser hvert år. I '24 havde vi kæmpe rocade som gav mulighed for nye tiltag som kan tages effekt i '25, men det har kun været for det gode publikum og arrangørerne har kun mærket det som et skridt fremad og har givet connen en fornyelse i hvordan vi ellers har gjort det i så mange år!

Det generelle udgangspunkt er at vi altid vil gøre det bedre end forrige år og kigger altid på nye ting som kan gøre os mere effektive og skabe en bedre oplevelse.

Nogle af pengene vil blandt andet give mulighed for nye investeringer, bedre op- og ned-bygning samt meget mere.

Selvom festivalen har eksisteret i snart 25 år, gør vi en dyd ud af at nytænke os selv, og sørge for at vi også følger med tiden. Vi lytter til vores gæster, og lægger en ære i at have 'fingeren på pulsen', i vores lille miljø.

## **J-Popcon og samarbejdspartnere**

Vi har mange samarbejdspartnere i foreningslivet, blandt andet DGI og Landsforeningen BiFrost. Men der er også mange andre firmaer som støtter op omkring os og ser frem til eventet hvert år! Og så bare at nævne nogle få, så er der - NYX, WAKU WAKU, Faraos Cigarer, Nintendo (Bergsala), Ubisoft, Bandai Namco, Staedtler, Asmodee Nordics og mange flere.

Nogle som vi har samarbejdet med i form af events og er blandt andet Grand Teatret, Copenhagen gaming week, Copenhagen Sakura Festival (Embassy of Japan), CPH:DOX og listen vokser bare.

Men ikke mindst er der ALLE vores frivillige, som hjælper og støtter omkring diverse events, samt gophere som kommer år efter år som gælder der hvor der er mest brug for dem!

## **Erfaring**

Vi er en gruppe af frivillige som arrangerer connen, vi har blandet erfaring fra helt nye tilkomne frivillige fra nogle som har været med i mere end 10 år! Flere har erfaring fra andre events rundt om i landet, f.eks. Genki, som blev afholdt i DGI byen sidst i 2019. Men vi tager også brug af vores hverdags erfaringer fra uddannelser og arbejde til at gøre det til det vi kender det i dag.



## 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.

Aflys 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> J-Popkai
<b>CVR:</b> 33023340
<b>Festivalens/eventets navn:</b> J-Popcon 25

<b>Projektperiode:</b> 24/03/2024 - 24/03/2025
--

<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) - Ingen tilskud året før.</small>	<b>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</b>
Tilskud fra Københavns Kommune	500.000 kr.		Beløbet er for denne ansøgning
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>	0		
Billetindtægter	1.990.100 kr.		
Øvrige indtægter, specificeret	-		
a) Dealer Boder	330.000 kr.		
b) Mad Boder	30.000 kr.		
c) Artist Alley	55.000 kr.		
d) Salg af Drikkevarer mm.	250.000 kr.		
e) Leje af inventar (Blanding af Kirsebærtræer osv.)	10.000 kr.		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>3.165.100 kr.</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)
DGI Byen:		
a) Lokale leje	643.900 kr.	
b) Food & Beverage Afståelse	12.500 kr.	
c) Produktions Teknik	1.640.338 kr.	
d) Hotel: Dommere / vips	35.000 kr.	
Kort gebyrer (transaktioner)	50.000 kr.	
Lager Leje & Transport	62.000 kr.	
Marketing & Tryk	120.000 kr.	
VIPS & Dommere	150.000 kr.	
Vareindkøb (Snacks & kiosk)	60.000 kr.	
Personalegoder & Godtgørelse af kørsel.	60.000 kr.	
Forsikring	24.000 kr.	
Investeringer: Af nyt udstyr etc.	50.000 kr.	
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Koda Event Licens	12.000 kr.	
b) Vagter	70.000 kr.	
c) Udgifter til kvalifikationer	50.000 kr.	
d) Diverse artikler til afholdelse af event såsom kontor artikler osv.	50.000 kr.	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>3.058.238 kr.</b>	

<b>RESULTAT - (Overskud)</b>	<b>106.862 kr.</b>	
------------------------------	--------------------	--

**Kommentarer/forbehold:**

Alle indtægter og udgifter er inkl moms.

**Revidering:** Der vil komme en revidering i budgettet da vi er så tidlig ude i form af at der stadig er under 1 år til eventet så alle udgifter og sidste udgifter. Samt udgift for leje af DGI Osv. ikke anses 100%.

## ANSØGNING OM STØTTE TIL JØDISK KULTURFESTIVAL I KØBENHAVN 2025-2027



*Violinist Nicole Biegniewska ved Jødisk Kulturfestival 2023 – Foto: Bernard Hoch*

**JØDISK**  
KULTURFESTIVAL

Jødisk Kulturfestival i København søger hermed Kultur- og Fritidsudvalget om en treårig bevilling for 2025-2027 på i alt 1.200.000 kr. – dvs. 400.000 kr. til hvert af årene 2025, 2026 og 2027.

### **Dansk-jødisk kulturudveksling**

Jødisk Kulturfestival i København er en vigtig tilbagevendende begivenhed for den dansk-jødiske kulturudveksling. I 2024 løber den 13. kulturfestival af stablen - som altid den første uge i juni og med 70-80 aktiviteter. Alt sammen med udspring i jødisk kultur og med vægt på dansk-jødisk-københavnsk kultur.

Festivalen, som oplever stigende antal gæster år for år, er en af de førende jødiske kulturfestivaler i Europa, på trods af at vi er et lille jødisk samfund, og den er en fast tilbagevendende begivenhed for såvel danske jøder som københavnere i almindelighed.

### **Stigende antisemitisme**

Med den stigende antisemitisme og polarisering i samfundet ser vi, at kulturfestivalen udgør et vigtigt bidrag til at bygge broer, skabe forståelse og nedtone de aktuelle racistiske spændinger. Det Jødiske Samfunds bygninger i Krystalgade bliver i det daglige nødt til at være overvågede og lukkede for offentligheden. Derfor er vores kulturfestival - med mulighed for at være så åbne og dialogskabende som overhovedet muligt og invitere alle til at være med - måske vigtigere end nogensinde.

### **Mangfoldighed, brobygning og samvær**

Jøder er - trods den historisk gode sameksistens - en af Københavns minoritetsgrupper, og derfor har festivalen indslag, som opdyrker fællesskaber og samarbejder med andre minoriteter for at fokusere på alt det, der binder os sammen.

Vores vision er, at en jødisk kulturfestival skal vise mangfoldigheden i den jødiske kulturverden i en historisk, nutidig og fremtidig kontekst. På den måde kan vi udfordre fordomme og opretholde/genoprette den mangeårige sameksistens mellem det jødiske samfund og København, som i høj grad er blevet udfordret med krigen i Gaza og den stigende antisemitisme.

Vores kunstnere og gæster kommer fra Danmark og mange andre lande. De er inspireret og formet af de steder, de selv eller deres forældre kom fra, af familiernes nedarvede historier og fortællinger og af egen nysgerrighed overfor jødisk kultur. Festivalen giver dermed mulighed for et vigtigt samvær ikke alene jøder imellem, men i særdeleshed også mellem jøder og andre danskere og minoriteter, som også deltager aktivt både i events og i samtaler.

### **Tværkulturel festival**

Som en af de få festivaler er Jødisk Kulturfestival tværkulturel og tilgangen er både historisk og har et øje på at være jøde og minoritet i dag og i fremtiden. Her kan alle fordybe sig i musik, teater, dans, litteratur, kunst, guidede ture rundt i København samt debatter, talks, interviews, madworkshops - og imellem aktiviteterne snakke sammen og nyde mellemøstlig street food.



Konserterne har på forskellig vis det jødiske tilfælles fra mange steder i verden, og repræsenterer både det historiske og det helt nykomponerede, ligesom vi hvert år reserverer en koncert til at præsentere unge stjernesud på den klassiske musikscene.

På den måde giver festivalen også en vigtig plads til danske klassiske -, jazz - og klezmer musikere, såsom oboist Henrik Goldschmidt, som har startet Goldschmidts Akademi, jazzsaxofonist Benjamin Koppel og Bandet Mames Babegenush. 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.

En anden vigtig og meget populær kategori er foredrag, debatter og talks om et væld af forskellige emner, som trækker et stort og engageret publikum, som også selv kommer til orde.

Madkultur er også et af festivalens store tilbagevendende områder. Vi har bevæget os igennem workshops fra dansk/jødisk mad i samarbejde med Claus Meyer til internationale jødiske madtraditioner fra lande som Polen, Ungarn, Tjekkiet, Marokko og Østrig. Dette vil vi gerne udvikle mere på i løbet af de kommende tre år.

Denne sammensætning af vores program giver vores publikum mulighed for at få både oplevelser og underholdning, som er fornøjelig og let, men også alvorlig og giver stof til refleksion. Her er udveksling af erfaringer, viden og følelser og dermed også kimen til en bedre forståelse mennesker imellem.

Sådan ser vi kulturen. Den er et centralt medie til at bryde barrierer ned. Det har vi brug for som københavnere – uanset tro, baggrund eller tilhørsforhold.

### **Afgørende tid**

Derfor er det afgørende, at Jødisk Kulturfestival i de kommende år bliver endnu mere synlig. Festivalen er i dag baseret på frivillige kræfter, en enkelt deltidsansat medarbejder og begrænsede fondsmidler – det er uholdbart. Festivalen har gennem flere år med taknemmelighed modtaget 100.000 kr. i støtte fra Københavns Kommune, som har givet os mulighed for at tage mange nye initiativer og for at kvalitetssikre den kunstneriske oplevelse for københavnere. For at kunne fortsætte, er det nødvendigt med forhøjet tilskud, så vi kan arbejde målrettet med at udvikle festivalen.

### **Nye tiltag**

Vi ønsker at supplere kulturfestivalen med nye tiltag, der bl.a. rækker ud til den unge generation med positive og livsbekræftende fortællinger, som skaber rum for dialog og forståelse af vores kulturer gennem brug af forskellige kulturelle værktøjer.

Fx tiltrak et nyt tiltag med en kunstudstilling og art talks med unge kunstnere med dansk jødisk baggrund sig stor opmærksomhed og interesse sidste år. Det udbygger vi i år.

Vi tænker også, at standup comedy kombineret med youtubere, som vi har på programmet i år, vil være et spændende nyt tiltag som kunstform, og vi vil i den kommende treårige periode arbejde på at få flere teater- og danseforestillinger.

Et andet nyt område, som allerede føles som en helt integreret og uundværlig del af festivalen, er vores litteraturdag med fokus på nyudgivet jødisk litteratur, historie, filosofi og livsstil, som blev holdt på Nørrebro og i Krystalgade i efteråret 2022 og 2023. Litteraturdagene var meget velbesøgte og er nu blevet en tilbagevendende aktivitet for Festivalen.

Tilsvarende arbejder vi på gennem film og koncerter hen over året at placere kulturfestivalen som en del af alle københavneres kulturforbrug, I det hele taget holder vi os ikke tilbage fra at afprøve nye formater. Fx åbnede vi vores festival i 2022 med Rundetårns mure som vertikal dansescene.

### **Yderligere begrundelser for en treårig ansøgning:**

Jødisk Kulturfestival er en veletableret festival med fokus på fornyelse, udvikling, høj kvalitet, at promovere unge talenter og at samarbejde på tværs af kulturgener. 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 på et mere bæredygtigt grundlag, hvor vi kan arbejde videre med årets erfaringer og læringer og integrere dem i følgende års festival:

- Langsigtet og sammenhængende planlægning og mere fokus på at arbejde med indholdet.
- Bedre økonomisk stabilitet således at festivalen ikke skal have flere løse projektansættelser, og ikke miste værdifuld opbygget viden.
- 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 cirka 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.

### **Hvornår, hvor og med hvem**

Jødisk Kulturfestival i København finder altid sted den første uge i juni fra søndag til søndag og har synagogen og Det Jødiske Hus i Krystalgade som primære omdrejningspunkt. I Det Jødiske Hus har vi større og mindre lokaler, som kan bruges til alt fra debatter til dans og madworkshops. Synagogen er meget velegnet til fx de store koncerter, desuden giver den en helt speciel stemning og er også for en del af publikum en ny oplevelse i sig selv.

Københavns Kommunes festivalpulje:

**Ansøger:** Jødisk Kulturfestival i København /Det Jødiske Samfund

Side 4 af 8

Vi arbejder altid på at have events spredt i forskellige københavnske bydele bl.a. i sammenhæng med vores samarbejdspartnere i alle de tilfælde, hvor vi kan finde fælles grundlag.

I de senere år har vi bl.a. været på Dansk-Jødisk Museum, Den Sorte Diamant, Københavns Hovedbibliotek, Cinemateket, Grand Teatret, Folketeatret, SMK, Hirschsprungs Museum, Nationalmuseet og Designmuseum Danmark, Galleri Gl. Strand, Børsen, Chabadhuset, Kulturhaus, Carolineskolen, Deborah Centret (det jødiske plejehjem i København), Rundetårn og Trinitatis, Bremen teater og Niels Bohr Institutet.

I det hele taget arbejder vi meget gerne sammen med byens kulturinstitutioner også meget gerne i andre dele af byen. Vi er dog i visse tilfælde begrænset af, at vi altid skal tænke sikkerheden ind. Desuden har vi mange rundvisninger i Københavns gader og også på museer.

### **Samarbejder**

- Jødisk Kulturfestival har mange forskellige samarbejder – med foreninger og frivillige fra det jødiske samfund, med andre festivaler og med ca. 20 ambassader og deres repræsentanter.
- Vi fortsætter det vigtige samarbejde med jødiske kulturelle, sociale og religiøse foreninger, der er aktive i København, for at synliggøre diversiteten i den jødiske verden. Mange af foreningerne deltager i festivalen med events, de arrangerer.
- 70-80 frivillige hjælper med afviklingen af festivalen.
- Vi fortsætter og udbygger vores samarbejde med stærke kulturaktører og festivaler som KLANG, Equinox Kammermusikfestival, CPH Stage, København Danser og CPH:DOX, og vi er altid åbne for nye samarbejder, hvor det vil give ekstra værdi for gæster, festivalerne og dermed også København.
- Vores samarbejde med næsten 20 ambassader i København fra en lang række lande understreger også festivalens internationale karakter med stærk deltagelse af kunstnere og foredragsholdere fra mange lande og verdensdele. Vores internationale samarbejde har hidtil involveret: Belgien, Bulgarien, Canada, Cypern, England, Frankrig, Grækenland, Israel, Italien, Japan, Kroatien, Litauen, Marokko, Moldova, Nederlandene, Norge, Polen, Portugal, Rumænien, Rusland, Serbien, Slovakiet, Spanien, Sverige, Tjekkiet, Tyskland, Ukraine, Ungarn, USA og Østrig.
- Vi får besøg af mange udenlandske turister, hvilket også er vigtigt for København som en by med ambitiøse mål for turismeveksten, og Københavns turistbureauer er glade for at kunne reklamere for os.
- Jødisk Kulturfestival har været med til at gøre København til en kendt by blandt Europas jødiske kulturfestivaler, og vi har gennem årene samarbejdet med andre førende jødiske festivaler i Europa og Nordamerika.
- Set fra et nichefestivals perspektiv har vi formået at skabe et genkendeligt produkt blandt internationale bands inden for genrerne World Music og jødisk musik, og vi får mange henvendelser fra kunstnere, bands, journalister og forskere med interesse i promovning af jødisk kulturarv i Danmark og Europa.

Københavns Kommunes festivalpulje:

**Ansøger:** Jødisk Kulturfestival i København /Det Jødiske Samfund

Side 5 af 8

## **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.

Vi ønsker 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. For at få input til hvor det er muligt at blive mere bæredygtige, henvender vi os til andre festivaler, som har mere ekspertise på området, fx Copenhagen Cooking som hele tiden skal forholde sig til området.

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 ved at dele oplevelser, men også gennem viden og interessante og oplysende foredrag om historie, samfundsforhold mm. fra både danske og internationale navne – bl.a. gennem vores samarbejde med en lang række ambassader.

## **Formidling og markedsføring**

Festivalen har en målrettet markedsføringsstrategi. I 2024 fortsætter vi samarbejdet med 'Have Kommunikation'. Deres opgave er at sikre formidling i landsdækkende presse og lokalpresse samt radio og TV.

Derudover har vi en gruppe frivillige personer, der tager sig af følgende opgaver:

- Hjemmeside jkfestival.dk (tekster, visualisering, synlighed)
- Stort program med originalkunst på forsiden – trykkes i 5000 eksemplarer – distribueres til biblioteker, kulturcentre mm.
- Annoncesalg til programmet
- Sociale medier: Facebook, Instagram
- Promovering via Det Jødiske Samfunds hjemmeside og medlemsblad
- Promovering via over 30 jødiske foreningers hjemmesider
- Koordinering af promoveringsarbejde med kunstnere, ambassader og festivalens samarbejdspartnere
- Billetsalg via Politiken Plus, Ticketmaster og mindre distributører

## **Projektets organisering**

Jødisk Kulturfestival har en frivillig styregruppe, som afholder månedlige strategimøder. Der udarbejdes en strategi og aktivitetsplan for alle 12 medlemmer, som består af syv kvinder og fem 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, sponsorater og at stå for og skabe relation til samarbejdspartnere.

Det Jødiske Samfund i Danmark er paraplyorganisationen med et egetbidrag på 40.000 kr. og yder et kvalificeret bidrag i form af strategiudtænkning, 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 12 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. Festivalen har desuden en deltidsansat festivalkoordinator som eneste lønnede medarbejder.

### 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</b>

<b>Projektperiode: Der søges støtte til 2025 + 2026 + 2027</b>
--

Indtægter	Budget for 2025+2026+2027	Budget året før 2024	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	1.200.000	100.000	Der var bevilget 100.000 kr. pr år 2022-2024
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.</i> )	2.000.000	540.000	
a) Fonde	1.600.000	440.000	Skal søges i løbet af 2025-2027
b) Sponsorer	300.000	100.000	Skal søges i løbet af 2025-2027
c) Ambassader	100.000	0	
Honorarer	0	0	
Billetindtægter	495.000	130.000	Iht budget
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Annoncer	120.000	35.000	Skal søges i løbet af 2025-2027
b) Salg af drikkevarer	116.000	32.000	IHT-budget
c) Det Jødiske Samfunds underskudsgaranti	120.000	40.000	garanti
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>4.051.000</b>	<b>877.000</b>	

Udgifter	Budget 2025+2026+ 2027	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	1.230.000	296.000
Honorar musikere m.fl.	610.000	244.200
Konsulentudgifter	60.000	0
Materialeudgifter	45.000	10.000
Transportudgifter	160.000	52.500
Opholdsudgifter	130.000	22.900
Fortæring, herunder møder	85.000	19.600
Diverse repræsentation	30.000	0
PR og markedsføring	130.000	0
Kontorhold (telefon, porto mv.)	21.000	5.000
Revisionshonorar	0	0
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Events omkostninger	720.000	212.000
b) Instrumentleje. Lokale leje samt teknik	62.000	11.250
c) KODA	18.000	4.000
d) Nye kulturprojekter	750.000	0
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>4.051.000</b>	<b>877.450</b>
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>-450</b>

**Kommentarer/forbehold:**

Jødisk Kulturfestival har tidligere modtaget støtte fra Kultur- og Fritidsforvaltningen i Københavns Kommune i følgende år:

Jødisk Kulturfestival 2015-2018, 2020-2021 + 2022-2024: 100.000 kr. p.a.  
 Jødisk Kulturfestival 2019: 140.000 kr.

Grundet udvidet aktivitetsniveau jf. ansøgning søger Jødisk Kulturfestival om en 3-årig bevilling for perioden 2025+2026+2027. med 400.000 kr. årligt i alt 1.200.000 Kr.

**Kontaktoplysninger**

Jødisk Kulturfestival i København

Det Jødiske Samfund

Krystalgade 12, 1172 Kbh. K

CVR nr. 18227916

*(Det Jødiske Samfund er ikke fuldt momsregistreret)*

Festivalleder Jacob Zylber

tlf. 4054 9360 jacob@jkgfestival.dk

Festivalkoordinator Lizette Ottensten

tlf. 2023 7921 lo@jkgfestival.dk

## Klang Festival 2025 – 2027

Ansøgning til Københavns Kommune Festivalpulje, 28/3-24.

Klang Festival – Copenhagen Experimental Music ansøger hermed om en treårig støtteperiode. Vi ansøger om en legatportion á **DKK 500.000** per år for hvert af årene 2025, 2026 og 2027. I alt ansøges der om DKK 1.500.000.

Såfremt udvalget ikke kan bevilge et treårigt tillsagn, ønsker vi at komme i betragtning til et etårigt legat á DKK 500.000.

**Titel på projektet:** Klang Festival 2025 – 2027

### Kontaktoplysninger

**Klang Festival – Copenhagen Experimental Music**

v/ Filip Melo

Vesterbrogade 59

1620 København V

+45 3049 7978

dagligleder@klang.dk

CVR: 33005016

100% momsregistreret

Foreningsnavn: Klang – Copenhagen Avantgarde Music Festival

---

**klang.dk**

---

## Klang Festival 2025 – 2027

Uddybende projektbeskrivelse

### Festival, deltagelse, relevans og samarbejder

Klang Festival er Danmarks største festival for eksperimenterende musik. Med en åben og tværkunstnerisk profil, et stort fokus på publikumsarbejde samt højkvalitative nationale og internationale samarbejder, repræsenterer vi et stort udsnit af kunstarter indenfor kunstmusikgenren. Vi sigter imod 30 koncerter årlig i hovedstaden og vi står for op omkring 30 uropførelser hvert år.



Michael Hope, Klang 2023  
Foto@Alexander Banck-Petersen

Klang står for unikke og nichede musikoplevelser, der arrangeres for det Københavnske publikum. Med vores program, initiativer og tiltag, inspirerer vi til kreativitet, mod og sårbarhed hos både kunstnere og publikum. Vi vil fremme nysgerrighed og samtaler, som leder til håb og nye indsigter. Vi arbejder for indbydende og omfavnende koncerter, samtidigt som vi er radikale og banebrydende i det vi gør.

Klang Festival er siden 2009 udviklet sig til en etableret kulturorganisation i hovedstaden. I 2024 fejrer vi 15-års jubilæum og lancerer en ny grafisk identitet og hjemmeside, med blikket rettet mod publikumsudvikling, formidling og tværfaglige projekter.

Klang arrangeres i København og Frederiksberg og vi planlægger mindre arrangementer så som koncerter, workshops og foredrag hen over hele året og med et øget fokus på kranskommunerne. Blandt andet på Ama' Børnekulturhus i projektet 'BørneKlang' og i programsamarbejde med SV-Festival i Sydhavnen.

Rammetider for de kommende års Klang Festivaler (*med reservation for ændringer*), samt estimeret antal deltagere<sup>1</sup> og publikummer:

**Klang Festival 2025: 5. – 14. juni:** Deltagere: 140: Publikums mål: 3.000

**Klang Festival 2026: 2. – 13. juni:** Deltagere: 120: Publikums mål: 3.250

**Klang Festival 2027: 31. maj – 12. juni:** Deltagere: 120: Publikums mål: 3.500

Klangs gennemsnitlige besøgst Statistik mellem årene 2019 – 2023 har været omkring 2.200 besøgende per år<sup>2</sup>. I de kommende år er vores ambitioner at øge det årlige besøgstallet til et gennemsnit på 3.000 +.

For at yderligere styrke Klangs relevans i København som en international festival, sammenfører vi branchen i et stort gæsteprogram, i samarbejde med Edition Wilhelm Hansen, Edition•S og Art Music Denmark.

<sup>1</sup>Estimeret udefra de på nuværende tidspunkt indledte dialoger med samarbejdspartners, samt intentionelle samarbejder. Tallet er et estimat på hvor mange ensemblemedlemmer, komponister og øvrige deltagere der er knyttet til projekterne.

<sup>2</sup> Bemærk at statistikken inkluderer tre coronaramte festivaler, hvilket har haft en negativ påvirkning.



Repræsentanter fra festivaler, ensembler, forlag og journalister fra udlandet, bliver inviteret til at møde den danske branche, med formålet at skabe kulturudbytte, musikeksport og nye samarbejder.

## Vision

Klangs vision er:

- At inspirere til kreativitet, mod og sårbarhed hos både kunstnere og publikum for at fremme nysgerrighed og samtaler, der leder til håb og nye indsigter.
- At tilbyde et socialt og fagligt samlingspunkt for kunstneriske komponist- og kunstmiljøer.
- At sammensmelte lokale og internationale kræfter og at opbygge og styrke netværker.
- At facilitere events til unge, kunstneriske ildsjæle og give dem en scene og platform.
- At præsentere et væld af kunstneriske udtryksformer og arrangementsformater, således at alle borgere, uafhængig af alder og forhåndsviden, har et udvalg.
- At udvikle diversitet blandt de medvirkende såvel som publikum, at fordre deres viden om musik og til at opmuntre til samtale.
- At befæste Københavns position som national og international scene for den nyeste eksperimenterende musik.

Vi stræber efter at skabe unikke oplevelser for publikum med afsæt i et mangfoldigt kunstnerisk landskab af nyskabelse, sanselige oplevelser, deltagelse og dialog.

Vi laver målrettet kurateringen i de kommende år, for at skabe en tydeligere ramme for festivalens indhold. Som festival bestræber vi os på at komme ud over vores eget netværk og udvikle tendenser i miljøet både nationalt og internationalt.

Vi gør det, gennem at arrangere koncerter rundt om i byens forskellige scener og lokationer: At tage musikken til publikum og ikke omvendt.

I de kommende år vil vi lægge særlig vægt på:

- **2025:** Lydkunst og elektronisk crossover med fokus på projekter, der udvisker grænserne mellem elektronisk musik/lydkunst og partiturmusik.
- **2026:** Eksperimentel musik i det offentlige rum: at tage musikken udendørs, med det formål at udvide vores publikum og placere os i nye kontekster.
- **2027:** Kammermusikken med et nyt koncept: et udvalg af vores publikum inviteres til at være gæstekuratorer.

## Samarbejdspartners

Klang Festival har et bredt netværk af faste samarbejdspartner, herunder:

- **Institutioner i København/Hovedstade:** Den Sorte Diamant, Det Kongelige Teater, Danmarks Radio, Musikmuseet, Statens Museum for Kunst, Tivolis Koncertsal, KU.BE på Frederiksberg, Det Kgl. Danske Musikkonservatorium, Ama' Børnekulturhus m.fl.
- **Aktører & brancheorganisationer:** Art Music Denmark, Edition•S, Edition Wilhelm Hansen og Goethe Institutet.

- **Fremtidige samarbejdspartener:** Vi planlægger samarbejder med bl.a. Ungdomsøen, Union på Nørrebro og Alice, m.fl.
- **Andre festivaler & foreninger:** Strøm-Festival (DK), Bloom (DK), Ultima (NO), Heroines of Sound (DE), Sound of Stockholm (SE), Another Sky (UK), MINU (DK) og SV-festival (DK), Lydbrøndende (DK), Second Sound (DK)

Derudover har *Klang Festival* en tæt kontakt med internationale og nationale komponister, kunstnere, musikere, ensembler og andre festivaler. Vi er altid på udkig efter nye koncepter, samarbejder og fremtidige projekter.

## Udvikling og fornyelse: projekter, koncepter og nye tiltag for øget diversitet og inklusion

Klang omfavner oplevelser i store og små sammenhænge: alt fra store forestillinger og koncerter (ensembler, tværkunstneriske og sceniske projekter) til oplevelser helt tæt på (intime late night koncerter, solo- og performancekunst).



### Samtidsmusik for alle

#### BørneKlang

'BørneKlang' er vores børne- og familiefestival, rettet imod målgruppen 0-12 år og arrangeres i nært samarbejde med kulturhuset KU.BE på Frederiksberg.

Vi introducerer børn og unge til den klassiske eksperimenterende musik i et kreativt børneformat, som inviterer ind i leg, lyd og bevægelse.

Formålet er at vække børn og unges nysgerrighed og gejst for en anderledes verden af lyde, instrumenter og oplevelser.

BørneKlang præsenterer koncertoplevelser, undervisningsforløb og workshops under ledelse af bærende danske (og internationale) kulturaktører, der særlig arbejder med børn i forskellige alderstrin.

De kommende år er konceptet et endags program, der gentages under tre dage. Den første dag inviteres institutioner ind; Den anden dag åbner vi for publikum; Den tredje dag rykker vi ud til Ama' Børnekulturhus. Ambitionen er at udvide konceptet med satellitter, hvor vi vil tage ud til andre kulturhuse i Københavns omegn.

#### NyKlang

'NyKlang' er et initiativ, søsat i 2023, der bygger bro til de unge voksne komponister ved at give dem erfaring med at arbejde professionelt i en festivalsammenhang. Hen over et halvt år bliver de vejledt i processen 'idé til færdig produktion', med en hel dag i Klang Festivals program.

NyKlang er udsprunget af BørneKlang, ud fra et ønske om at hjælpe fremtidige komponister på vej. Projektet retter sig typisk til MGK-studerende eller andre komponister og/eller musikere, der endnu ikke er påbegyndt

studier ved et musikonservatorium. Projektet er bygget op i tre faser: Et indledende symposium; En workshop under ledelse af mentorer: En koncertpræsentation under festivalen.

Deltagerne får erfaring med at samarbejde og planlægge en koncert, at skabe musikken, samt at gennemføre og evaluere et projekt fra a til z under de professionelle rammer, som Klang Festival tilbyder og sætter op.

## Bæredygtigt musikmiljø

Vi ønsker at arbejde for et bæredygtigt musikmiljø: for vores kunstnere og bidragsgivere. Med en viden om, at projekter og nye værker alt for ofte kun realiseres en enkelt gang, vil vi arbejde for at muliggøre, at projekter lever videre efter deres premiere og får nyt liv i andre kontekster. Når et projekt gentages, skaber det også bæredygtighed hos vores bidragsgivere og bliver ikke kun en 'engangsinvestering'. Derudover kan indsatsen også styrke vores egen markedsføring og øge vores tilstedeværelse og synlighed hen over hele året.

Sammen med aktører og kulturinstitutioner vil vi gøre musikken mere tilgængelig ved at genopfører værker. Det gør vi blandt andet i et nystartet samarbejde med 'Lydbrøndende' på Frederiksberg eller i med vores tilbagevendende partner, den Berlinske festival 'Heroinen of Sounds', hvor vi er fælles om en koncert.

## Diversitet, inklusion og udvikling

Klang Festival prioriterer mangfoldighed blandt publikum og kunstnere. Vi arbejder aktivt på at forbedre repræsentationen af kvinder, LGBTQIA+ og BIPOC<sup>3</sup> i vores programkuratering. I 2024 og 2025 har vi f.eks. en historisk høj repræsentation af kvindelige komponister med over 50%.

Vi er opmærksomme på repræsentationen af personer indenfor LGBTQIA+ og planlægger events som paneldebatter og koncerter med særlig fokus på denne diskurs.

Vi erkender behovet for større etnisk diversitet, især med fokus på BIPOC, og deltager i workshops for at uddybe vores egen forståelse på området. 'Future Sounds Residency' er et eksempel på projekt, hvor vi initierer et samarbejde med Struer Tracks og MINU Festival, for at fremme kunstnerisk mangfoldighed gennem et residensprogram og koncerter på de respektive festivaler.

Vi ønsker at engagere os mere med Grønland og vil booke mindst én grønlandsk kunstner, hvert af årene 2025-2027. Det gør vi blandt andet i et samarbejde med Århus Sinfonietta.

## Festivalen som samlingspunkt

Klang Festival er et samlingspunkt for festivalens gæster. Vi har et ønske om at styrke det sociale rum, der opstår både inden, mellem og efter koncerterne. Vi vil i endnu højere grad understøtte den gode stemning og mulighederne for at mingle med både venner og nye bekendtskaber.

Derudover vil vi løbende under festivalen facilitere musiksnak, dialoger og fællesspisning, som planlægges i forbindelse med festivalens koncerter.

---

<sup>3</sup> BIPOC: *Black, Indigenous, and people of color*. Udtalt "bye-pock". Dette er en term specifik fra USA, der har til formål at fokusere på oplevelserne af sorte og oprindelige befolkningsgrupper samt demonstrere solidaritet mellem forskellige farvede samfund.

## Frivillighed på Klang

Klang er intet uden sine frivillige – vores ansigt udadtil. Uden dem ville vi ikke have en Klang Festival og vi har gennem årene stolt kunne se tilbagevendende ildsjæle. Fælleskabet blandt vores frivillige er derfor noget vi plejer, med et ønske om at skabe en stærk frivilligruppe, knytter relationer, opbygger viden og hjælper os med at bære kulturen videre. Det gør vi gennem frivilligmøder både inden og efter festivalen og ved at give ansvar under festivalen.

## Pelle Prisen

Traditionen tro uddeles også Pelle-Prisen til Pelle Gudmundsen-Holmgrens minde, og er et samarbejde med Edition Wilhelm Hansen og Pelles enke. Prisen går til en ung komponist og en ung musiker, som har gjort sig bemærket for deres rebelske og modige ånd. Prisen hylder det særlige møde, der finder sted mellem den komponist, der tør udfordre tidens normer og de fremragende musikere, der realiserer og fortolker denne musik.

## Program 2025-2027<sup>4</sup>

### Klang Festival 2025

- **Oslo Sinfonietta & Andreas Borregaard** (NO/DK); PERSONHOOD – en grænsebrydende, teatralisk accordeonkoncerto.
- **Ensemble Intercontemporain** (FR); med musik af BIPOC-komponister.
- **Athelas Sinfonietta & Vinyl Terror&Horror** (DK); lydkunst, video og musik for en biograf.
- **LydPort & Neko3** (DK); nyt projekt med lyde fra naturlige fermenteringsprocesser.
- **Ensemble Contrechamps** (CH); GLIA: en nyskrevet version af Maryanne Amacher (USA). I samarbejde med Strøm Festival og Affected (DK).
- **K!ART Ensemble & Jenny Graf Sheppard** (DK); på en tur til Ungdomsøen udforskes de kulturelle og psykologiske implikationer af 'ø-tilstand'.
- **Kirstine Lindemann & Ly Tran** (DK); koncerteksploration af den menneskelige stemme.
- **CRAS Ensemble & Anton Lindström** (DK/SE); hjemmelavede instrumenter og kontraster mellem det naturlige og det teknologiske. Bestilt af Klang.
- **Figura & Quatour Bozzini** (DK/CAN); ny musik for børn til BørneKlang.

### Klang Festival 2026

- **Red Note Ensemble & Kathy Hinde** (UK); for de unge spilles *Flock, der* bygger på fuglemigration.
- **Studio Dan** (AUS); *In an open space* af James Tenney (USA).
- **Ensemble Handwerk** (D); konceptkoncert gennem byens gade på cykel.
- **Neko3 & Signe Heinfelt** (DK); et nyt værk i det kirkelig rum, der udforsker dopplereffekten gennem live musik og elektronik.
- **Sophia Sagaradze & NJYD** (GE/DK); udforsker psykologi gennem elektronisk og akustisk musik. Bestilt af Klang.
- **Aarhus Sinfonietta** (DK); det første af et flerårigt samarbejde med unge komponister.

---

<sup>4</sup> Med reservation for ændringer. Programmet er et udvalg af på nuværende tidspunkt indledte dialoger med samarbejdspartners, samt intentionelle samarbejder.

- **Christian Skjødt Hansen** (DK); lydkunstprojekt udviklet i samarbejde med Niels Bohr Institutttet.

## Klang Festival 2027 (og fremover)

- I 2027 ønsker vi at udvide vores kurateringsproces ved at inddrage et udvalg af publikumsmedlemmer, der sammen med Klang kuraterer dele af festivalen. Initiativ sigter mod at styrke det offentlige engagement og skabe et fælles ejerskab, samtidigt med at vi udforsker festivalens inkluderende.
- **Throat Pleats Ensemble** (AU); *The Macroplastic Workout*: performativ installation med musik, koreografi og en vild scenografi.
- **Oblivia** (FIN); ny musisk teater, der udforsker antropocæn-æraen. Udviklet af Klang i samarbejde med Ultima Festival (NO) (TBA).
- **The Loss Project** (UK); bearbejder tab og sorg gennem eksperimentel musik.
- **Olivia Shortt** (CAN); er en af Canadas indfødte og arbejder med spørgsmål omkring afkolonisering og reatriering.

## Markedsføring og formidling

Til 2025 udvikler vi en ny markedsføringsstrategi, som blandt andet kommer at indeholde:

- KlangCast og interviews
- Traditionel markedsføring i vores SoMe kanaler
- Billetkampagner: early bird, to-for-en, påskejagt og morsdag gave, mv.
- Satellitarrangementer hen over hele året, herunder programreleasekoncert inden festivalen

## Grafisk identitet og hjemmeside

I 2024 lancerede Klang Festival en ny grafisk identitet, et nyt logo og en fornyet og opdateret hjemmeside, med forbedret struktur og udseende, samt integration med vores sociale medier via API. Hjemmesiden er festivalens hovedmotor for al kommunikation, hvorfra vi deler opslag af nyheder, koncerter og arrangement. Med dette tiltag ønsker vi en bredere kommunikation og et opdateret look, som taler til en bredere målgruppe og svarer til det festivalen er i dag.

## KlangCast

I 2023 lavede vi tre pilotafsnit af KlangCast – vores egen podcast serie. I de kommende år vil vi løbende publicere interviews og samtaler med udvalgte kunstnere både op til og efter festivalen. Podcasten kommer til at være tilgængelig på vores hjemmeside. Vores ambition er at lave 8 afsnit (4 pr. sæson). I KlangCast kommer lytterne i dybden med æstetik, tendenser og kuriosa. KlangCast er et supplement for dem, der gerne vil dykke yderligere ned i festivalen, vores kunstnere og de kreative processer.

KlangCast præsenteres i samarbejde med The Lake Radio.



Klang 2023  
Foto©Alexander Banck-Petersen

## Satellitter

Gennem at udvide Klangs aktivitetsperiode til også at omfatte begivenheder udenfor festivalperioden, sætter vi spot på samtidsmusikken året rundt. Vi ønsker, at gå i dialog med andre institutioner og samarbejdspartnere om at gentage koncerter eller skabe nye formater og projekter. I 2023 havde vi muligheden at samarbejde med Statens Museum For Kunst, hvor Klang kuraterede tre koncerter spredt ud hen over hele året. I de kommende år samarbejder vi blandt andet med foreningen 'Second Sound', hvis formål er netop at gentage koncerter og værker.

Et af vores nøgleinitiativer er programreleasekoncerten, som afholdes 3 måneder før festivalen, hvor vi løfter på sløret for hele det kommende års festivalprogram i form af en koncert/kickstart-event.



Foto@Alexander Banck-Petersen

## Generel markedsføring

Udover ovennævnte strategier og tiltag laver vi mere generel markedsføring. Vi tilbyder et komplet festivalprogram i en dansk og en engelsk version og er synlige over hele København via festivalplakater, flyers mm.

Med vores forskellige samarbejdspartners og årets kunstnere, laver vi målrettet kommunikation på forskellige niveauer, primært via Klangs hjemmeside, i SoMe og med annoncer i udvalgte medier.

## Organisation

### Bestyrelse

Martin Malmgreen (Formand)  
Trine Boje Mortensen  
Maria Frej  
Johan Klint Sandberg

### Daglig ledelse

**Filip Melo** er uddannet komponist og har produceret koncerter hele sin karriere. Har været ansat som daglig leder på Klang siden 2021.

### Kunstnerisk ledelse

**James Black** er uddannet og virksom som komponist og er siden 2022 ansat for at varetage den kunstnerisk vision for Klang.

Derudover består sekretariat af 3-4 projektansatte medarbejdere. Under festivalperioden er der yderligere ca. 5-15 personer knyttet til Klang, afhængigt af produktionens omfang og hvad type projekter, vi laver.

Tak for jeres tid.

De bedste hilsner,  
Filip Melo & James Black  
*Klang Festival*

# Klang Festival

Tilskudsmodtagers navn: KLANG - Copenhagen Avantgarde Music Festival

Projektitel: Klang Festival 2025-2027

CVR: 33005016

Projektperiode: 1/10-2024 – 30/9-2027

Regnskabsår 1: 1/10-2024 – 30/9-2025

Regnskabsår 2: 1/10-2025 – 30/9-2026

Regnskabsår 3: 1/10-2026 – 30/9-2027

28.03.2024

## BUDGET 2025-2027

## BUDGET 2024

(Året før)

	2025		2026		2027		2024
	BUDGET		BUDGET		BUDGET		BUDGET
	år 1/3		år 2/3		år 3/3		per 7/2-24
INDTÆGTER							Nuværende bevilling
<i>DKK, ex. moms.</i>							
TILSKUD							
ANSØGES							
København Kommune - Festivalpuljen (2025-2027)	<i>ansøges</i>	500.000	<i>ansøges</i>	500.000	<i>ansøges</i>	500.000	bev. 300.000
TILSKUDSOVERSIGT							
Stat og Kommune ansøges eller venter		560.000		560.000		660.000	20.000
Stat og Kommune bevilget		250.000		75.000		-	443.000
Private fonde ansøges eller venter		1.426.250		1.872.000		2.010.000	83.750
Private fonde bevilget		128.750		-		-	1.524.250
Komponistaftaler skal ansøges		280.000		400.000		450.000	-
Komponistaftaler bevilget		70.000		-		-	312.000
Egenindtægter							
Billetindtægter	<i>est.</i>	80.000	<i>est.</i>	90.000	<i>est.</i>	100.000	<i>est.</i> 70.000
Annoncesalg mv.	<i>est.</i>	20.000	<i>est.</i>	25.000	<i>est.</i>	25.000	<i>est.</i> 15.000
Partnerbidrag	<i>est.</i>	50.000	<i>est.</i>	50.000	<i>est.</i>	50.000	<i>est.</i> 50.000
Egetbidrag	<i>est.</i>	50.000	<i>est.</i>	50.000	<i>est.</i>	50.000	<i>est.</i> 50.000
Henlæggelse til faglige aktiviteter (fra 2023; afvikles i 2024)							65.000
<b>TILSKUD TOTAL</b>		<b>3.415.000</b>		<b>3.622.000</b>		<b>3.845.000</b>	<b>2.933.000</b>
UDGIFTER							
Produktion							
Venues og prøvelokaler		100.000		100.000		100.000	70.000
Scene etc.		80.000		80.000		100.000	60.000
Lyd, lys og instrumenter		120.000		120.000		130.000	120.000
Transportudgifter		80.000		100.000		120.000	70.000
Opholdsudgifter		100.000		120.000		130.000	70.000
Forplejning, herunder møder		50.000		60.000		60.000	30.000
Royalties		35.000		35.000		35.000	30.000
Merchandise		25.000		20.000		15.000	20.000
Forsikring		25.000		25.000		25.000	20.000
Diverse		15.000		15.000		15.000	20.000
<b>Produktion total</b>		<b>630.000</b>		<b>675.000</b>		<b>730.000</b>	<b>510.000</b>

\*1)

\*2)

\*2)

\*3)

\*1)

\*1)

PR, markedsføring og repræsentation	130.000	150.000	160.000	120.000
Kontorhold	120.000	120.000	120.000	80.000
Kontinuerlig festivaludvikling	-	-	-	65.000
<b>Løn og honorar</b>				
Komponisthonorarer	350.000	400.000	450.000	358.000
Medvirkende honorar	900.000	950.000	1.000.000	600.000
Produktionsløn	550.000	560.000	580.000	500.000
PR & markedsføring	115.000	120.000	125.000	90.000
Administrationsløn	600.000	625.000	650.000	590.000
<b>Løn og honorar total</b>	<b>2.515.000</b>	<b>2.655.000</b>	<b>2.805.000</b>	<b>2.138.000</b>
Personaleudgifter	15.000	15.000	15.000	15.000
Finansielle poster	5.000	7.000	15.000	5.000
<b>Udgifter total</b>	<b>3.415.000</b>	<b>3.622.000</b>	<b>3.845.000</b>	<b>2.933.000</b>
<b>Balance</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

### Kommentarer/Forbehold

Budgettet indeholder Klangs totale årlige budget inklusive drift og administration, samt produktionsomkostninger, herunder større projekter og egenproduktioner som: BørneKlang, Personhood, Athelas & VTH  
Projektbudgetter kan eftersendes.

**\*1) 2024:** Herunder 40.000 DKK til internationalt gæsteprogram (ophold & rejser til gæster) i samarbejde med Edtion Wilhem Hansen, Edition\*S og Art Music Denmark.

**\*2) Hele budgettet:** Komponisthonorarer dækkes primært af Statens Kunstfond bestillingsopgaver til komponister samt af Dansk Komponistforening Bestillingspulje. Resterende dækkes af Klangs generelle midler.

**\*3) 2024:** Takket vare flerårige aftaler med Københavns Kommune og Statens Kunstfond har festivalen valgt at afsætte ressourcer i 2022, 2023 og 2024 til udvikling af festivalen, der bliver endelig realiseret 2024. I praksis benyttes ressourcerne i udviklingsarbejdet til ekstra medarbejder- og bestyrelsestid foruden assistance fra konsulenter og digital udvikling.

### Finansieringsplan

#### Vigtigste fonde & legater som søges til Klang Festival

Klang ansøger om og modtager hvert år støtte fra en række bidragsydere, stat og kommune. Blandt vores hovedsponsorer findes blandt andet: Wilhelm Hansen Fonden, Augustinus Fonden, William Demant Fonden, Det Obelske Familiefond, Statens Kunstfond, Københavns Kommune Musikudvalg samt lokaludvalg, Dansk Komponistforening, Knud Højgaards Fond, Dronning Margrethe og Prins Henriks Fond, Frederiksberg Kommune, Frederiksbergfonden, Louis-Hansen Fonden, Politiken-Fonden, KODA kultur, m.fl.

- Klang modtog i støtte fra Københavns Kommune i en treårig støtteperiode 2022-2024, med et beløb á DKK 300.000 kr, hvert af årene 2022, 2023, 2024: I alt DKK 900.000.

Ovenstående fonde, m.fl., ansøges i alt hvert af årene	2025	2026	2027
Stat og kommune	1.310.000	1.135.000	1.160.000
Private fonde	1.905.000	2.272.000	2.460.000
Hvoraf bevilgede midler på nuværende tidspunkt:	Statens Kunstfond, Frederiksbergfonden, Det Obelske Familiefond, Louis- Hansen Fonden, Dansk Komponistforening	Frederiksbergs kommune	Ingen bevillinger



København, 1. april 2024

KLAP – teaterfestival for små & store

## **ANSØGNING TIL FESTIVALPUJLEN**

### **KONTAKTOPLYSNINGER**

Teatercentrum i Danmark  
Nørregade 26, 1. sal  
1165 København K  
Direktør Dorthe Skøtt Bébe  
[db@teatercentrum.dk](mailto:db@teatercentrum.dk)  
+45 21 29 17 67

[www.teatercentrum.dk](http://www.teatercentrum.dk)

CVR-nr.: 25 87 56 48  
Teatercentrum er ikke momsregistreret


### **PROJEKTETS TITEL**


KLAP – teaterfestival for små & store  
[www.klap.nu](http://www.klap.nu)

### **PROJEKTBEKRIVELSE**

KLAP – teaterfestival for små og store er verdens største festival af sin art med scenekunst for børn og unge. Festivalens formål er at præsentere levende, professionel scenekunst for børn og unge, i deres hverdag i institution og skole og i deres fritid med forældre, bedsteforældre eller kammerater uanset økonomisk og social baggrund.

Festivalens formål er også at præsentere dansk børne- og ungdomsteater for kulturkonsulenter, bibliotekarer, lærere, pædagoger, kulturinstitutioner og andre teaterarrangører fra hele Danmark og for festivalarrangører fra resten af verden – de såkaldte formidlere.





Festivalen styrker børnene og de unges møde med æstetiske processer og kan fungere som fagligt funderet afsæt for kompetenceudvikling af deres voksne. Mødet med scenekunsten og scenekunstens værktøjskasse kan også i høj grad bruges til at højne trivselen blandt kommunens børn og unge og styrke fællesskabet.

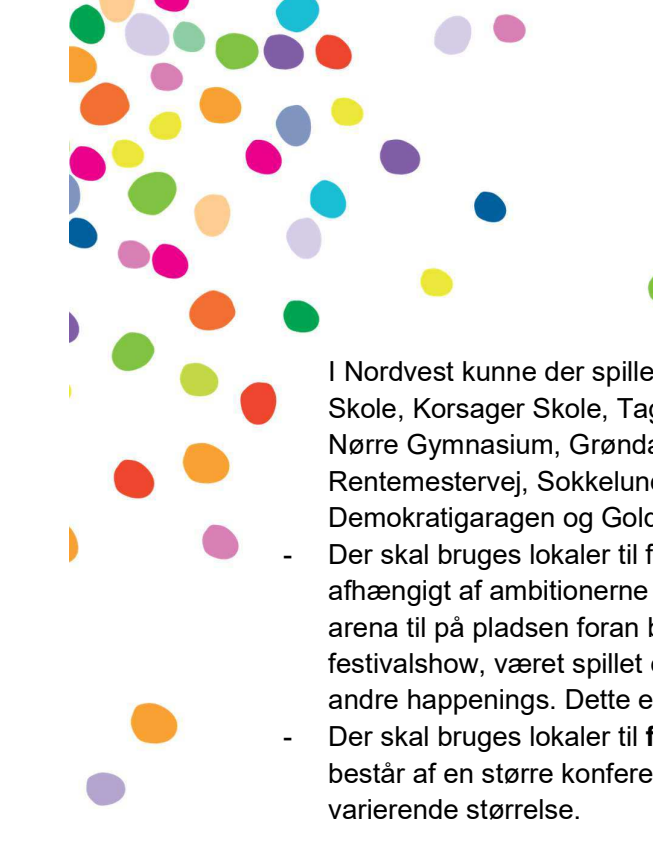
Festivalen har fra 2024 skiftet navn fra Aprilfestival til KLAP. Dette er sket som et led i en større rebranding af festivalen.

## HVORNÅR OG HVOR FINDER PROJEKTET STED

KLAP – teaterfestival for små og store finder sted fra den 19.-26. april 2026. Festivalen kan forankres i det område i København, som danner den bedste ramme for kommunens vision for udvikling af scenekunsten og som samtidig kan møde de lokale-mæssige behov forbundet med festivalen. Festivalen afvikles på en blanding af skoler og institutioner, kulturinstitutioner, kommunale kulturhuse m.m. Festivalen kan med fordel bruges til at skabe større opmærksomhed om netop de lokaliteter, der udvælges som enten spillesteder eller opholdssted for festivalens deltagere og besøgende. Derfor anbefales det at inddrage lokale kultursamlingspunkter eller lokale børne- og ungdomsteatre i arbejdet med festivalen, så festivalen også kan bruges til at understøtte den nye scenekunstsatsning i København.

Festivalen kan altså afholdes på Amager, på Østerbro, i Nordvest, eller hvor Københavns Kommune end finder det formålstjenesteligt – alt efter kommunens vision for by-, børne- og scenekunstudvikling. Der er brug for lokaliteter til følgende aktiviteter, som her er anskueliggjort med lokale-eksempler i Nordvest. Beslutningen om den præcise beliggenhed er en fælles beslutning mellem kommunen og Teatercentrum:

- Der skal bruges et **festivalcentrum**, der både kan rumme festivalsekretariat, informationscenter, billetudlevering og festivalcafé. I Nordvest kunne det være Energicenter Voldparken.
- Der skal bruges **50-60 lokaler til at spille forestillinger i**. Lokalerne skal være af varierende størrelse og en blanding af klasselokaler, gymnastiksale, festsale, store idrætshaller og professionelle scener. I ugens løb spiller festivalens forestillinger på skoler og institutioner i hele det område, hvor festivalen foregår. I weekenden samles forestillingerne på et mere koncentreret geografisk område. Til teaterbrug er det afgørende, at lokalerne har de rigtige dimensioner til de enkelte forestillinger. Først på efteråret forud for festivalen måler Teatercentrums medarbejdere lokaler op i et meget større antal (op mod 150 forskellige lokaler), så der er en bruttoliste at tage af, når den konkrete programlægning går i gang efter teatrenes tilmeldinger. Større lokaler som haller, professionelle scener og private venues reserveres normalt i meget god tid og eventuelle foreningsaktiviteter aflyses, så der er plads til teaterforestillingerne, også i weekenden.



I Nordvest kunne der spilles weekendforestillinger på Tingbjerg Skole, Husum Skole, Korsager Skole, Tagensbo Skole, Grøndalsvænge Skole, Efterslægten, Nørre Gymnasium, Grøndalscentret, Tingbjerg Bibliotek, Biblioteket på Rentemestervej, Sokkelundlille, Teatergruppen Batida, Glad Teater, Demokratigaragen og Goldschmidts Musikakademi.

- Der skal bruges lokaler til festivalens **åbningsevent** og lignende større events, der afhængigt af ambitionerne kan foregå på alt fra et stort teater, i en festsal, hal eller arena til på pladsen foran biblioteket. Nogle år har der været produceret et særligt festivalshow, været spillet en særlig gæsteforestilling, arrangeret karavaner eller andre happenings. Dette er op til festivalens arbejdsgruppe det pågældende år.
- Der skal bruges lokaler til **festivalens faglige inspirationsprogram**, som både består af en større konference, seminarer, kursusvirksomhed og møder af varierende størrelse.

## FESTIVALENS PROGRAM OG OMFANG

KLAP – teaterfestival for små og store består af et **hverdagsprogram for skoler og institutioner** mandag-torsdag, hvor alle deltagende forestillinger spiller to gange hver i daginstitutioner og skoler i dagtimerne.


Alle forestillingerne spilles også to gange hver i dagene fredag-søndag i **festivalens offentlige program** og som et antal offentlige forestillinger på hverdageftermiddage og -aftener. Herudover kan der arrangeres ekstra forestillinger i hverdage for særligt udvalgte grupper efter kommunens ønske. Det kan være udfordrede eller udsatte børn og unge, unge mødre, boligsociale områder, udvalgte virksomheder m.m.

KLAP byder også på et **inspirations- og fagprogram**, der i disse år er under udvikling. KLAP – teaterfestival for små og store er ikke bare en festival med teaterforestillinger.

Det er en vidensfestival, der formidler viden om scenekunst for børn og unge. Der laves derfor et fagligt program med oplæg, kompetenceudvikling, debat, samtaler, nye tendenser og inspiration for både kunstnere, kuratorer og børnenes voksne, lærerne og pædagogerne. Fra festivalen i 2024 er fokus intensiveret på børnenes professionelle voksne med et tilbud om særlige kurser for de lokale lærere og pædagoger i scenekunstens muligheder i forhold til børn og unges dannelse og uddannelse.

Festivalen har et særligt **ungeprogram**, der arbejder med kulturcrew, hack the theater og mødet mellem unge scenekunstentusiaster og de kommende scenekunstnere.

Endelig er der festivalens **internationale visitor program**, hvor festivalplanlæggere fra hele verden kommer til Danmark for at se og købe børne- og ungdomsteater til netop deres hjørne af verden. Festivalen præsenterer typisk også et eller to **internationale gæstespil** af særlig høj kvalitet, der dels kan give ny inspiration til de danske kunstnere, dels byde offentligheden på noget ekstraordinært. Til præsentation af internationale gæstespil søges der støtte hos Statens Kunstfond.



De mange forestillinger, der spilles på institutioner og skoler i ugens løb udgør en værdi på mellem 8-10 millioner kroner. Dette er teatrenes bidrag til festivalen til gengæld for festivalens outreach og muligheder for de deltagende formidlere og til gengæld for at kommunen stiller lokaler til rådighed fredag-søndag for den showcase, der er så vigtig for teatrene når forestillingerne skal møde de potentielle opkøbere. Teatrene modtager symbolske ca. 1.200 kr. pr. deltager for hele ugen og spiller således ellers gratis på festivalen.

Festivalens størrelse varierer fra år til år. I 2024 afholdes festivalen i Esbjerg, og der er knap 100 tilmeldte teatre og 140 forskellige forestillinger. En placering i København kan meget vel betyde en højere festivaldeltagelse. Gennem de sidste 10 år har der i gennemsnit deltaget 165 forskellige forestillinger og 112 teatre på en festival.

Et forventet **deltagertal** kunne derfor være

- 600-700 teaterfolk
- 300-400 registrerede opkøbere fra hele Danmark (formidlere af scenekunst for børn og unge: skolelærere, pædagoger, kulturkonsulenter, biblioteksfolk, teaterforeninger, teaterchefer, kulturhusledere, ungdomsgrupper m.m.)
- 100 internationale gæster fra over 25 nationer
- 200 frivillige

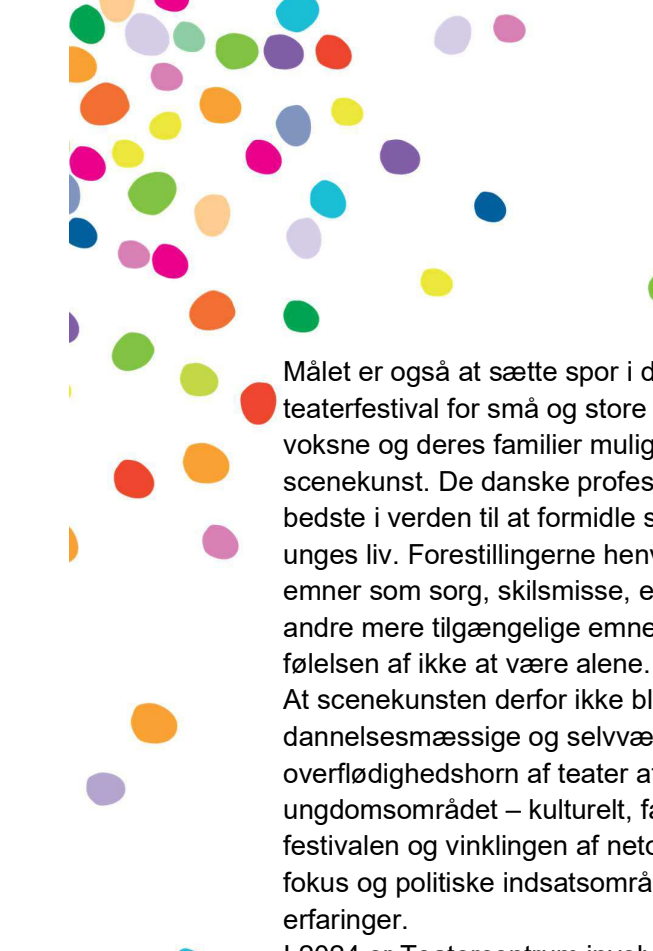
Et forventet **publikumstal** kunne være

- 30.000 børn og unge i skoler og institutioner mandag-torsdag i festivalugen
- 25.000 gratis billetter til offentligheden fredag-søndag samt i eftermiddags- og aftentimerne mandag-torsdag

## **FESTIVALEN SÆTTER SPOR**

Målet med KLAP er ikke bare at skabe en enkeltstående event. Målet er at understøtte scenekunstens fortsatte aktive rolle i børn og unges liv ved at sætte spor i den kommune og det lokalområde, hvor festivalen foregår. Derfor arbejder Teatercentrum med forskellige koncepter, der understøtter, at arbejdet med scenekunsten fortsætter, når festivalen er rejst videre.

Koncepterne kan både være for og med børn og unge og for deres voksne. Flere af koncepterne begynder allerede længe inden, festivalen afvikles, så alle er forberedt til selve festivalen, og det fulde udbytte af festivalen opnås. Der kan arbejdes med metoder til at forstå og tale om oplevelserne, involvering i selve præsentationen af forestillingerne på elevernes egen skole gennem kulturcrew, interaktion med kunstnerne og forståelse af det sceniske arbejde for unge scenekunstinteresserede og efter- og videreuddannelse af lærere og pædagoger.



Målet er også at sætte spor i det enkelte barn, ung og voksen. Med KLAP – teaterfestival for små og store får en meget stor andel børn, unge, deres professionelle voksne og deres familier mulighed for at opleve den levende professionelle scenekunst. De danske professionelle børne- og ungdomsteatre er kendt som de bedste i verden til at formidle svære problematikker i de forskellige perioder af børn og unges liv. Forestillingerne henvender sig til specifikke aldersgrupper og behandler emner som sorg, skilsmisse, ensomhed, venskaber, kærlighed, selvskade og mange andre mere tilgængelige emner. Og alle tilbyder de en mulighed for genkendelse og følelsen af ikke at være alene.

At scenekunsten derfor ikke blot tilbyder vigtige æstetiske oplevelser, men også dannelsesmæssige og selvværds-fremmende oplevelser gør festivalens overflødhedshorn af teater attraktiv for en kommunes specifikke indsats på børne- og ungdomsområdet – kulturelt, fagligt, socialt og sundhedsmæssigt. Temaet for festivalen og vinklingen af netop dette års indsats afhænger af kommunens særlige fokus og politiske indsatsområder. Teatercentrum står til rådighed med mange års erfaringer.

I 2024 er Teatercentrum involveret i et projekt under Bikubenfonden, der skal udvikle et metoderedskab til at sætte ord på børns oplevelse af scenekunstens værdi. Betydningskompasset for børn og unge er endnu et eksempel på koncepter, der kan aktiveres i forbindelse med festivalen.

En afgørende del af festivalens succeskriterie er ydermere at skabe rammerne for og understøtte mødet mellem teatrene og opkøbere fra ind- og udland og præsentere dem for den kommende sæsons udbud af forestillinger. Det gøres ved at samle weekendens spillesteder på et relativt koncentreret geografisk område, så den enkelte opkøber kan nå at se så mange forestillinger som muligt i løbet de tre offentlige dage. Dansk professionel scenekunst vises i hele verden. Hver dag spilles der i gennemsnit én dansk forestilling et sted udenfor Danmarks grænser. Teatercentrum arbejder tæt sammen med og deler sekretariat med ASSITEJ Danmark, og festivalen har stor søgning blandt internationale festivalopkøbere.

Teatercentrum har intensiveret sit fokus på efter- og videreuddannelse til lærere og pædagoger og det segment, der i scenekunstverdenen kaldes for formidlere. Altså dem, der skaber de konkrete møder mellem scenekunsten og børnene og de unge – dem, køber forestillingerne og sørger for, at de møder et publikum og dem der arbejder med børn og unge med scenekunsten som element. Denne målgruppe har forandret sig over de seneste år og der er stort behov for efter- og videreuddannelse i, hvordan scenekunsten kan bringes i anvendelse sammen med børnene og de unge, så der også fortsat er stærke børne- og ungdomsteaterambassadører på skoler og institutioner og i kulturhuse og foreninger. Dette har et stærkt fokus.



## FESTIVALENS RELEVANS FOR KØBENHAVN

### KLAP – teaterfestival for små og store

- vil som en stor børnekulturel manifestation kunne tilbyde borgere i alle aldre at stifte bekendtskab med scenekunstens mange facetter. Scenekunstens helt unikke særkende *at være i rum med og opleve sammen* er for mange mennesker livsændrende. Med KLAP tilbydes borgere uanset økonomisk formåen et møde med kunsten i uformelle rum. Borgere som forhåbentlig vil blive eller vedblive at være fremtidens publikum og engagerede medborgere.
- lægger op til samarbejde på tværs af de store forvaltninger og til nye eller udvidede samarbejder med aktører indenfor deres områder: kulturinstitutioner, skoler og institutioner, børn- og unge-udviklingsprojekter. Der er potentiale for nytænkning på tværs af kultur-, uddannelses-, social- og sundhedspolitiske indsatser.
- kan med behovet for involvering af lokale frivillige være med til at rekruttere nye interesserede blandt lokalområdets foreninger eller private ildsjæle.
- kan med besøg af de mange internationale gæster give mulighed for faglige møder i eksisterende interkulturelle fællesskaber også udenfor festivalens regi. De gæstespil, der indkøbes, kan med henblik på særlige interkulturelle indsatser skabe grobund for "venskabsforeninger" på tværs af landegrænser.
- kan være en aktiv brik i Københavns kommunes scenekunstneriske vision og indsats. Det er også muligt at indtænke flere af de Københavnske børne- og ungdomsscener, små som store, både som venues men også som bidragsydere til festivalens udbud og særlige indsatser. Således kan KLAP – teaterfestival for små og store og Teatercentrum være medvirkende til at øge sammenhængskraften i børne- og ungdomsteatret i København.

### SAMARBEJDSPARTNERE OG TYPER AF SAMARBEJDE

Kultur- og Fritidsforvaltningen og Børne- og Ungdomsforvaltningen er tætte samarbejdspartnere med deres kendskab til de aktører, der skal bidrage til og involveres i festivalen – kulturinstitutioner og lokale foreninger, skoler og institutioner.

Festivalens lokale projektleder findes eller ansættes ofte i Kultur- og Fritidsforvaltningen og denne indgår i tæt samarbejde med Teatercentrums direktør, som er festivalleder.

Der nedsættes en **styregruppe**, der begynder sine møder cirka halvandet år før festivalen.

- Styregruppen træffer de overordnede beslutninger
- Styregruppen godkender budget
- Styregruppen varetager overordnede aftaler om samarbejdet i værtskommunen
- Styregruppen sikrer opbakning og kontaktnet i lokalområdet

- 
- Styregruppen er ansvarlig for at definere nogle overordnede lokale målsætninger

Styregruppen består af udvalgte medarbejdere fra kommunen og udvalgte medarbejdere fra Teatercentrum.

Der nedsættes en **arbejdsgruppe**, der begynder sine møder i sensommeren før festivalen.

Arbejdsgruppen skal tilsammen have et godt netværk indenfor følgende områder:

- Skoler og institutioner
- Offentlige spillesteder og kulturelle institutioner
- Turistforening og evt. handelsstandsforening, samt andre relevante lokale aktører.

Arbejdsgruppen kan med fordel involvere repræsentanter fra udvalgte lokale kulturhuse eller teatre og bør også have repræsentanter fra

- Kultur- og Fritidsforvaltningen – herfra rekrutteres typisk projektlederen
- Børne- og Ungdomsforvaltningen
- Teknik og Miljøforvaltningen

Herudover består arbejdsgruppen af medarbejderne fra Teatercentrum, og den samlede arbejdsgruppe mødes til heldagsmøder 3-4 gange forud for festivalen.


Arbejdet med KLAP foregår som udgangspunkt i **teams** af medlemmer fra arbejdsgruppen:

- **Program** (herunder lokaleopmåling, kontakt til skoler og institutioner, programlægning, organisering og rekruttering af frivillige)
- **Formidling** (Konference, formidlere, KulturCrew, særlige oplevelser, restaurantguide)
- **B&U** (unge på festival, Kulturcrew, særlige b&u initiativer)
- **Kommunikation** (PR, annoncering, pressestrategi, website, sociale medier, markedsføring)
- **Arrangementer** (planlægning af arrangementer i festivalugen: åbningsevent, faglige og sociale arrangementer, fester, byrumsudsmykning, bespisning, miljøer for publikum)
- **Administration og logistik** (Økonomi, logistik, indkvartering af teatre, organisering af dagcafé, billet- og informationscenter, skiltning)
- **Internationalt og turisme** (Internationale gæster, gæstespil, særlige aktiviteter, udflugter mv. for udenlandske gæster)

Et estimat på forbrug af årsværk totalt for alle lokale arbejdsgruppemedlemmer er  $\frac{3}{4}$  årsværk.

### Særlige aktører

Skulle festivalen ønskes afviklet i Nordvest, kan Teatergruppen Batida, Glad Teater, samt bibliotekerne med deres lokalkendskab blive gode samarbejdspartnere.



Teatergruppen Batida og Glad Teater har i mange år deltaget i KLAP og kender den derfor godt. Disse steder kan desuden med deres beliggenhed og stampublikum hjælpe med til, at festivalen når bredt ud. Tilsvarende muligheder kan skabes med base hos andre teatre og kulturhuse over København i andre bydele, skulle der være større mening i at placere festivalen andre steder i Københavns kommune.

### **Særforestillinger til udvalgte grupper på udvalgte steder**

Forestillingerne, der kan spilles mandag-torsdag i eftermiddags- og aften timerne, kan give mulighed for et tættere samarbejde med stedernes brugere i form af fællesspisning og samtaler med teatrene efter forestillingerne. Til nogle forestillinger kan der også laves egentlige workshops. Sådanne forløb vil kunne holdes lukket for offentligheden og kan også placeres i dagtimerne.

### **Frivillige**

Afviklingen af festivalen er afhængig af frivillige. Festivalen har i flere kommuner givet anledning til oprettelse af et egentlig frivillignetværk. I København kan et samarbejde med KULTURENS Frivillige forhåbentlig komme festivalen til gavn og vice versa. De frivillige hjælper blandt andet på spillestederne, bemander café, skaber miljøer for publikum, pynter op m.m.

### **ERFARING MED PLANLÆGNING OG AFVIKLING AF LIGNENDE PROJEKTER**

Teatercentrum har siden 1971 tilrettelagt og afviklet festivalen, der fra sin første færd har vokset sig større og større. Siden 2009 har festivalen haft nogenlunde samme størrelse på 100-125 tilmeldte teatre med 120-170 tilmeldte forestillinger, der er opført 6-700 gange på festivalens i alt 7 spilledage.

Teatercentrums sekretariat består af kompetente, erfarne medarbejdere, hvoraf mange har lang erfaring med at tilrettelægge og afvikle festivalen.

### **ØKONOMI**

Festivalen finansieres af tilskud fra kommunen, der herefter får 50% af tilskuddet refunderet af staten. Hertil kommer fondsmidler fra Statens Kunstfond og eventuelt andre relevante fonde koblet til konkrete projekter, der afholdes i tilknytning til festivalen.

Teatercentrum har erfaret, at festivalen er indskrevet i budgetintentionen for 2026 eller 2027 og håber meget dette kan realiseres til glæde for børn, unge og voksne i Københavns Kommune i særdeleshed og scenekunsten i almindelighed.



## BUDGET

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> Teatercentrum, Nørregade 26, 1., 1165 København K
<b>CVR:</b> 25 87 56 48
<b>Festivalens/eventets navn:</b> KLAP – teaterfestival for små og store

<b>Projektperiode:</b> 1. august 2025 – 31. juli 2026 (indledende møder i styregruppen dog første kvartal 2025)
--

Indtægter	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	5.400.000		Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret			
a) Statens kunsthøjerråd	75.000		Endnu ikke ansøgt
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>5.475.000</b>		

Udgifter	Budget	Budget året før
Rejse, ophold og møder (mødeudgifter, forplejning, rejseudgifter, indkvarteringstilskud teatre)	835.000	
Materialer og infrastruktur (mørklægning, teknik, lokaler, logistik)	625.000	
Markedsføring og kommunikation (Tryksager, hjemmeside, billetter, dokumentation, byrumsudsmykning, skiltning, annoncering, SoMe)	670.000	
Sekretariat og kontorhold (IT, telefoni, kontorhold, fragt, revision, forsikringer)	190.000	
Arrangementer og aktiviteter (Åbning, fester, reception, festivalmarkering, internationale aktiviteter, frivillige, ungeprogram, cafe, fagprogram, konference, formidlerprogram)	905.000	
Øvrige omkostninger	25.000	
Lønninger (Teatercentrum, projektmedarbejdere)	2.225.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>5.475.000</b>	

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

<b>Kommentarer/forbehold:</b> Kommunens tilskud på 5.400.000 kr. udløser en 50% refusion fra statens Refusionsordning for børneteater og opsøgende teater på 50 %, hvorved kommunens udgift beløber sig til 2,7 mio. I budgettet er indregnet leje af private lokaler, men ikke leje af skoler og andre kommunale bygninger eller omkostninger til kommunens projektleder eller kommunens medlemmer af arbejds- og styregruppe.
---

Ansøger /  
Kulturhavn Festival Sekretariat  
Lyrskovgade 4, 1758 København V

Att. Festivalleder Esther Jexen Dall  
Email rl0z@kk.dk  
Tlf 5152 7289  
CVR: 64942212, Momsregistreret



# Ansøgning Kulturhavn Festival 2025 — 2027

# Opsummering



## Forventede antal publikum

17.000 i 2025  
17.000 i 2026  
20.000 i 2027

## Lokation

Teglholm Brygge, Sydhavn  
Orientkaj St., Nordhavn

## Dato

23.-24. august 2025  
6.-7. juni 2026  
5.-6. juni 2027

## Baggrund for ansøgning

Som del af løsningen på den økonomiske udfordring i KFF blev det på KFUs budgetseminar i februar besluttet at tilføre midler fra de disponible midler til festivalen i 2024, samt at stoppe Kulturhavns faste bevilling fra 2025 og henvise festivalen til festivalpuljen. For at kunne levere en festival på samme niveau som tidligere år søger Kulturhavn Festival derfor Festivalpuljen om beløbet svarende til festivalens hidtidige driftsbevilling. Kulturhavn Festivals størrelse kan ikke skaleres.

## Formål

Kulturhavn Festival vil give københavnere et nyt blik på havnen og inspirere til københavnernes kultur- og fritidsliv.

Festivalen skaber gratis kvalitetskultur i det blå Sydhavn og Ydre Nordhavns nye byområder. Områder hvor kulturlivet endnu ikke er stærkt repræsenteret, og hvor offentlige kultur- og fritidsfaciliteter er stærkt begrænset.

Således kan Kulturhavn Festivals formål udfoldes på tre indsatsområder:

### **Ø1. Udvidelse af den rekreative havn**

### **Ø2. Aktivisering af kultur- og fritidsaktører i det blå byrum**

### **Ø3. Kultivering af lokale kulturelle samling punkter ved havnen**

## Oplevelser for københavnere

Festivalen præsenterer publikum for en mangfoldighed af kulturelle oplevelser, så som ægte havfruer, kridttegning og højtlesning, guidede løbe- og cykelture i havnen, en skonert, en kutter, et kirkeskib, et flydende shelter, en flydende scene fuld af musik og dans, clean-up af havnen, tai chi, tang, krabber, fisk fra havnen og meget mere.

# Udvikling 2001-2024

Kulturhavn Festival er med sine 23 år på bagen en fast del af det københavnske festivallandskab. I 2001 så Kulturhavn dagens lys, hvor 30 foreninger tog del i festivalprogrammet på Islands Brygge. Året efter åbnede Københavns første havnebad på samme sted. Kulturhavn Festival har fra starten været på forkant med den rekreative havns udvikling.

Fra 2007 til 2019 blev Kulturhavn afholdt i forskellige nye havnebyrum på Kalvebod Brygge, Fiske torvet, Refshaleøen, Enghave Brygge, Arsenaløen, Papirøen, Ofelia Plads, Nordhavn, Operaen og Teglnholmen. Alle er havneområder, som er blevet udviklet til at rumme det vokseværk København har haft. I dag er de kendte og elskede, men dengang var de nyudviklede og ikke helt etablerede.

I 2021 fik Kulturhavn en ny strategi i erkendelsen af, at festivalen skulle udvikles hvis den stadig

skulle følge udviklingen i havnen. Derfor flyttede vi festivalpladserne fra Inderhavnen til dér, hvor havneudviklingen foregår i dette årti, nemlig i Sydhavn og Nordhavn.

Hovedstaden er siden 2001 blevet en eventby i verdensklasse, og Kulturhavn så behovet for at skærpe sit fokus og sikre sit særegne og sin relevans for københavnernes. Det blev besluttet, at programmet skulle skabes gennem et open call med kriteriet om, at alle aktiviteter skulle være havnerelaterede. Dermed cementerede Kulturhavn Festival kuratorisk og tematisk fejringen af havnen som rekreativt byrum.

Næste skridt er, at festivalen tidmæssigt flyttes fra slutaugust til startjuni for at fejre og igangsætte badesæsonen. Det vil bl.a. åbne op for at flere af festivalens midlertidige installationer har mulighed for at bringe glæde hele sommeren.



# Strategi og målsætninger

## Formål

Kulturhavns formål er at give københavnernes et nyt blik på havnen. Det formål udfoldes på tre indsatsområder:

01. Udvidelse af den rekreative havn
02. Aktivering af kultur- og fritidsaktører i det blå byrum
03. Kultivering af lokale kulturelle samlingspunkter ved havnen

## Udvidelse af den rekreative havn

Kulturhavn Festival bidrager til havnens udvikling, hvor flere byrum indtages til rekreative formål. Der hvor festivalen foregår, bidrager festivalen til stedernes identiteter som attraktive havnebyrum gennem positiv interaktion med respekt for området og bynaturen. Byrummene og den blå park er i fokus på festivalpladserne og i iscenesættelsen af programmet, så gæster og aktører får mulighed for at skabe nye forbindelser til havnen og byen.

## Aktivering af kultur- og fritidsaktører i det blå byrum

Festivalen vil aktivere kultur- og fritidsaktører til at indtænke havnen som deres platform, deres arena og dermed udvikle byens kulturskaber til at bruge havnen endnu mere. Gennem et mangfoldigt program med fokus på sanselighed, samvær og diversitet viser vi, hvordan havnen kan opleves – udover det sædvanlige. Det betyder også at gæsterne kan gøre mange nyopdagelser på festivalen og se kulturen i et nyt genskin fra bølgerne.

## Kultivering af lokale kulturelle samlingspunkter ved havnen

Kulturhavn vil skabe nye samlingspunkter i havneområder, hvor kulturlivet endnu ikke står helt stærkt af sig selv. Festivalen vil skabe netværk og bidrage til den lokale kulturudvikling, som skal være med til at sikre fremtidens gode byliv mellem husene og livskvalitet for københavnernes. Samtidig arbejder festivalen for midlertidige



og permanente faciliteter, der understøtter udviklingen, fx gøglerstik, saunaer og flydende klatrevægge.

## Sammenhæng med KFF-politik

Festivalens formål læner sig op ad Kultur- og fritidspolitik 2023-2026:

*I takt med at byen vokser, har vi en stor opgave med at tænke kultur- og fritidsaktiviteter ind i de nye bydele fra start, og understøtte liv og aktivitet mellem bygninger. (...) Vi har godt 42 km havnekaj med kulturinstitutioner, spisesteder og havnebade, og den gamle industrihavn er i dag byens blå park. (...) vi vil videre af den vej, og åbne mere af havnen til rekreativ brug (...).*

- Kultur- og fritidspolitik 2023-2026, For byen, s. 14-15

## Festivalens målsætninger for 2025-2027

Lokale strategiske samarbejder

- 4 i 2025, 6 i 2026, 8 i 2027

Blivende formater i byrum (fx faciliteter eller fællesskaber)

- 1 i 2025, 2 i 2026, 2 i 2027

Publikumsoplevelse

- Samlet tilfredshed skal ligge over 4 (skala 1-5)
- Min. 75% skal mene Kulturhavn Festival skaber social værdi i havnen/lokalområdet

Aktøroplevelse

- Min. 75% skal ville anbefale andre at være aktør på Kulturhavn Festival
- Min. 50% skal opleve at Kulturhavn Festival har givet dem et nyt blik på havnen

# Værdiskabelse...

## ... for den rekreative havn

Gennem især de sidste 10 år er havnen cementeret som en af Københavns største brandmarkører. Billeder af sommerliv og badning i havnen bruges til at tiltrække turister, og det er for mange københavnere kendetegnet ved det gode liv i hovedstaden.

Kulturhavn Festivals seneste udvikling har sat havnen helt i centrum for fejringen. Det skal ses i en kontekst af at vores hovedstad fortættes. Københavnerne er meget aktive i kultur- og fritidslivet og vil gerne være endnu mere aktive<sup>1</sup>. Der er pres på byens kultur- og fritidsfaciliteter og det giver derfor mening at udnytte havnen og de nye byrum til rekreativt brug.

Kulturhavn Festival viser københavnernes bredden i havnen, både aktivitetsmæssigt og geografisk. Derfor holdes lørdagen i Sydhavn og søndagen i Nordhavn, hvor havnens nye og mere ydre perler vises frem for publikum.

Festivalen bidrager også til den kulturelle infrastruktur i festivalområderne gennem netværk, aktivitet og faciliteter, som når vi fx arbejder for installation af gøglerstik til byrummene, så andre arrangører og aktiviteter nemt kan få adgang til bystrøm. Dermed er Kulturhavn Festival med til at "prime" nye byrum som fremtidens rekreative og kulturelle mødesteder.

*Nordhavnsområdet er ved at blive byudviklet, og Kulturhavn Festival er med til at skabe kulturelt liv og samler beboere, lokale foreninger og kulturaktører til en begivenhed i bydelen. Eventet fungerer desuden som et udstillingsvindue for lokale foreninger, der kan have svært ved at selv skabe opmærksomhed om sig selv.*

*- Allan Marouf, Forperson for Østerbro Lokaludvalg*

## ... for den unikke havnekultur

Kulturhavn Festival har i 23 år været en stærk støttende platform for det københavnske foreningsliv, som får en arena, hvor københavnernes gratis får kendskab til foreningernes aktiviteter, og hvor disse både kan ramme nye målgrupper og tiltrække medlemmer. Kulturhavn Festivals program fastlægges med afsæt i et open call, hvor kriteriet om havnerelaterede aktiviteter sætter rammerne for unikke oplevelser, der ikke kan opleves andre steder på samme festivalplads. Side om side er kajakroning og origami, sensorisk gadeteater og fiskeri.

Kriteriet om havnerelaterede aktiviteter skaber hvert år nye koncepter og eksperimenter ved at udfordre de aktører, der ikke er "født blå" til at tænke blå. Hermed hjælper festivalen til at flere kultur- og fritidsaktører ser muligheder i at bruge det blå rum til deres aktiviteter og dermed bidrage til mere liv i de nye byrum ved havnen.

Kulturhavn modtager typisk mellem 100-120 ansøgninger, hvor ca. 50-70 udvælges til festivalen. Aktører siger, at deres primære grund til deltagelse er for at benytte festivalen som platform for deres kunst, forening eller sag.

*Jeg synes vi skal fejre havnen, som en stærk del af KBHS DNA igennem tiden. Havnen er det unikke ved KBH.*

*- Aktørsurvey 2023*



[1] Segmenteringsundersøgelse 2023, Moos Bjerre på vegne af Københavns Kommune

# Værdiskabelse...

*Vi er glade for, at arrangementet tilbyder kulturelle aktiviteter, der er tilgængelige for alle, både børn og voksne. At aktiviteterne foregår midt i vores fællesområde og tæt på beboerne i Sydhavnen, er med til at knytte områdets beboere tættere sammen og at lære hinanden bedre at kende på kryds og tværs.*

*Samtidigt er det et stort plus, at festivalen giver mulighed for lokale foreninger og kunstnere kan vise sig frem og skabe nogle kulturelle aktiviteter for sine naboer. Det var dejligt at se den tilslutning, der var sidste år, som skabte en masse glæde og liv ved Teglholm Brygge.*

*- Hans-Henrik Kehlet, formand for Grundejerforeningen Teglholmen.*

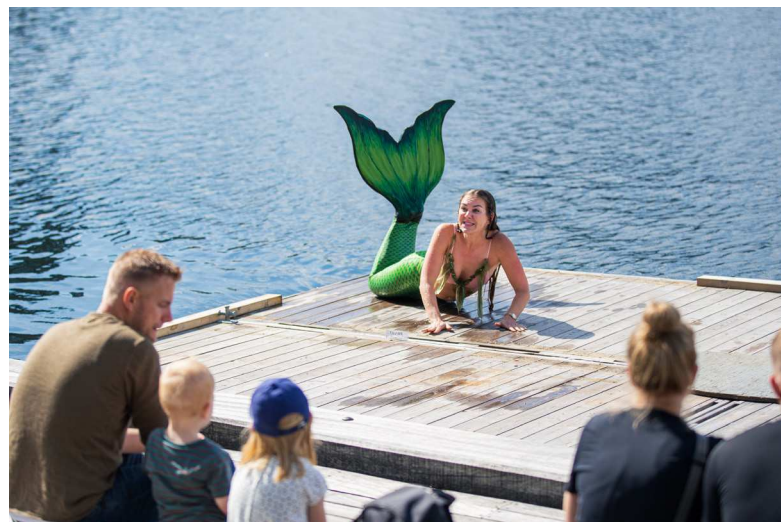
## **... for de nye havnekarterer**

Festivalpladserne ligger i ansøgningsperioden 2025-2027 én dag på Teglholm Brygge i Sydhavn og én dag på Orientkaj i Nordhavn. Det giver publikum mulighed for at opdage to forskellige byrum som turister i egen by og bidrager til stedernes placemaking og identitet.

Offentlige transportmuligheder til begge byrum indgår som en del af festivalens markedsføring, bl.a. gennem et flerårigt samarbejde med Movia og havnebusserne, der sejler gratis den weekend, der er Kulturhavn.

*Vi er cyklet fra Amager til Orientkaj med børn på 5 og 7 år. Det er en perfekt søndagsudflugt, hvor vi oplever et nyt område, og der er fine børneaktiviteter (havfrue og børnekoncert). En festival som Kulturhavn er en af de grunde til, jeg elsker at bo i København!*

*- Gæstesurvey 2023*



Samtidig ser lokale deres område fra en ny vinkel, når det bliver iscenesat som et sted, der er værd at besøge fra hele byen. Det skaber lokal stolthed og sår frø til flere aktiviteter.

*Kulturhavn er blevet en vigtig begivenhed, der understøtter lokalt liv i Sydhavnen og bidrager til at binde det nye og det gamle Sydhavnen sammen.*

*- Kgs. Enghave Lokaludvalg.*

# Værdiskabelse...



## ... for (endnu) flere københavnere

Kulturhavn arbejder mod en mere ligestillet, retfærdig og tilgængelig kulturoplevelse for endnu flere københavnere.

*Det var et skønt og afslappet arrangement på Orientkajen. Meget hyggeligt og jeg kunne se at der var noget for enhver smag, for enhver generation.*

- Gæstesurvey 2023

Som gratis og åben byrumsfestival er Kulturhavn for alle, men vi arbejder med en primærmålgruppe, som er familier med børn - hvilket understøtter den politiske vision om København som børnekulturhovedstad. Familierne skal føle, at der er plads til dem i det blå byrum.

Festivalen er besøgt af mange internationale

borgere, som i 2023 udgjorde 1/3 af publikum. Derfor arbejder vi også målrettet med at kommunikere festivalen til ikke-dansktalende.

Festivalen arbejder aktivt med principperne fra universelt design, for flere inkl. borgere med funktionsnedsættelse. Fx beskrives alle programpunkter, så muligheder for deltagelse ift. fx sprog, brug af kørestole og barnevogne, etc., fremgår. Festivalens praktiske forhold kommunikerer også, fx omkring adgang, underlag, sikkerhed, stilleområder mm, da det har stor betydning for mennesker med handicap.

Festivalens gæstesurvey fra 2023 viser en tilfredshed på 3.97 for dansktalende gæster og 4.18 for ikke-dansktalende på en 1-5-skala. Gæsterne siger, at de kommer for at støtte op om det lokale kulturliv, for at deltage i aktiviteter og for at opleve havneområderne.



# Samarbejder og organisering

## Samarbejder med fokus på forankring

Samskabelse er en del af Kulturhavn Festivals DNA. Hvert år udvikles strategiske og nyskabende samarbejder, hvor forankring er i fokus. Det kan både være fysisk forankring som den flydende bouldervæg, "Havneklippen", skabt af tegnestuen MAST, som vi arbejder på, kan ligge i havnen hele sommeren 2024. Det kan også være mere organisatorisk forankring, som projektet "Blå dannelse", hvor vi i samarbejde med Det Blå København – en sammenslutning af 15 blå foreninger og forbund - har søgt Trygfonden for at skabe aktiviteter der formidler vandsikkerhed.

*Kulturhavn Festival er en platform hvor blå foreninger og frivillige har en festlig anledning til at møde københavnere, der ikke allerede kommer i vores klubber. Der er mulighed for at komme langt ud med både vores passion for havnelivet, men også vigtige dagsordener som fx vandsikkerhed.*

*Vi oplever en stor interesse for vandsporten i København i disse år, hvilket glæder os. Men det kræver, at vi udvikler havnen til det gode rekreative liv. Derfor er det supervigtigt med stærke samarbejder på tværs - som vores samarbejde med Kulturhavn Festival - for at imødekomme interessen og glæden ved vandet på en tryk og positiv måde.*

- På vegne af sammenslutningen Det Blå København:

*Kamilla Bradt Ryding, Dansk Forening for Ropesport, Dansk Sejlunion og Dansk Kano og Kajak Forbund.*

*Kasper Haagensen, Danske Studenters Roklub  
Allan Nyhus, SvømDanmark*

## Lokale aktører i Sydhavn og Nordhavn

Bydelenes lokaludvalg, Grundejerforeningen Tegholmen og TDC Pension, restauranten Spiseriet, dykkerbutikken Kingfish, Sydhavn Teaters scenekunstnetværk ST:ART.



## Havnens aktører

By & Havn, Movia og havnebusserne, forenings-samarbejdet Det Blå København, Trygfondens livreddere og Havneværterne.

## Festivaler

Danmarks Internationale Gadeteaterfestival, Åben Festival, Locally Alien Festival fra Malmø.

## Partnere i Københavns Kommune

Planafdelingens havneudvikler, SVØM, bibliotekerne og kulturhusene i Kgs. Enghave og Østerbro, Copenhagen International House, Copenhagen Visitor Service, Københavns Museum og det kommende Vandkulturhus på Papirøen.

## Miljømæssig og social bæredygtighed

Klima- og biodiversitetskriser og stigende havvandstande gør kunsten, kulturen og fritidslivets rolle højaktuel til at komme med løsninger til fremtidens by og for at forbinde os på nye måder med havnen og havet.

For Kulturhavn Festival er bæredygtighed både social og miljømæssig. Det indtænkes i vores program, hvor tematikker som diversitet og anti-diskrimination vægter lige så højt i udvælgelsen af aktiviteter som miljøformidling og fornuftig ressourcebrug.

Til maden vælger vi genbrugsemballage, i lokalområderne arbejder vi for etablering af gøgler-



stik gennem partnerskaber til grøn strøm for at undgå dieselgeneratorer, relevante opgaver løses af sociale initiativer som FRAK og socialt frikort og fællesspisningen for gæsterne faciliteres af den socioøkonomiske virksomhed Send Flere Krydderier der har høje standarder for økologi og råvarer.

Alt der produceres til festivalen, laves til flere års brug. Vi skifter ikke visuel identitet hvert år, hvilket betyder vi genbruger alt. Samtidig står aktørerne også for en stor del af produktionen med de materialer de kommer med, hvilket skaber en form for deleøkonomi, da Kulturhavn Festival så ikke skal købe fx egne SUP-boards og fiskestænger.

### **Evaluering**

Hvert år gennemføres gæste- og aktørsurveys, gæsteobservationer og kvalitative interviews med gæster som en del af evalueringen af festivalen. Der foretages også evalueringer med partnere. Al data bruges til at drage læring til udvikling af kommende festivaler.

### **Repræsentantskab**

Festivalen er organiseret med et repræsentantskab, som har til formål at sparre med sekretariatet om strategi og udvikling, festivalens relevans for og inddragelse af byens foreninger og kulturaktører og udviklingen af den rekreative havn. Der sidder 5-7 repræsentanter fra foreningslivet, havnekulturen og strategiske partnere.

### **Sekretariatet**

Kulturhavn Festivals sekretariat består af 2,5 årsværk, som bygger på de 23 års erfaring festivalen har eksisteret.

## **Økonomi**

Festivalen har været forankret organisatorisk og økonomisk i Kultur- og Fritidsforvaltningen siden starten i 2001.

Som en del af løsningen på den økonomiske udfordring i KFF blev det på KFUs budgetseminar i februar besluttet at tilføre midler fra de disponible midler til festivalen i 2024, samt at stoppe Kulturhavns faste bevilling fra 2025 og henvise festivalen til festivalpuljen. Kulturhavn Festivals størrelse kan ikke skaleres.

For at kunne levere en festival på samme niveau som tidligere år søger Kulturhavn Festival derfor Festivalpuljen om beløbet svarende til festivalens hidtidige driftsbevilling.

Københavns Kommune ansøges om årligt at støtte Kulturhavn Festival med hhv. 2,4 mio., 2,5 mio. og 2,6 mio. kr. i projektperioden januar 2025- december 2027. Stigningen i budgettet følger de udgifter der er forbundet med den overenskomstregulerede lønstigning for Kulturhavns medarbejdere samt den generelle prisfremskrivning.

# Budget

Tilskudsmodtagerens navn: Kulturhavn  
CVR: 64942212  
Festivalens navn: Kulturhavn Festival  
Projektperiode: Januar 2025- december 2027

Indtægter	Budget 2025	Budget 2026	Budget 2027	
Tilskud fra Københavns Kommune*	2.400.000	2.500.000	2.600.000	
<b>Øvrige tilskud, specificeret</b>				
Arrangementspuljen	50.000	50.000	50.000	Ikke søgt
Kgs. Enghave Lokaludvalg	50.000	50.000	50.000	Ikke søgt
Grundejerforeningen Teglnholmen	30.000	30.000	30.000	Ikke søgt
International House	20.000	20.000	20.000	Ikke søgt
<b>INDTÆGTER I ALT **</b>	<b>2.550.000</b>	<b>2.650.000</b>	<b>2.750.000</b>	

Udgifter	Budget 2025	Budget 2026	Budget 2027
Løn	1.400.000	1.450.000	1.500.000
Open call / aktørstøtte	300.000	300.000	300.000
Produktionscrew, telte, renhold, hegn, opbygning, nedtagning,	330.000	355.000	380.000
Atmosfære, scene, anden infrastruktur og produktion	328.000	353.000	378.000
PR og markedsføring	192.000	192.000	192.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>2.550.000</b>	<b>2.650.000</b>	<b>2.750.000</b>

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

## Kommentarer:

\*Stigningen i ansøgt beløb er sat for at følge pris- og lønfremskrivningen, forbundet med den overenskomstregulerede lønstigning for Kulturhavns medarbejdere samt den generelle prisenfremskrivning.

\*\*Vi samarbejder også med andre aktører om projekter, hvor vores partnere søger fondsmidler til bl.a. at lave aktiviteter på Kulturhavn. Det indgår ikke i vores budget, men i partnernes.



## **Ansøgning til festivalpuljen**

*Københavns seniorfestival*

### **Kontaktoplysninger**

**Navn:** Sydhavnens Seniorer

**Kontaktperson:** Susan Hedlund

**Adresse:** Anker Jørgensens Plads 3, 2450 København SV

**E-mail:** Susanhedlund@kvartershuset.dk

**Tlf.:** 20603902

**CVR:** 41229705

Foreningen er ikke momsregistreret.

**Titel:** Københavns seniorfestival

### **Projektbeskrivelse**

#### **Tid, sted og målgruppe**

Københavns seniorfestival er et nyt initiativ til en endags-musikfestival målrettet seniorer (60+), som er bosat i Københavns Kommune. Festivalen er åben for alle, og det vil være gratis at deltage. Der søges om et 3-årigt tilskud i 2025, 2026 og 2027.

Festivalen planlægges til at blive afholdt lørdag d. 9. august 2025 kl. 11-22 i Hafnia-Hallen beliggende på Julius Andersens Vej 6, 2450 København SV. Hafnia-Hallen er en af Nordeuropas største idrætshaller med 7 forskellige aktivitetsområder under samme tag beliggende i Valby Idrætspark. Festivalens koncerter afholdes i Hafnia-Hallens store hovedhal med kunstgræs, som er placeret midt i bygningen. Smart-træning og fællesdans i pauserne vil foregå i den tilstødende multihal. Lokale aktører på ældreområdet inviteres til at komme på dagen og fortælle om deres tilbud, hvilket foregår i forhallen og de tilstødende minibaner. Minibanerne anvendes samtidig til, at idrætsforeningerne kan invitere deltagerne til at dyrke idræt i pauserne. Der sælges mad og drikke i Hafnia-Hallens café, hvor det vil være muligt at købe madbilletter forinden. Hafnia-Hallen har en stor

udendørs terrasse, hvor deltagerne bl.a. kan nyde deres frokost og aftensmad. Se plantegninger for Hafnia-Hallen nederst i ansøgningen.

### **Formål og succeskriterier**

Formålet med festivalen er at skabe en dag, hvor Københavns seniorer mødes omkring musikalske oplevelser i rammer, som er tilpasset deres behov. Musikfestivaler tager ofte ikke højde for de fysiske udfordringer eller små økonomiske ressourcer, som mange seniorer har, og afholder dem fra at deltage. Københavns seniorfestival skal være et trygt samlingspunkt for seniorer på tværs af byen. Derfor vil der være fokus på at skabe de bedste forhold for målgruppen, hvilket bl.a. indebærer gode siddeforhold, nem adgang til toiletter og samaritter til at tage hånd om deltagere, hvis de bliver utilpasse.

Succeskriterierne for Københavns seniorfestival er at:

- Festivalen tiltrækker københavnere i målgruppen, som ellers ikke har kunne deltage i musikfestivaler grundet fysiske og/eller økonomiske barrierer.
- Festivalen skaber et trygt samlingspunkt for københavnere i målgruppen. Det vil bl.a. sige, at festivalens deltagere oplever, at der er taget højde for de fysiske udfordringer, der kan være som senior.
- Festivalens musikalske indhold rammer målgruppens ønsker.
- Festivalen er primært drevet på frivillige hænder, undtagen de funktioner, som kræver professionelle (scene, lyd, lys mv.).
- Festivalen bidrager til de indsatser, der forebygger og baner vejen ud af ensomhed blandt ældre i Københavns Kommune gennem samarbejder med lokale aktører på ældreområdet.

### **Program for 2025**

Det musikalske program for Københavns seniorfestival 2025 er baseret på arrangørens mange års erfaring i at skabe tilbud, herunder koncerter, til seniorer. Programmet indeholder danske kunstnere i genren pop og dansktop.

- Kl. 11-11.45: Dørene åbner
- Kl. 11.45-12: Konferencier byder velkommen
- Kl. 12-13: Alberte Winding m. guitarist
- Kl. 13-14.15: Pause (salg af frokost)
- Kl. 14.15-15.15: KANDIS
- Kl. 15.15-16.15: Pause (smart-træning)

- Kl. 16.15-17.15: Katrine Muff – fællessang
- Kl. 17.15-18.15: Pause (fællesdans)
- Kl. 18.15-19.15: Fede Finn & Funny Boyz – trio
- Kl. 19.15-20.30: Pause (salg af aftensmad)
- Kl. 20.30-21.30: Birthe Kjær & Feel Good Band
- Kl. 21.30-22: Konferencier – tak for i dag

### **Deltagerantal/publikum**

Der forventes et deltagerantal/publikum på omkring 1500 personer i målgruppen.

### **Projektets relevans for København**

Festivalen er inspireret af andre musikfestivaler målrettet seniorer, som afholdes med stor succes i øvrige kommuner, såsom Dansktopfestivalen i Svendborg. Der findes ikke en lignende festival i København, som er målrettet seniorer og i samme grad tager hensyn til seniorers barrierer for deltagelse i musikfestivaler. Ifølge Danmarks Statistik bor der 97.310 personer over 60 år i Københavns Kommune i 3. kvartal 2023. Festivalen vil således være til glæde for en stor gruppe af københavnere, som i mange tilfælde oplever fysiske og/eller økonomiske barrierer for deltagelse i musikfestivaler.

Festivalen vil herudover bidrage til de indsatser, der forebygger og baner vejen ud af ensomhed blandt ældre i Københavns Kommune. Dette gøres gennem samarbejder med lokale aktører på ældreområdet, som får mulighed for at formidle deres tilbud på dagen.

### **Arrangører og samarbejdspartnere**

Københavns seniorfestival arrangeres af foreningen Sydhavnens Seniorer i samarbejde med den selvejende institution S/I Hafnia-Hallen.

Foreningen Sydhavnens Seniorer har til formål at skabe aktiviteter, som højner livskvaliteten blandt ældre (60+), hvilket bl.a. består af at arrangere koncerter for målgruppen. Foreningen blev selvstændig i marts 2020, men har i 15 år været en del af foreningen Frederiksholms Kvarterhus.

Hafnia-Hallen er en af Nordeuropas største idrætshaller med 7 forskellige aktivitetsområder under samme tag beliggende i Valby Idrætspark. Hafnia-Hallen rummer i dag en grundplan på 9200 m<sup>2</sup>, men med knap 10.000 aktivitetskvadratmeter til rådighed. Københavns Kommune har udliciteret driften af Hafnia-Hallen til den selvejende institution S/I Hafnia-Hallen. Det er flere af lokalområdets

store idrætsforeninger, der står bag den selvejende institution, der varetager driften af hallen. Det drejer sig om BK Frem, Fremad Valby, Copenhagen Beach Volleyball og Københavns Idrætsefterskole. Hafnia-Hallen er meget velbesøgt og havde i 2023 ca. 475.000 gæster. Hafnia-Hallen er let tilgængelig med offentlig transport, især når der kommer metro til København Syd i 2024.

Hvis der opnås tilskud til Københavns seniorfestival, vil vi inddrage lokale aktører på ældreområdet. Vi vil indkalde til et fællesmøde for alle interesserede, som vil deltage på dagen for at formidle deres tilbud til målgruppen samt bidrage med frivillige kræfter. Målet er, at festivalen i høj grad skal gennemføres med udgangspunkt i den frivillige indsats. Rekruttering af frivillige til festivalen vil derfor ske gennem arrangørernes egne grupper af frivillige samt samarbejdspartnere. De aktører på ældreområdet, som inviteres til samarbejdet, er bl.a. de københavnske seniorklubber, idrætsforeninger målrettet ældre og aktivitetscentre.

### **Erfaring**

Sydhavnens Seniorer har over 15 års erfaring i at skabe aktiviteter for målgruppen ældre (60+), som i høj grad er drevet på frivillige hænder. Dette indebærer bl.a. flere årlige koncerter. Foreningen har stor erfaring med målgruppen og bidrager med viden og indsigt i ældres behov. Foreningen drives af 40-50 frivillige og få medarbejdere, som på daglig basis står for at gennemføre aktiviteter henvendt til målgruppen. Foreningen er således vant til at koordinere frivillige indsatser og har kendskab og kontakt til lokale aktører på ældreområdet, herunder de københavnske seniorklubber.

Den selvejende institution S/I Hafnia-Hallen står for at drive Hafnia-Hallen, herunder at arrangere og gennemføre events og arrangementer, såsom store konferencer og sportsbegivenheder. Hafnia-Hallen har en afdeling for booking og event. De stiller deres viden og netværk til rådighed i udviklingen af festivalen.

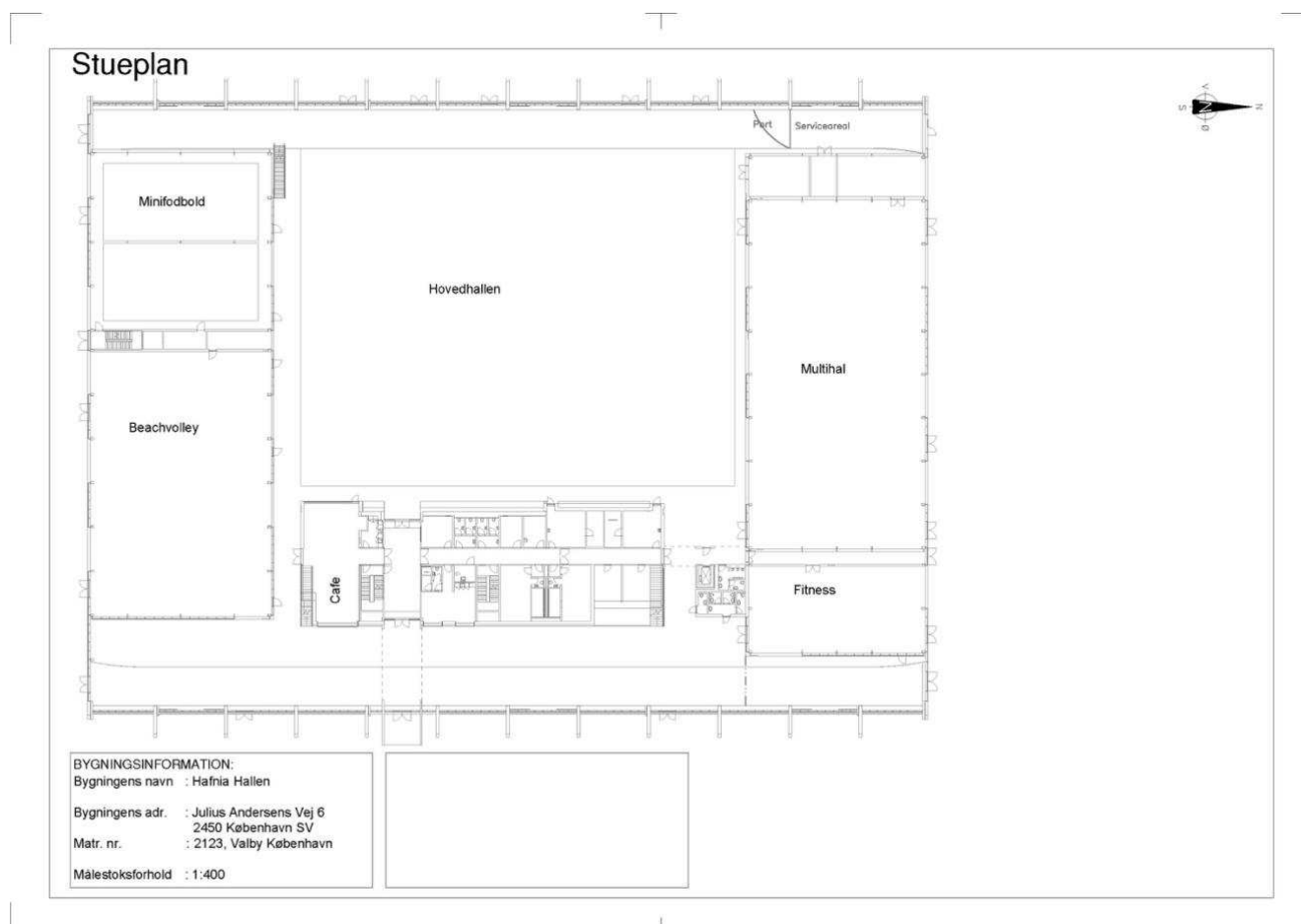
### **3-årigt tilskud**

Vi søger et 3-årigt tilskud, så festivalen afholdes i 2025, 2026 og 2027. Rammen for festivalen vil gentages de følgende to år med andet musikalsk indhold, som fortsat er målrettet seniorer (60+). Hafnia-Hallen ønsker aktivt at indgå i et samarbejde med Sydhavnens Seniorer omkring afvikling af Københavns Seniorfestival, med Hafnia-Hallen som base. Hafnia-Hallen ser et kæmpe potentiale og ser ind i et samarbejde og en udvikling af festivalen over de kommende 3 år. Derfor vil Hafnia-Hallen her i "år 1" (2025) gerne byde ind med en stor reducere i facilitetslejen, som gradvist i år 2

(2026), og 3 (2027) kan stige i takt med festivalens udvikling. For at skabe en større medfinansiering de efterfølgende år, vil vi søge sponsorater samt fonde til festivalen.

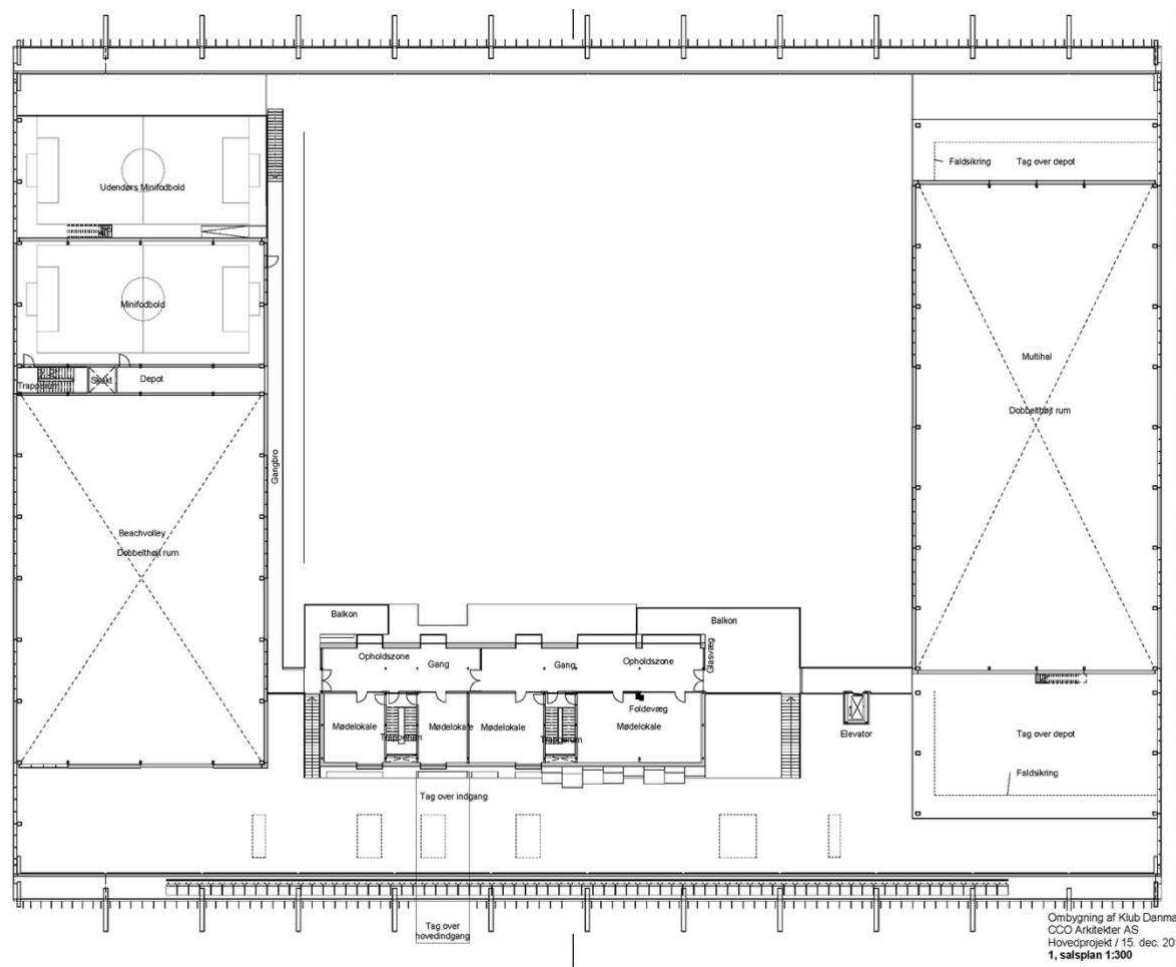
## Plantegninger for Hafnia-Hallen

### Stueplan





# 1. sal



Ombygning af Klub Danmark Hallen  
CCO Arkitekter AS  
Hovedprojekt / 15. dec. 2015  
1. salsplan 1:300



## 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: Sydhavnens Seniorer</b>
<b>CVR: 41229705</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Københavns seniorfestival</b>

<b>Projektperiode: 01.08.2024-01.10.2025</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> <i>(hvis der er givet tilskud året før)</i>	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	<b>818.365 kr.</b>		
Øvrige tilskud, specificeret <i>(herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			Der er pt. ikke søgt øvrige tilskud.
<b>INDTÆGTER I ALT</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 projektleder	75.000 kr.	
Løn afviklere Hafnia-Hallen	31.250 kr.	
Facilitetsleje Hafnia-Hallen (3 dage)	25.000 kr.	
Øvrige ekstraudgifter (el, slutrengøring mv.)	20.225 kr.	
Scene, lyd, lys inkl. opsætning, nedtagning, transport og teknikere	231.250 kr.	
5 x artister:		
Birthe Kjær & Feel Good Band	130.312,5 kr.	
KANDIS	92.337,5 kr.	
Alberte Winding m. guitarist	31.500 kr.	
Katrine Muff – fællessang	36.750 kr.	
Fede Finn & Funny Boyz – trio	16.800 kr.	
Forplejning af frivillige og personale på dagen	20.000 kr.	

2 x samarit-vagter på dagen	3.940 kr.	
20 x kabinetoiletter	30.000 kr.	
PR og markedsføring	50.000 kr.	
Honorar til fotograf på dagen	6.000 kr.	
Forsikring af frivillige	3.000 kr.	
Revisionshonorar	15.000 kr.	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>818.365 kr.</b>	

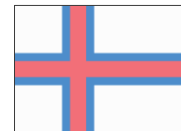
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	
-----------------	----------	--

**Kommentarer/forbehold:**

Hafnia-Hallen ønsker aktivt at indgå i et samarbejde med Sydhavnens Seniorer omkring afvikling af Københavns Seniorfestival, med Hafnia-Hallen som base. Vi ser et kæmpe potentiale og ser ind i et samarbejde og en udvikling af festivalen over de kommende 3 år. Derfor vil Hafnia-Hallen her i "år 1" gerne byde ind med en stor reducereing i facilitetslejen, som gradvist i år 2, og 3 kan stige i takt med festivalens udvikling.



LESTRAR  
GONGAN



## Hvad er Lestrargongan?

Lestrargongan APS er en nyligt etableret forening med det primære formål at samle unge færøske studerende til et socialiseringsarrangement i København, med mulighed for at opbygge nye relationer. Vi har tidligere afholdt arrangementer, men dette er vores andet år som en registreret forening. Lestrargongan er registreret med CVR-nummeret 43 98 07 93 og er momsregistreret. Vi opererer som en non-profit organisation, og alle medarbejdere er frivillige.

Medlemmerne i Lestrargongan repræsenterer alle studenterforeningerne for færing i København. Der er omkring 10 aktive studenterforeninger, som er involveret i Lestrargongan, og alle deltager i videregående uddannelser i København.



## Hvad vil vi?

Lestrargongan vil bidrage til øget trivsel for de unge færøske studerende i København. Desuden tiltrækker arrangementet etablerede borgere, der ønsker at deltage i sociale interaktioner med medlemmer fra denne nichegruppe i byen. Mennesker fra en bred vifte af studieretninger deltager i Lestrargongan, og de bringer en forskelligartet dynamik til arrangementet.

Lestrargongan har afholdt dette arrangement i 7 år og har nu udvidet det til et større arrangement, som vi håber, vil fortsætte i mange år fremover. I år har vi fået ny frivillig bestyrelse, men tidligere medlemmer, som har tidligere erfaring, med at organisere Lestrargongan, har meldt sig frivilligt til at hjælpe med at arrangere vores begivenhed

Studerende kommer primært fra København, dog er der en rimelig stor andel, som kommer fra byer som Aalborg, Århus, Odense osv. Her ønsker vi også at give dem en god oplevelse og vise dem København samt det gode studiemiljø, vi har her. Derved bidrager vores arrangement også til at give København et attraktivt ry som en god studieby for færingere.

### Hvorfor vil vi det?

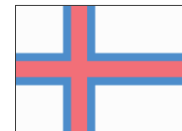
Milan Kundera en tjekkisk-fransk forfatter opsummerer det meget godt at studere i et andet land, hvor alle talte et andet sprog end ham selv:

“Being in a foreign country means walking a tightrope high above the ground without the net afforded a person by the country where he has his family, colleagues, and friends, and where he can easily say what he has to say in a language he has known from childhood.”

Lestrargongan arrangerer dette arrangement, fordi vi alle har stået i den situation at være nye i en by og ikke have mange bekendtskaber. Dette arrangement giver os mulighed for at møde mennesker, som vi ellers ikke ville have stiftet bekendtskab med. Det vil også skabe relationer til en bred vifte af personer.

Vores arrangement vil fx give færingere på Copenhagen Business School (CBS) mulighed for at møde færingere fra medicinstudiet, eller dem der studerer bygningskonstruktion har mulighed for at møde dem der studerer teologi. Relationerne som bliver skabt under Lestrargongan kommer til at øge om trivslen blandt de studerende. Trivsel er afgørende for vores daglige velbefindende, og derfor afholder vi Lestrargongan.





## Hvordan vil vi gøre det?

I 2023 afholdt vi vores arrangement i Pumpehuset og det bliver holdt i Pumpehuset i 2024 i den tredje weekend i september, og vi planlægger at booke lokalerne igen til næste år, i 2025. Under arrangementet forventer vi omkring 500 betalende deltagere samt cirka 40 frivillige, der arbejder hårdt for at sikre en fantastisk oplevelse for vores højt værdsatte deltagere.

Vi samles tidligt om eftermiddagen og senere bevæger vi os ud i byen for at udforske dens barer og bodegaer, og for at skabe nye relationer og gode minder for færingerne i København. Deltagerne bliver opdelt i 16 grupper, som besøger 8 forskellige barer og bodegaer, hvor de møder nye mennesker ved hvert stop. De seneste år har alle steder været beliggende i Indre By, og deltagerne har gået mellem lokationerne som en del af arrangementet, hvilket også er planen for dette år. Dette giver deltagerne mulighed for at udforske centrum af København.

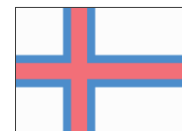
Vores arrangement giver deltagerne mulighed for at møde så mange forskellige mennesker som muligt og skabe forbindelser på tværs af forskellige studier. Derefter vender vi tilbage til Pumpehuset til en koncert for at afrunde dagen.

## Program

- Kl. 13:00 dørene åbner i Pumpehuset
  - vores frivillige tager imod vores deltagere
  - sponsorerne står klar ved deres stande.
- Kl. 16:00 er deltagerne delt i grupper og begynder at udforske byen.
- Kl. 23:00 mødes alle igen ved Pumpehuset.
- Kl. 01:00 koncert begynder.
- Kl. 03:30 Lestrargongan slutter.

## Målgruppe og mål

Vores primære målgruppe er unge færøske studerende. Vi har ikke specifikke succeskriterier, da vores koncept er centreret omkring at skabe og styrke relationer samt fremme trivsel blandt unge færøske studerende i København. Desuden ønsker vi at facilitere sociale interaktioner mellem nye og etablerede studerende borgere i København. Et andet vigtigt aspekt af vores arrangement er at præsentere København som en attraktiv studieby for dem, der lige er flyttet til byen eller overvejer at flytte til København for at færdiggøre deres uddannelse. Vores succes vil i høj grad blive målt ud fra vores evne til at opfylde disse formål.



## Hvad søger vi om?

Lestrargongan søger om tilskud på 20.000 kr. til arrangementet i 2025.

### Budget

Indtægter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov.</i>	Budget året 2025	Budget året 2023 (hvis der er givet tilskud året før)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	20.000kr		Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københ. Kom. fra fonde, sponsorer mm.</i> )			
a) Atlantic Airways	17.500 kr.	17.500 kr.	Ansøges i sommer
b) Articon	10.000 kr.	10.000 kr.	Ansøges i sommer
c) Elektron	5.000 kr.	5.000 kr.	Ansøges i sommer
d) Poul Hansen	5.000 kr.	5.000 kr.	Ansøges i sommer
e) Føroya Banki	5.000 kr.	5.000 kr.	Ansøges i sommer
Billetindtægter	80.000 kr.	80.000 kr.	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>142.500 kr.</b>	<b>122.500 kr.</b>	

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	Budget året 2025	Budget året 2023 (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer (musikere)	30.000 kr.	24.500 kr.
Opholdsudgifter	10.000 kr.	5.100 kr.
Fortæring, herunder møder	2.000 kr.	700 kr.
Kontorhold (telefon, porto mv.)	5.000 kr.	3.700 kr.
Øvrige udgifter - diverse	5.000 kr.	2.000 kr.
a) Leje af Pumpehuset	80.000 kr.	73.000 kr.
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>132.000 kr.</b>	<b>109.000 kr.</b>



Tilskudet vil være med til at styrke vores initiativer og give os bedre muligheder for at skabe en fantastisk oplevelse for vores deltagere.

I 2023 blev 500 billetter sat til salg den 3. august kl. 12, og allerede den 7. august kl. 17 var de udsolgt. Dette viser den store efterspørgsel efter billetter til vores arrangement, og det er en af årsagerne til, at vi søger støtte fra kommunen, så vi kan øge antallet af deltagere. Vi er nu



ved et punkt, hvor vi står over for en udfordring med kapaciteten, da vi ønsker at imødekomme flere deltagere. Pumpehuset har plads til 600 mennesker, men hvis vi ønsker at udvide vores arrangement yderligere, bliver det nødvendigt at finde løsninger til at rumme flere deltagere. I 2022 blev der solgt 450 billetter, og i 2023 blev der solgt 500 billetter, hvilket tydeligt viser en positiv tendens i billetsalget og behovet for at adressere kapacitetsudfordringen for at imødekomme den stigende interesse.

Vi sælger vores billetter til 200 kr. pr. stk., dette for at holde priserne studievenlige.

Vi har ikke langtidsaftale med sponsorerne, men vores sponsorer fra 2023 var meget tilfredse med arrangementet og har givet tilsagn om at fortsætte med at støtte Lestrargongan i fremtiden.

### Vores sponsorer for 2023:





Sponsorerne har stande, hvor de informerer om deres selskaber, og fremtidsmuligheder for studerende og nogle har giveaways.

De overskydende midler fra arrangementet vil blive anvendt til næste års arrangement for at sikre kontinuitet. Vi måler ikke vores succes ud fra overskuddet, da vi opererer som en non-profit forening.

Vores mål er at skabe et fremragende arrangement for unge studerende færingere i København - også i fremtiden, og derfor søger vi 20.000 kr til at afholde Lestrargongan.

Med venlig hilsen  
Lestrargongan

Helgi Ólavsson  
bestyrelsesmedlem

tlf. +4581923620  
helgi291000@gmail.com

lestrargongan@gmail.com

## **Ansøgning til Københavns Kommune**

1. april 2024

### **Att. Kultur- og Fritidsforvaltningen**

#### **Ansøger**

Komiteén for MAD Symposium (også kaldet Foreningen MAD)

Krudtløbsvej 12

1439 København K

CVR-nr.: 34542236 (ikke momsregistreret)

#### **Kontaktperson**

Laura Hagel, Special Project Manager

Tlf.: 2084 7450

E-mail: lh@madfeed.co

### **Komiteén for MAD Symposium ansøger om 750.000 kr., ekskl. moms, til afholdelse af 2025 MAD Symposium**

#### **Baggrund for ansøgning til Kultur- og Fritidsudvalgets Festivalpulje**

Foreningen MAD har i 2023 fået tilsagn fra Københavns Kommune gennem Kultur- og Fritidsudvalgets disponible midler om støtte til afholdelse af MAD Symposium i 2024. Det har mod forventning ikke været muligt for vores teltpartner at sikre teltleje i sensommeren 2024, derfor har vi været nødsaget til at rykke afholdelsen af MAD Symposium til maj 2025. Vi har i mellemtiden sikret både teltleje og lokation, således at vi har sikret at arrangementet kan finde sted i 2025. Samtidig har vi arbejdet på en mere bæredygtig og grøn profil for selve konferencen og ligesom vi har implementeret et indholdsspor med fokus på grøn omstilling. Vi arbejder fortsat med det højeste ambitionsniveau og med at booke internationale talere af den højeste klasse indenfor gastronomi og grøn omstilling. Vi håber derfor at blive taget i betragtning til at modtage et 1-årigt tilskud fra Kultur- og Fritidsudvalgets Festivalpulje. På nuværende tidspunkt er mere end 75% af finansieringen sikret og et tilskud vil sikre at vi kan planlægge og afholde det syvende MAD Symposium i maj 2025 i København.

Som en del af udviklingen af indholdet har vi udnyttet udskydelsen af arrangementet og etableret et ambitiøst netværk mellem Danmarks fremmeste tænkere der tager del i. I planlægningsarbejdet og programudviklingen. Her kan b.la. nævnes Rasmus Munk, René Redzepi, Kamilla Seidler, Vibeke Windeløv, Nikolaj Nyholm og Claus Meyer.

#### **Projekttitel**

2025 MAD Symposium: Build to Last

#### **Formål**

MAD Symposium har gennem de sidste 12 år været verdens mest indflydelsesrige globale madevent, der samler de fremmeste kokke, restauratører og dagsordensættende tænkere i og omkring madbranchen til et to-dages inspirations-event i København. På MAD Symposium sættes fremtidens dagsorden og tanke bliver til handling, når der diskuteres og findes løsninger på de mest presserende udfordringer, madbranchen står overfor. Det var eksempelvis fra første MAD Symposium i 2011, at restauranter verden over blev inspireret til at arbejde med vilde lokale råvarer og ved det tredje MAD Symposium i 2014 at



fermenteringsbølgen startede, som nu rammer køkkener i hele verden. Temaet for 2025 er 'Build to Last', hvor vi sætter fokus på social ansvarlighed, økonomisk bæredygtighed og miljø og klima.

Derudover styrker vi med symposiet Københavns gastronomiske styrkeposition nu og i fremtiden. Vi viser den vibrerende københavnske madscene for symposiets globale publikum, samtidig med at branchen kan nyde godt af turisme og omtale. På symposiet samler vi nemlig de vigtigste meningsdannere og influencers fra hele verden og viser hvad Københavns gastronomiske scene kan.

### **København danner rammerne for verdens førende madevent**

Foreningen MAD blev etableret af bl.a. René Redzepi, Tor Nørretranders og Thomas Hartung i 2011 med en ambition om at skabe en positiv forandring på tværs af madbranchen. MAD Symposium blev søsat for at inspirere til positiv forandring i madbranchen, dele viden med den brede offentlighed og sætte skub i den grønne omstilling.

Foreningen MAD har siden 2011 med stor succes afholdt 6 symposier i København, der har tiltrukket verdens førende kokke og tænkere og alle været en udklækningsanstalt for idéer og partnerskaber i madbranchen, blandt andet nye restaurantkoncepter i København, madprogrammer for socialt udsatte og rykket fermentering ind i danskernes hjemmekøkken.



Foto: MAD

### **MAD Symposium bevarer og sikrer Københavns gastronomiske styrkeposition**

Når det kommer til restaurantscenen nævnes København i dag i samme åndedrag som Paris og New York. En styrkeposition drevet frem af restauranter som Geranium, Alchemist og Noma. MAD Symposium kan sikre Københavns gastronomiske styrkeposition og bringe et globalt netværk sammen igen i 2025, hvilket er særdeles aktuelt, og vi håber, at

Københavns Kommune også kan se værdien i dette event for branchens generelle velbefindende i byen og dermed også københavnerne og turismen.

Tidligere symposier har været massivt dækket af anerkendt international presse og medier. The Wall Street Journal skrev fx følgende om MAD Symposium: *“The must-attend event of the year. ... a place to learn from big thinkers, a bacchanal pushing world-changing views. You might say it's become the Davos of food .... MAD is about exchanging ideas ... If branding Denmark's mission is to promote a more cosmopolitan and tolerant image of the nation, its investment in MAD would appear to be a sound one.”*

Derudover præsenteres Københavns madscene også på mest imponerende vis, når deltagere i symposiet, herunder grundlæggeren René Redzepi med over 1 million følgere på sociale medier, kokken David Chang med 1.7 millioner, samt flere andre indflydelsesrige personligheder med betydelige følgerskarer, deler deres oplevelser fra deres oplevelser i København i dagene før, under og efter symposiet.

Den syvende udgave af MAD Symposium er den vitaminindsprøjtning, som byen og branchen har brug for netop nu. Ved endnu en gang at sætte nye internationale standarder og slå fast, at København er det væsentligste samlingspunkt for restauranter og gastronomi kan vi tiltrække og fastholde talentfulde medarbejdere på alle niveauer og bidrage til et levende socialt og økonomisk liv i København og omegn både nu og i fremtiden.

### **MAD Symposium sætter morgendagens udfordringer på dagsordenen**

2025 MAD Symposium vil undersøge og komme med svar på, hvordan vi som branche og mennesker indarbejder lang levetid i alt, hvad vi gør, fra vores valg af råvarer til arbejdskultur, som er bæredygtig for både kloden og mennesker og samtidig bliver ved med at være verdensførende indenfor gastronomi.

MAD er interessenter i branchen, og vores bestyrelse, rådgivere og teams er tæt knyttet til branchen, og derfor har MAD en unik position i forhold til at tackle tidens udfordringer og udarbejde det mest relevante, vedkommende indhold og udvalgte medlemmer fra madbranchen, universitetsverdenen og klimaforskning, som vil bidrage til at udvikle symposiets indhold.

Vi har tidligere bragt nogle af verdens førende tænkere til København og det vil vi gøre igen i 2025 og bede dem tackle problemstillingerne om 'Build to Last' i relation til den tredobbelte bundlinje; økonomi, social ansvarlighed og miljø og klima. Hvert emne vil blive adresseret ud fra MADs kernemetode; at bibringe deltagerne viden, praktiske færdigheder og inspiration gennem engagerende oplæg, middage, workshops og meget mere. Med udgangspunkt i den energi, der ligger i madbranchen, vil den tematiske tilgang til 'Build to Last' omfatte:

- **Økonomisk bæredygtighed:** Økonomisk bæredygtighed er afgørende for at gøre enhver virksomhed levedygtig. I madbranchen indbefatter det en stærk og velfungerende forsyningskæde. Vi vil undersøge de muligheder og udfordringer der opstår, når virksomheder skal balancere økonomiske interesser med sociale og miljømæssige hensyn.
- **Social ansvarlighed:** MAD Academy har siden 2019 arbejdet for at styrke gastronomiske talenter fra hele verden ved at give dem nye ledelsesmetoder og



hjælpe dem på vej til at styrke deres arbejdskultur. MAD Symposium vil bidrage til at omsætte tale til handling ved at give deltagerne reelle kompetencer til at forbedre arbejdskulturen (eliminere mobning og sexchikane), forbedre arbejdsvilkår og aflønning, rekruttere og fastholde talentfulde medarbejdere samt øge mangfoldigheden gennem bedre muligheder for kvindelige talenter og folk med forskelligartet baggrund.

- **Miljø og klima:** Folk, der arbejder i madbranchen, kan starte en revolution og sætte turbo på den grønne omstilling. Deltagerne vil gå fra symposiet med praktiske færdigheder i at øge den grønne omstilling, f.eks. ved at eliminere madspild og nedbringe energitab og CO2-udledning.

### Målgruppe

Målet er, at 2025 MAD Symposium skal nå bredere ud end i tidligere år, og derfor har vi fordoblet det forventede antal deltagere til 800 og udvidet målgruppen for at sikre diversitet og repræsentation på tværs af køn, alder, seksualitet, nationalitet samt et bredere udvalg af faggrupper med relation til madbranchen, men med særligt fokus på:

- Kokke
- Producenter
- Videnskabs- og universitetsfolk
- Journalister og medier
- Restauratører
- Entreprenører og iværksættere
- Vintjenere
- Studerende fra erhvervsfaglige uddannelser

### Mål og resultater

På et overordnet plan bidrager symposiet til, at København positionerer sig som en attraktiv storby og som et verdenscentrum for gastronomisk innovation, viden og uddannelse. På længere sigt bidrager MAD Symposium til at styrke landets og regionens position inden for både service-, turisme- og fødevarerektoren og indirekte også til at styrke den eksterne vækst på både nøgle- og udviklingsmarkeder. Konkret betyder det:

De målbare resultater for 2025 MAD Symposium er:

- Mindst 600 udenlandske deltagere fra alle niveauer af madbranchen
- Livestreaming til minimum 3.500 deltagere
- Mindst 50% udenlandske betalende gæster
- Mindst fem af verdens førende kokke som talere
- Mindst 10 omtaler i verdensførende medier
- Mindst 150.000 unikke besøgende på vores [online platform](#) i 2025

At afholdelsen af MAD Symposium på kort sigt:

- MAD Symposium positionerer Danmark som førende nation mht. innovation inden for mad, bæredygtighed, arbejdskultur og værtskab. Symposiet understøtter branchens evne til at tiltrække talentfulde medarbejdere og studerende og giver dem mulighed for at tænke på København som fremtidigt arbejdssted.
- MAD Symposium bringer de bedste tænkere og de største talenter fra alle felter, der er relevante i en gastronomisk sammenhæng, sammen – fra kokke til videnskabsfolk – og giver dem mulighed for at mødes og arbejde sammen over flere dage.



- MAD Symposium giver nuværende og kommende gastronomiske talenter adgang til viden på tværs af discipliner – teoretisk og praktisk. Det bidrager til et højt gastronomisk niveau, både nu og i fremtiden, til udvikling af en bedre work/life-praksis, til fastholdelse af talentfulde medarbejdere samt til at sætte skub i den grønne omstilling.

At afholdelsen af MAD Symposium på længere sigt:

- Vil København fortsat være et samlingspunkt for globale frontløbere inden for gastronomisk innovation, diskussion og uddannelse.
- Eventet fremmer turisme og interesse for regionen og giver derved nyt liv til madbranchen, herunder hoteller, restauranter, barer, museer og meget mere.
- Madbranchen bidrager til fortsatte forandringer i retning af øget bæredygtighed i fødevarerektoren.
- MAD Symposium vil fortsat bidrage til, at København brandes som Nordeuropas gastronomiske centrum.



Foto: MAD

### Viden- og erfaringsdeling med branche og Københavnerne

2025 MAD Symposium gør København til en levende by fyldt med oplevelser for københavnerne både før, under og efter symposiet, det sker når verdensberømte kokke gæster og arrangerer prismæssigt overkommelige popup-middage for offentligheden. Her bliver byens madscene beriget med en serie events i verdensklasse, som ellers ikke ville kunne finde sted. Eksempler på tidligere sådanne samarbejder er David Chang på Ved Stranden 10, Alex Atala på Hija de Sanchez og Ivan Orkin på Mikkeller.

Symposiet er også en mulighed for nye initiativtagere og startups i den københavnske madverden for at præsentere deres produkter for en gruppe internationale markedsledere.

Symposiet er en begivenhed, der ansporer til handling, og i kølvandet på tidligere symposier har vi set en lang række nye initiativer dukke op. Som et eksempel på organisationer og initiativer, der er udsprunget af samtaler ved tidligere symposier, er [Brigaid](#), som producerer sund og smagfuld skolemad i byområder i New York, [LocoL](#), som tilbyder billig, sund mad i udsatte områder i Los Angeles, og [Vild Mad](#), som lærer danskere, både børn og voksne, hvordan de skal passe på og samle mad i naturen. Symposierne har således siden starten udviklet sig til at være ikke bare en videnplatform, men også en udklækningsanstalt for projekter med verdensomspændende indflydelse.

Ud over selve symposiet vil alt indhold blive optaget og være frit tilgængeligt online for alle, der ønsker at se det og [videomateriale fra tidligere symposier](#) har til dato haft over 7,6 mio. visninger. Hvert år bliver talerne valgt på tværs af discipliner: fra Jaqueline McGlade fra Det Europæiske Miljøagentur over psykologiprofessor Paul Rozin til el Bulli-kok Ferran Adrià og Peter Dupont, medstifter af og adm. direktør for Coffee Collective, og Connie Hedegaard, tidl. EU-kommissær. Mange af vores tidligere talere er blevet prominente rådgivere for vores organisation og hjælper os bl.a. med kuratere indhold.

### **Finansiering**

Foreningen MAD har allerede sikret sig en del af finansieringen af 2025 MAD Symposium gennem private enkeltpersoner og virksomheder, men med yderligere hjælp fra Københavns Kommune, så kan vi sikre at det bliver et yderst vellykket arrangement af højeste kvalitet.

### **Om Komitéen for MAD Symposium**

Foreningen MAD giver restaurationsbranchen redskaber, inspiration og viden til at gøre en forskel i dens restauranter og ude i verden. MAD blev grundlagt i 2011 som en nonprofitorganisation af René Redzepi, kok og ejer af restaurant noma, med en ambition om at transformere restaurationsbranchen og forandre fødevarsystemet og sikre og bevare dansk gastronomis styrkeposition.

MAD har indtil corona-pandemien afholdt et symposium hvert andet år, som er det førende symposieformat for de bedste restauranter i hele verden, som siden sin begyndelse har ledt de vigtige samtaler om, hvordan restaurantverdenen kan bidrage til øget sundhed i verden og til bedre vilkår for dem, der arbejder i madbranchen.

De seneste år har MAD fokuseret på at afholde en række offentlige oplæg kaldet MAD Mondays, udgive publikationer og drive oplysningsprojektet Vild Mad, et initiativ målrettet offentligheden, der giver dem værktøjerne til at lære at sanke mad i den danske natur og, som det seneste skud på stammen: MAD Academy, en skole der underviser folk, der arbejder i restaurationsbranchen over hele verden, i ledelse og bæredygtighed.







## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskaabelon. Budgettet kan indsendes i andre formater så længe det afspejler skaabelonens 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: Komitéen for MAD Symposium</b>
<b>CVR: 34542236</b>
<b>Festivalens/eventets navn: 2025 MAD Symposium Build to Last</b>

<b>Projektperiode: 1.10.2023-1.6.2025</b> <i>Projektperioden løber fra 1.10.2023-1.6.2023, men budgettet afspejler udgifts- og indtægtsposter i 2024.</i>
--

<b>Indtægter - 2024</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	<b>750.000</b>		<i>Tilskud ansøgt</i>
Øvrige tilskud, specificeret ( <i>herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm. hvis I ingen har skrives 0. Posterne er eksempler, der kan ændres efter jeres konkrete indtægter</i> )			
a)	0		
b)	0		
c)	0		
Honorarer	0		
Billetindtægter	2.000.000		
Øvrige indtægter, specificeret	0		
a) Privat finansiering	1.676.500		
b)	0		
c)	0		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>4.426.500</b>		

<b>Udgifter – 2024</b>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
<i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud</i>		
Løn og honorarer	663.000	
Talere og bidragsydere	407.000	
PR & Kommunikation	144.500	
Digital Platform	400.000	

Lokation	710.00	
Produktion	1.371.000	
Dekoration (udsmykning, materialer mm.)	130.000	
Mad- og drikkevarer	418.500	
Transport	100.000	
Frivillige	75.000	
Administration	7.500	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>4.426.500</b>	

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

**Kommentarer/forbehold:**

Der er allerede i 2023 brugt midler til udviklings- og planlægningsarbejde, som Komitéen for MAD Symposium har dækket for foreningens egne midler.

## Madland Festival for samfundsansvarlig gentænkning



Foto: Liv Kastrup for Madland

Madland ansøger Københavns Kommunes festivalpulje om treårigt tilskud på 400.000 kr. per år og samlet 1.200.000 kr. til Madland Festival i 2025, 2026 og 2027. Såfremt Kultur- og Fritidsudvalget beslutter ikke at tilgodese ønsket om en treårig bevilling, er vi meget positive overfor et etårigt tilskud på 400.000 kr. til afholdelse af festival i 2025.

### Samfundsansvarlig gentænkning af madsystemet

Madsystemet i dets nuværende form udgør en trussel mod både mennesker og planeten. Rapporter som den seneste fra [EAT-Lancet Kommissionen](#) og den længe ventede rapport fra [Food System Economics Commission](#) understreger behovet for radikale handlinger. Ved at gentænke vores madsystemer kan vi potentielt spare op til 69 billioner danske kroner globalt årligt. Vi kan, med andre ord, ikke ignorere de negative konsekvenser af vores nuværende madsystemer.

Hvordan kan vi hver især og i fællesskab opnå vores mål for bæredygtig omstilling og sikre, at København er en attraktiv by at leve i?



Madland har siden 2020 samlet og sat scene til dem, der får forrest i at gentænke vores madsystem samfundsansvarligt, og sikret kollektiv læring og engagement på tværs af byens borgere, forandringsagenter og frontløbere, blandt andet gennem Madland Festival, hvor vi med stor succes gør det muligt for madborgere og madprofessionelle at engagere sig i byens erhvervs samfundsansvar.

Madlands [kortlægning](#) og analyse af madscenen i og omkring København og arbejde i [Madland Koalition: Gentænk København som madby](#) viser et bredt og diversitært økosystem rundt om maden, og det der tegner vores fælles madby. Fælles for byens nye og spirende stemmer af forandringsagenter og frontløbere lige fra bylandbrug, skolehaver og madmarkeder, til offentlige køkkener og restauranter og samfundsværksættere er, at de er sat i verden for at gøre en forskel. De arbejder som udgangspunkt med bæredygtighed i feltet mellem miljø, klima og biodiversitet, social retfærdighed og økonomi og bæredygtige forretningsmodeller. Og så er mange af byens frontløbere kendetegnet ved at være mindre virksomheder. Dette stemmer fint overens med data fra Københavns Kommune, der viser, at 86% af byens 25.000 virksomheder har mellem 1 og 9 ansatte.

Med Københavns Kommunes kommende klimaplan – Klimaplan2035, arbejdet med Københavns Doughnut, kultur og fritidspolitikken for 2023-2026 og engagement i C40 er der behov for at sikre en bred og divers repræsentation af byens – primært mindre – frontløbere i Kommunens kulturelle tilbud. Madland vil skubbe til større diversitet på madscenen, der ofte domineres af partnerskaber og sponsorater fra branchens industrielle og multinationale operatører og deres lobbyorganisationer. Madland vil sætte scene til dem, der identificerer sig som skabere af et nyt mere bæredygtigt madsystem og inddrage madborgere og madprofessionelle på tværs af byens nabolag. Madland Festival understøtter derfor særligt tema 2, 4 og 5 i kultur og fritidspolitikken.

Med et treårigt tilskud fra Københavns Kommunes festivalpulje ønsker Madland at afholde Madland Festival i 2025, 2026 og 2027.

## **Madland Festival i hele København og omegn**

Madland Festival er landets fineste samlingspunkt for dem, der går forrest i at gentænke madsystemet samfundsansvarligt. I 2024 er det femte gang, vi inviterer til Madland Festival.

Madland Festival sker indenfor og udenfor i og rundt om København til middage, dokumentar, manifestfejring, fællesfrokost, udstilling, samtaler, gårdbesøg og laboratorier med viljen om at vise, hvordan vi kollektivt kan spise og handle os til et sundere, grønnere og mere retfærdigt madsystem.

Madland Festival startede i 2020; mens byens øvrige festivaler lukkede ned, åbnede vi for at sikre en scene for byens frontløbere. De første tre år afholdt vi Madland Festival som et åbent program fra august-september med 50-65 events per festival. I 2023 flyttede vi festivalen til april, som en start på året og uden for øvrige initiativer, højsæson i mark og

produktion og kulturelle begivenheder og tilpassede format og indhold for at sikre højere kvalitet, tilslutning på tværs af byen og vidensopsamling. Madland Festival skal markere afslutningen på det forgangne år og starten på et nyt, hvor vi sammen samler op på vores kollektive impact og kigger ind i et nyt år.



Foto: Liv Kastrup for Madland

Madland Festival foregår i og omkring København. Det er en selvstændig pointe, at festivalen ikke har et primært centrum, da byens frontløbere holder til i hele København. Madland Festival sikrer derfor aktiviteter på tværs af byens nabolag og muliggør deltagelse af bred repræsentation af byens borgere. Madland Festival benytter eksisterende infrastruktur og skaber synergi på tværs af nabolag for derigennem at mindske festivalens klimamæssige aftryk.

I 2024 (18.-22. april) afholdes [Madland Festival](#) over fem dage – fra torsdag til mandag for på den måde at sikre, at en så bred deltagelse på tværs af borgere og frontløbere som muligt. Vi har fx valgt at inkludere mandag, da det er ugens bedste dag for at engagere restaurationsbranchen. Festivalprogrammet favner samtaler om jordbrug, manifestfejring, livemusik og mad, verdenpremiere på dokumentaren 'Back to the Roots', gårdbesøg og fællesfrokost på landet, laboratorium for grønne iværksættere og meget mere. Festivalen bliver blandt til i tæt samarbejde med Den Grønne Ungdomsbevægelse, Hegnsholt, Rødder, Social Vanilla, Andelsgaarde, Signe Wenneberg, Øens Have, Fællesgro, Østergro, Kitchen Collective, Københavns Kommune, Hotel- og Restaurantskolen, Byens Landhandel, Agrain, KOST Capital, Impact Insider, Dagens, Changing Food, Økoskabet, The Mother Tree,



Jordens Hus, Endless Food, Fødebrug & Landvarer, Mosegaarden Jordbrug m.fl. Madland Festival 2024 støttes økonomisk af Københavns Kommunes disponible midler.

## **Formål og succeskriterier for Madland Festival 2025-2027**

Målet for 2025 til 2027 er dels at forankre festivalen som det ultimative mødested for madsystemforandring og fællesskab i Danmark og Norden. Den vigtigste begivenhed, hvor 5.-10.000 madborgere såvel som madprofessionelle engagerer sig i festivalen temaer for at blive inspireret til engagement, handling og nye samarbejder på tværs af madsystemet, og for at dygtiggøre sig via den læring og dannelse, som festivalen kuraterer og tilbyder.

Madland styrker forbindelsen i hele værdikæden og opererer ikke i de vante siloer, hvor landbruget forenes, supermarkeder forenes, restaurationsbranchen forenes og så fremdeles. Et selvstændigt mål i Madland er at sikre deltagelse af og læring blandt aktører fra hele madsystemet, fordi det er bærende nødvendigt at tackle de planetære kriser systemisk og ikke i siloer.

Dels har Madland som ambition at sikre at festivalgæster og -aktører bliver klædt på til at arbejde med bedre mangfoldighed, lighed og inklusion under festivalen og resten af året i deres respektive virker. Det er på madscenen underbelyst, men er uløseligt forbundet med arbejdet med mere retfærdige madsystemer. Det er samtidig Madlands ambition at handle på den internationale interesse, som vi oplever. Vi vil styrke et internationalt spor og tiltrække vores internationale netværk og andre gæster fra Norden og resten af verden for at krydsbefrugte og inspirere med, hvordan madborgere og madprofessionelle i København spiser og arbejder for forandring - herunder arbejdet i Københavns Kommune.

Madland Festival understøttes af en strategisk pr- og kommunikationsindsats som sikrer en bred interesse og omtale af aktiviteterne og herunder Københavns Kommune.

Med maden i centrum styrker Madland Festival den lokale sammenhængskraft, og lokal sammenhængskraft styrker det gode liv i byen og gør byen langt mere attraktiv for turister og andre besøgende.

Madland er en iværksættervirksomhed, der er ved at finde sin organisering og forretningsmodel. Madland Festival bliver til ved, at vi selv investerer vores tid og penge og gennem eksterne midler. Vi håber Kultur- og Fritidsudvalget i Københavns Kommune vil være med til at sikre det fortsat udvikling og drift af Madland Festival i 2025-2027. Tilskuddet skal blandt andet sikre, at vi kan udbyde arrangementer uden betaling eller til en meget lav billetpris, for derved sikre så bred og divers deltagelse som muligt. Den samlede omkostning for Madland Festival er budgetteret til 600.000 kr per år. Heraf søger vi et årligt tilskud på 400.000 kr per år og samlet 1.200.000 kr. Den resterende del sikres gennem øvrige funding og egeninvestering.

## **Aktiviteter**

Projektperioden strækker sig fra 1. januar 2025 til 30. juni 2027. Der udarbejdes en detaljeret tidsplan, som tager udgangspunkt i følgende aktiviteter.

### **Aktivitet 1: Madland Festival 2025, 2026 og 2027**

Videreudvikling, tilrettelæggelse og afholdelse af Madland Festival i 2025, 2026 og 2027, hvor 5.-10.000 madborgere såvel som madprofessionelle engagerer sig i festivalen temaer for at blive inspireret til engagement, handling og nye samarbejder på tværs af madsystemet.

Styrkelse af Madland Festival med et internationalt spor og tiltrække vores internationale netværk og andre gæster fra Norden og resten af verden for at krydsbefrugte og inspirere med, hvordan madborgere og madprofessionelle i København spiser og arbejder for forandring.

Leverancer per år:

- 5.-10.000 madborgere og madprofessionelle engagerer sig i festivalen temaer per år
- Internationalt spor på festivalerne, der sikre opmærksomhed på København
- Engagerende program på tværs af madborgere og madprofessionelle med 20-35 events på tværs af nabolag

### **Aktivitet 2: Pr og kommunikation**

Pr- og kommunikationsindsatsen planlægges flerstrengt, så der bliver en bred interesse og omtale af Madland Festival, aktiviteter og indhold, samarbejdspartnere og Københavns Kommune. Byens frontløbere aktiveres i at kommunikere i egne medier og kanaler. Derudover produceres en serie af miniportrætter (video), der deles på Madland kanaler.

Leverancer per år:

- Digitalt festivalprogram på madland.dk + deling på sociale medier
- 50-75 posts på Madlands sociale medier
- Omtaler i Madland Nyhedsbrev
- Eventkommunikation før, under og efter
- Invitationer til festivalens program
- Koordinering af kommunikation med Københavns Kommune
- Festivalplakat og online aktivering gennem digital markedsføring
- 4 miniportrætter af frontløbere, video af ca 2 minutters varighed til sociale medier
- Foto og video fra Madland Festival til brug i pr og kommunikation + markedsføring
- Presseindsatser

### **Aktivitet 3: Projektledelse**

Løbende projektledelse og fremdrift i projektet, afholdelse af internt og eksterne møder med projektgruppen og samarbejdspartnere, budget- og økonomistyring samt evaluering, opsamling og afrapportering.

Leverancer:

- Detaljeret tidsplan
- Løbende evaluering og tilpasning
- Afsluttende evaluering til Københavns Kommune

## Madland

Madland blev stiftet i 2020 med en vision om at gentænke madsystemet ved at samle og sætte scene til aktører på tværs af madsystemet. Siden har Madland afholdt 4 Madland Festival i København (og en femte på vej 18.-22. april 2024), engageret madsystembrydere i samtaler, debatter og laboratorier på tværs af Danmark, udgivet podcast og magasin, løbende kommunikeret på sociale medier og nyhedsbrev og meget mere. Alt arbejde baserer sig på stifternes mangeårige virke inden for pr, kommunikation, event og faglig baggrund i madens verden.

Madland har erfaring fra tidligere og nuværende samarbejder med Københavns Kommune.



Foto: Liv Kastrup for Madland

Madland udvikles og ledes af et erfarent hold bestående af Jacob Damgaard og Marie Sainabou Jeng som tilsammen har mere end 35 års erfaring med pr og kommunikation, events og festival. Tilmed har Marie ekspertise i madpolitik og madsystemer og Jacob i fødevarevidenskab.





**Marie Sainabou Jeng** er Madlands programdirektør og strateg. Herudover har Marie ansvaret for Madlands medieudgivelser og pr- og kommunikation. Marie underviser desuden på Suhrs Højskole i madpolitik, hun er medlem af Københavns Kommunes København Erhvervsråd, Klima Borgertingets følgegruppe og bidrager som advisory board-medlem til udviklingen af fx Foodprint Nordic.

**Jacob Damgaard** har ansvaret for Madlands events og tilrettelæggelse af program og indhold. Jacob har blandt andet stået i spidsen for Københavns største madfestival Street Food om Søerne, Copenhagen Cooking og mange flere og har derfor stor erfaring og netværk inden for event og festival.

Madland er en iværksættervirksomhed, der er ved at finde sin organisering og forretningsmodel. Madland Festival bliver til ved, at vi selv investerer vores tid og penge og gennem eksterne midler.

Madland har tilknyttet et advisory board bestående af 6 strategiske sparringspartnere bl.a. Mia Maja Hansson, direktør i Kitchen Collective og Danmarks største madfestival Street Food om Søerne (København), Kristine Barenholdt Bruun, leder af Det Cirkulære Laboratorium under Roskilde Festival, Daniel Hervik, direktør i skolehaveorganisationen Haver til Maver, Line Rise Nielsen, politisk rådgiver i Copenhagen Food System Center, Morten Kromann Nielsen, forsker og phd på UCL og Thomas Elletoft Køster, kok og indehaver af Rabarbergaarden.

Herudover samarbejder vi med en række eksterne samarbejdspartnere med rådgivning i strategisk pr og kommunikation.

Læs mere om Madland på [www.madland.dk](http://www.madland.dk) og følg [@madlanddk](https://www.instagram.com/madlanddk).

## Kontaktoplysninger

Madland ApS  
Slagtehusgade 11  
1715 København V

CVR: 43563912

Madland er momsregistreret

### Kontaktperson

Jacob Damgaard  
Mail: [jacob@madland.dk](mailto:jacob@madland.dk)  
Telefon: 22 90 50 25

## 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: Madland</b>
<b>CVR: 43563912</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Madland Festival</b>

<b>Projektperiode: 1. januar 2025 til 30. juni 2027</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	1.200.000	489.750	Madland har modtaget tilskud fra KK i 2024 til en række aktiviteter, herunder Madland Festival
<i>Øvrige tilskud, specificeret (herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)</i>			
a) Nordic Culture Point (Nordisk Ministerråd), Plantefonden	250.000		Beløbet ansøgt i 2024. Afventer svar.
b) Egeninvestering i form af timer	300.000		
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	50.000		
<i>Øvrige indtægter, specificeret</i>			
a)			
b)			
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>1.800.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov</i>	<b>Budget</b>	<b>Budget året før</b>
---	---------------	------------------------

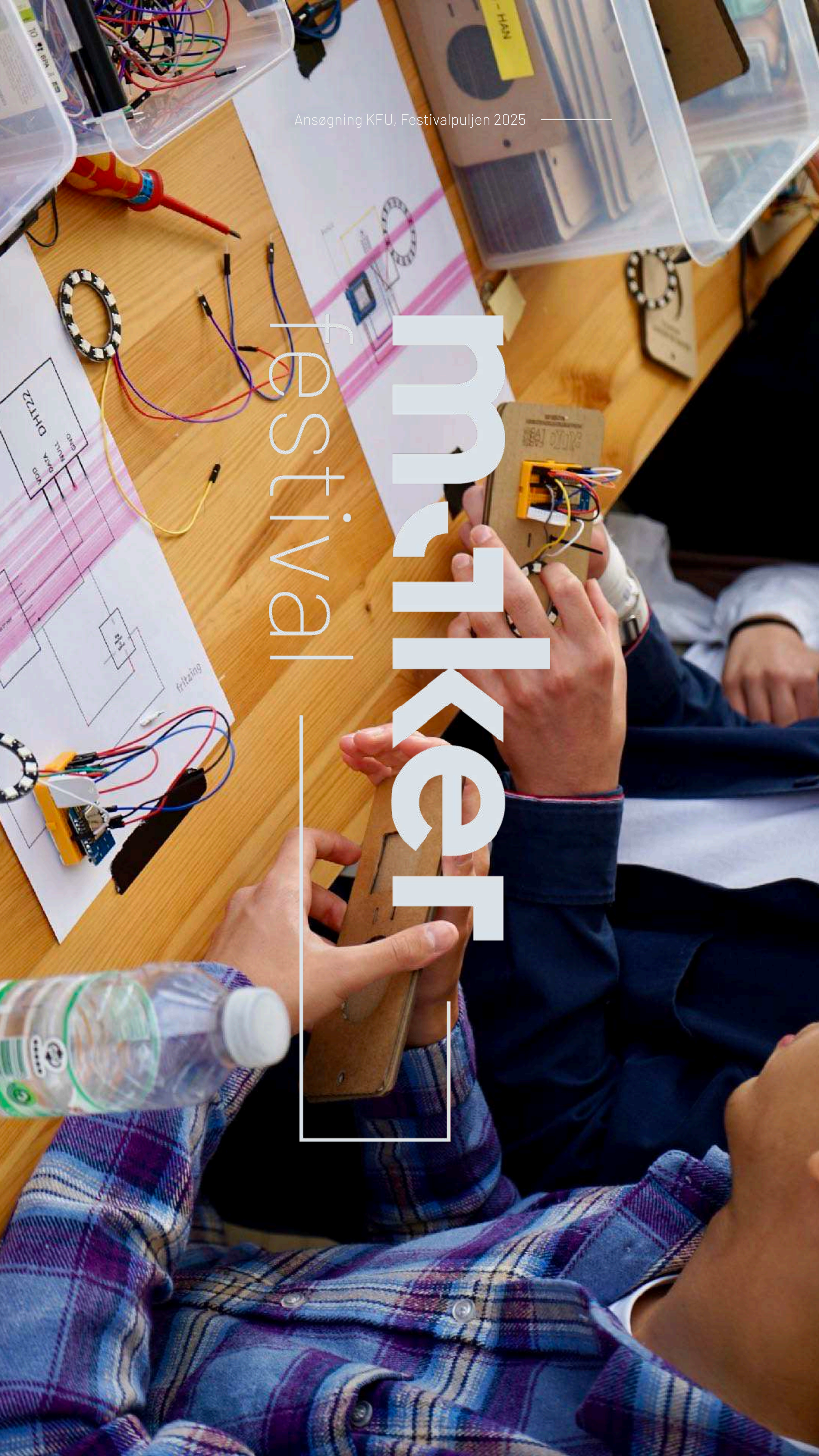
		(hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	1.125.000	
Konsulentudgifter	90.000	
Materialeudgifter	75.000	
Transportudgifter	36.000	
Opholdsudgifter	75.000	
Fortæring, herunder møder	30.000	
Diverse repræsentation	12.000	
PR og markedsføring	120.000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	102.000	
Revisionshonorar	30.000	
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Foto og video	105.000	
b)		
c)		
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>1.800.000</b>	

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

**Kommentarer/forbehold:**

Madland har modtaget tilskud fra Københavns Kommunes disponible midler (kultur og fritid) til løbende aktiviteter i 2024, herunder Madland Festival. Det samlede tilskud på 489.750 dækker derfor Madland Festival 2024 + øvrige aktiviteter.

# mulke festival





SPOR10 Festival 2023: udendørs dansescene

*Maker Festival har stor betydning i en hovedstad som København, fordi den giver borgerne mulighed for at udforske og lære fra de kreative fællesskaber, som normalt er skjult for dem.*

*Festivalen tilbyder inspirerende aktiviteter og indhold fra professionelle designere, arkitekter, kunstnere, interaktionsdesignere, programmører, produktdesignere, biologer og amatører fra makerspaces.*

*Det er derfor en begivenhed, hvor besøgende i alle aldre kan møde disse passionerede entreprenører og eksperter og lære fra deres erfaringer og inspiration.*

# Hændernes verden og kreative vækstlag: Velkommen til Maker Festival 2025

**Vi vil styrke københavnernes muligheder for at omsætte deres kreativitet til handling ved Maker Festival 2025. Med base i Spor10, Jernbanebyen, vil festivalen være en udforskning og hyldest til kreative, bæredygtige bymiljøer og erhverv.**

Foreningen Maker søger støtte på 350.000 kr. fra Kultur- og Fritidsudvalget til at afholde festivalen, rettet mod børn, unge, familier og kreative borgere i København.

Vi vil præsentere festivalaktiviteter, der fokuserer på digitale fabrikationsteknologier, godt håndværk og bæredygtighed, mens vi fejrer kreativitet, design og skaberkraft. Festivalen vil være fyldt med inspirerende projekter, der viser vores ansvar for planeten.

På Maker Festival 2025 kan besøgende deltage i workshops, åbne værksteder og udstillinger, hvor praktikere og iværksættere deler deres viden om maker-kultur, design og bæredygtighed, og der vil være fokus på blandt andet uddannelse og håndværksfaglighed, cirkulær økonomi, teknologiforståelse og "den producerende by" med Jernbanebyen som eksempel.

Vi forventer at tiltrække over 26.000 besøgende i 2025 ved at tilbyde en mangfoldig oplevelse for både børn, unge og kreative. Med Maker's fortsatte faciliteter i Spor10 - og med opbygningen af pop-up makerspaces, vil vi skabe nye kreative rum og sprede entusiasme blandt unge og børn i hele København. Med kommunens øvrige fokus på STEM-uddannelser, teknologiforståelse, håndværk og cirkulær økonomi vil Maker Festival 2025 være med til at løfte forståelse og færdigheder.

Maker Festival vil i 2025 være tilstede på SPOR10 Festival, Ungdommens Folkemøde, 3daysofdesign, Copenhagen Light Festival og Kulturnatten med aktiviteter fra februar til november.

**Malte Hertz Jansen**

Administrerende direktør, Foreningen Maker  
Vasbygade 10, 2450 København SV  
Tlf. 2891 3537 // malte@maker.dk

# Et samlingspunkt for hændernes og hovedets arbejde



*Biomaterialer: Mycelium workshop med Hypha CO-LAB*

Maker Festival er et samlingssted for folk i alle aldre - fra børn til ældre - der ønsker at arbejde med deres hænder, udforske ny teknologi og opleve glæden ved at omsætte ideer til konkrete genstande.

Hvert år stræber vi efter at skabe inkluderende og mangfoldige aktiviteter til Maker Festival, hvor vi præsenterer kreativ og innovativ teknologipraksis samt urbant entreprenørskab. Festivalen tilbyder et bredt udvalg af aktiviteter, lige fra robotbygning og plastgenanvendelse til t-shirt-tryk og meget mere. Vores succes skyldes det store antal deltagere, der spænder fra børn på 3 år til ældre over 70 år.

I 2025 planlægger vi at skabe flere midlertidige og inkluderende rum, som er tilgængelige for alle, i samarbejde med foreninger og organisationer i hele København. Temaerne, vi arbejder med, som eksempelvis teknologiforståelse, håndværk og design, er nu mere udbredte og relevante, og der er øget fokus på innovation, iværksætteri og bæredygtige løsninger.

Maker Festival er den perfekte platform til at fremme fysisk iværksætteri, kreativitet, design og teknologi. Festivalen skaber stærke fællesskaber på tværs af generationer, geografiske og kulturelle skel og åbner en verden af livslang læring, kreative færdigheder og entreprenørskab for københavnere. Vi ønsker derfor at udvide festivalen ved at arrangere flere events i løbet af året og over hele byen.

Maker Festival er skabt af københavnere, for københavnere. Vi lægger vægt på åbenhed, inklusion og præsentation af innovativ teknologipraksis i krydsfeltet mellem teknologi, kunst, design og skaberkultur.

Vi vil involvere og inspirere børn, unge og voksne til at tænke kreativt og løse problemer gennem eksperimentering. Vi ønsker at fejre nysgerrighed, kreativitet, entreprenørskab og dannelsen af praktisk og kreativ iværksætteri.

Sammen vil vi blive begejstrede og begejstre andre københavnere.

# En eksplosion af kreativitet og skaberkraft!

## **Maker Festival er en festival skabt af københavnere, for københavnere.**

Vi ser Maker Festival som afgørende for en hovedstad som København, da den åbner dørene for borgerne og giver dem mulighed for at dykke ned i og lære fra de kreative fællesskaber, som ellers ville være skjult for dem. Festivalen præsenterer inspirerende aktiviteter og indhold fra et bredt spektrum af fagfolk, herunder designere, arkitekter, kunstnere, interaktionsdesignere, programmører, produktdesignere, biologer og amatører fra makerspaces. Det er en begivenhed, hvor besøgende i alle aldre kan møde passionerede entreprenører og eksperter, og lære af deres erfaringer og inspiration.

På Maker Festival 2025 ønsker vi at give folk handlekraft, både nu og i fremtiden. Festivalen vil være en platform, hvor publikum møder ildsjæle, der inviterer dem til at deltage i teknologier og værktøjer, som de arbejder med til dagligt. Her vil både publikum og ildsjæle være stjerner, der deler viden, kreativt drive og egne projekter inden for områder som produktudvikling, socialøkonomisk design, materialeinnovation, bio-design og interaktionskunst.

### **Til Maker Festival 2025 vil seks forskellige temaer være i fokus:**

- Den cirkulære by
- Reparation, genbrug, genanvendelse
- STEM-færdigheder og teknologiforståelse
- Maker mindset - prototyping, håndværk og fællesskab
- Den producerende by - værkstedsbyen

Maker Festival har over de seneste ni år etableret sig som en attraktiv platform for kulturudveksling på tværs af europæiske kreative fællesskaber og har siden 2016 været med til at fusionere maker-kulturen i Skandinavien, Europa og resten af verden gennem et internationalt program og udstillere fra hele verden.



*Plastgenanvendelse: Workshop med Plastic Projects og elever fra FGU Hovedstaden*



# 5 festivaler + 5 temaer = Maker Festival 2025

Ansøgning KFU, Festivalpuljen 2025

Antal besøgende: 1.000  
Oktober 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV



Antal besøgende: 20.000  
September 2025  
Geografi: Valbyparken



Antal besøgende: 500  
Februar 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV



**Måltal 2025**  
Besøgende: 26.500  
Indholdsskabere: +40  
Workshops: +20  
Showcases: +20

Antal besøgende: 4.000  
Maj 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV



Antal besøgende: 1.000  
Juni 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV

- DEN CIRKULÆRE BY
- REPARATION, GENBRUG, GENANVENDELSE
- STEM-FÆRDIGHEDER OG TEKNOLOGIFORSTÅELSE
- MAKER MINDSET - PROTOTYPING, HÅNDVÆRK OG FÆLLESSKAB
- DEN PRODUCERENDE BY - VÆRKSTEDSBYEN

# Copenhagen Light Festival

København SV

**Københavns lysfestival er en fantastisk lejlighed til at inspirere en bred vifte af lysinteresserede, som måske ikke normalt ville opsøge et makerspace eller arbejde kreativt med produkter og processer. Til Copenhagen Light Festival 2025 vil Maker Festival derfor, i samarbejde med NREP og Spor10, etablere et åbent Makerspace ved pladsen foran Jernbanebyens Community Hub.**

I samarbejde med medlemmer af Foreningen Maker og aktører fra SPOR10 vil vi skabe en levende oase af oplevelser, som løbende formes af deltagerne selv.

## **Åbent Oplevelsesværksted**

I samarbejde med lokale medlemmer og kreative skabere ønsker vi at præsentere en oplevelse, der både forstærker nydelsen af Copenhagen Light Festival og inviterer deltagerne til at træde ind i et univers, de selv er med til at skabe. Deltagerne kan kaste sig ud i en række lettilgængelige gør-det-selv-aktiviteter eller blot nyde frugterne af andres arbejde.

500 deltagere. Geografi: Kbh SV



*Boundaries by André Maia at Reflektor Light Festival 2017*

# Spor10 Festival

Jernbanebyen, Kbh. SV

**I opbygningen af Jernbanebyen er der et klart fokus på principperne om grønne og levende bymiljøer. Og netop disse principper vil københavnernes få mulighed for at opleve til den tilbagevendende Spor10 Festival 2025. Her vil der være aktiviteter for alle aldre og med hovedvægt på kreativitet, bæredygtighed, sundhed og trivsel.**

## **Genanvendelse i samarbejde med lokale aktører i Jernbanebyen og Sydhavnen**

For at styrke sammenhængskraften i både Jernbanebyen og Sydhavnen vil vi skabe oplevelser, der binder områdets ressourcer sammen med de mange muligheder, der er, til at skabe nye spændende, flotte og praktiske nye ting. Kan vi smelte lokalt plastikaffald om til nye smykker? Kan vi bruge genbrugstræ til at lave havemøbler?

4.000 deltagere. Geografi: Kbh SV



*SPOR10 Festival 2023*

# 3daysofdesign

Jernbanebyen, Kbh. SV

I København har der gennem 10 år været en international designfestival, der primært har fokuseret på etablerede mærker og designere fra store virksomheder, ofte forbundet med ikoniske møbler. I 2022 udfordrede Maker denne etablerede tankegang og indførte begrebet "A Community Approach".

Her præsenterede vi København og resten af verden for det fundamentale for unge designere og fysiske iværksættere. Vi fremviste det eksperimenterende, som måske aldrig bliver til konkrete produkter, samt produkter, der arbejder med radikal bæredygtighed inden for et voksende økosystem i København.

## **Medskabende udstilling: A Community Approach V-10**

Dyk ned i oplevelsen og det fælles værk på Maker V-10 under 3daysofdesign, hvor vi stiller dig over for spørgsmålet: Hvordan kan det vi med skaberkraft udfordre den bæredygtige tænkning og handling?

Maker Festival inviterer dig til at udforske, hvordan teknologi og traditionelt håndværk forenes for at skabe imponerende designs, 3D-printede objekter, lysinstallationer og meget mere. Her eksperimenterer designere og iværksættere med materialer, udtryk og taktilitet, og Maker tilbyder de rette faciliteter til at lege og omdefinere vores tilgang til produktudvikling, koncepter og design.

1.000 deltagere. Geografi: Kbh SV



Celebrating Circular Construction 2023 @ Maker V-10

# Ungdommens Folkemøde

Valby Parken

Maker Festival har siden 2021 været ivrigt engageret og vil fortsat bidrage til begivenheden i 2025. Her vil vi etablere en spændende og innovativ MakerZone, der dedikerer sig til teknologi, unge og realiseringen af FNs grønne verdensmål.

Gennem et mangfoldigt udvalg af praktiske og håndgribelige aktiviteter søger vi at indfange og begejstre de unge deltagere, og give dem mulighed for at udforske emner som genanvendelse af plast, lokal produktion og udvikling af cirkulære systemer.

## **Maker Zone**

IMaker Zone kan de unge dykke ned i hands-on oplevelser, der vækker deres nysgerrighed og engagement. Her tager vi et dybdegående kig på de bæredygtige initiativer, som allerede driver det pulserende iværksætttermiljø i København til dagligt. Dette sker gennem et tæt samarbejde med Verdensmål i Hænderne, Ungdomsbureauet samt Maker og vores mange andre partnerskaber og samarbejdspartnere.

I vores faciliterede workshops vil københavnske makere dele deres værdifulde erfaringer inden for lokal produktion og bæredygtige designs, hvilket vil give de unge en unik mulighed for at lære og blive inspireret af ekspertisen hos dem, der allerede er aktive på dette område.

20.000 deltagere. Geografi: Kbh V



MAKER ZONE @ Ungdommens Folkemøde 2023

# Kulturnatten

Jernbanebyen, Kbh. SV

**Kulturnatten summer af store og små oplevelser - og Maker Festival vil ikke være noget undtagelse. Her vil man træde ind i et univers af savsmuld, maskiner og et væld af muligheder for at prøve kræfter med materialer, teknologier og endda gå derfra med en selv-produceret ting.**

**Vi glæder os til at endnu en gang at skabe uforglemmelige oplevelser til børn, unge og voksne til kulturens aften.**

## **Det skabende fællesskab**

Kulturnatten bliver skabt af vores inspirerende medlemmer, som stolt viser deres arbejde frem til et offentligt publikum. Publikum vil kunne gå på opdagelse i Makers udstilling, få rundvisninger i Københavns professionelle værksteds- og iværksætterfællesskab og selv få 'beskidte' hænder ved deltagelse i inddragende workshops.

1.000 deltagere. Geografi: Kbh SV

*Maker Festival er skabt af københavnere, for københavnere. Vi lægger vægt på åbenhed, inklusion og præsentation af innovativ teknologipraksis i krydsfeltet mellem teknologi, kunst, design og skaberkultur. Vi vil involvere og inspirere børn, unge og voksne til at tænke kreativt og løse problemer gennem eksperimentering. Vi ønsker at fejre nysgerrighed, kreativitet, entreprenørskab og dannelsen af praktisk og kreativ iværksætter.*

*Sammen vil vi blive begejstrede og begejstre andre københavnere.*



# Budgetskabelon - Festivalpuljen

Ansøgning KFU, Festivalpuljen 2025

<b>Projektperiode: 1.1.2025 – 31.12.2025</b>
--

<b>Tilskudsmodtagers navn: Maker</b>
<b>CVR: 36576871</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Copenhagen Maker Festival 2025</b>

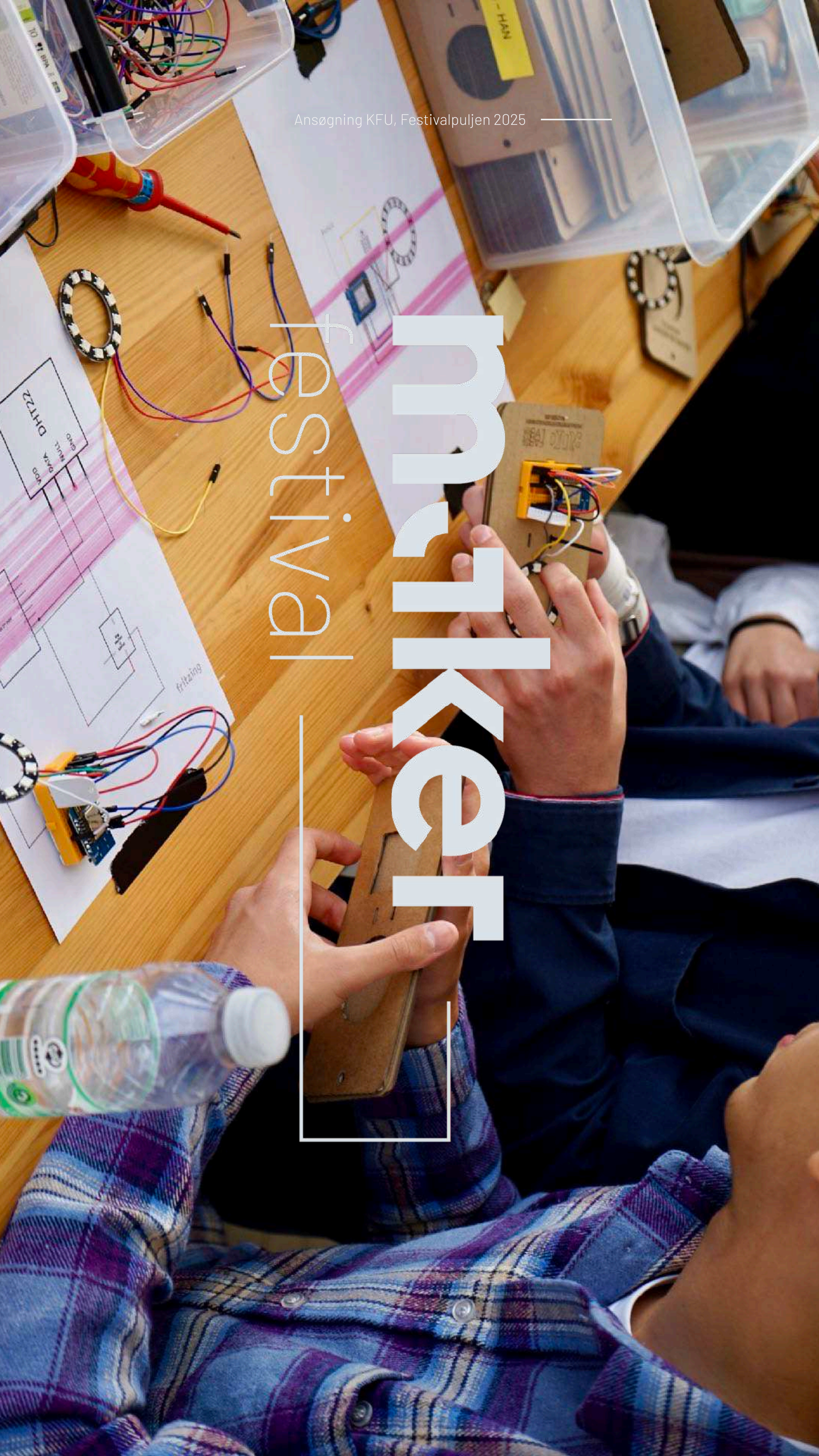
Indtægter	Budget	Budget året før (2022)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	350.000	250.000	Bevilget 2023: 250.000
<b>Øvrige tilskud, specificeret</b>			
a) Creative Europe (note 1)	100.000	-	Bevilget
b) Fog Fonden (note 4)	50.000	50.000	Ansøges
c) Otto Bruuns Fond (note 4)	50.000	50.000	Ansøges
e) Spar Nord Fonden (note 4)	50.000	-	Ansøges
Salg af drikkevarer o.l.	5.000	-	
<b>Medfinansiering/partnerskaber</b>			
a) Makerfaire NV (note 2)	50.000	50.000	Bevilget for 2023
b) Ungdommens Folkemøde (note 3)	113.000	125.660	Bevilget for 2023
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>768.000</b>	<b>525.660</b>	

Udgifter	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
<b>Programaktiviteter</b>		
Åbne Værksteder	80.000	101.678
Workshops	75.000	30.406
Showcases	35.000	22.397
Talks	25.000	-
Festivalledelse/projektledelse	210.000	263.106
Produktions- og afviklingsassistance (timer)	90.000	62.816
Revision og årsregnskab	15.000	12.000
Forsikringer	15.000	-
Forplejning, frivillige og makere	25.000	10.247
Persontransport, inkl. overnatning	15.000	338
Materiel og udstyr	75.000	4.075
Grafisk arbejde, billed- og filmproduktion	20.000	-
Sociale Medier	5.000	-
Tryksager	5.000	-
Webhosting	2.000	-
Sikkerhed og renhold	5.000	3.000
Leje af materiel (kabler, tavler, borde, bænke, mv)	5.000	-
Småanskaffelser (eks. udendørs rammesætning)	17.600	-
Scenografi og publikumshåndtering	10.000	33.740
Uforudsete omkostninger (5%)	38.400	-
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>768.000</b>	<b>543.803</b>
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>-18.413</b>

**Kommentarer/forbehold:**

- Maker er partner på det succesfulde Creative Europe projekt Distributed Design Platform 2025 - 2028 og har leverancer inden for udbredelse og formidling, som vil blive arbejdet ind i festivalaktiviteter, samt bidrager med medfinansiering af indhold samt ramme- og produktionsomkostninger.
- Kontant medfinansiering samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv)(50K)
- Kontant medfinansiering, samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv)(113K)
- Fondene søges i løbet af 2024 og Q1 2025. De pågældende fonde har tidligere udvist interesse for at støtte op om Copenhagen Maker Festival

# mulke festival





SPOR10 Festival 2023: udendørs dansescene

*Maker Festival har stor betydning i en hovedstad som København, fordi den giver borgerne mulighed for at udforske og lære fra de kreative fællesskaber, som normalt er skjult for dem.*

*Festivalen tilbyder inspirerende aktiviteter og indhold fra professionelle designere, arkitekter, kunstnere, interaktionsdesignere, programmører, produktdesignere, biologer og amatører fra makerspaces.*

*Det er derfor en begivenhed, hvor besøgende i alle aldre kan møde disse passionerede entreprenører og eksperter og lære fra deres erfaringer og inspiration.*

# Hændernes verden og kreative vækstlag: Velkommen til Maker Festival 2025

**Vi vil styrke københavnernes muligheder for at omsætte deres kreativitet til handling ved Maker Festival 2025. Med base i Spor10, Jernbanebyen, vil festivalen være en udforskning og hyldest til kreative, bæredygtige bymiljøer og erhverv.**

Foreningen Maker søger støtte på 350.000 kr. fra Kultur- og Fritidsudvalget til at afholde festivalen, rettet mod børn, unge, familier og kreative borgere i København.

Vi vil præsentere festivalaktiviteter, der fokuserer på digitale fabrikationsteknologier, godt håndværk og bæredygtighed, mens vi fejrer kreativitet, design og skaberkraft. Festivalen vil være fyldt med inspirerende projekter, der viser vores ansvar for planeten.

På Maker Festival 2025 kan besøgende deltage i workshops, åbne værksteder og udstillinger, hvor praktikere og iværksættere deler deres viden om maker-kultur, design og bæredygtighed, og der vil være fokus på blandt andet uddannelse og håndværksfaglighed, cirkulær økonomi, teknologiforståelse og "den producerende by" med Jernbanebyen som eksempel.

Vi forventer at tiltrække over 26.000 besøgende i 2025 ved at tilbyde en mangfoldig oplevelse for både børn, unge og kreative. Med Maker's fortsatte faciliteter i Spor10 - og med opbygningen af pop-up makerspaces, vil vi skabe nye kreative rum og sprede entusiasme blandt unge og børn i hele København. Med kommunens øvrige fokus på STEM-uddannelser, teknologiforståelse, håndværk og cirkulær økonomi vil Maker Festival 2025 være med til at løfte forståelse og færdigheder.

Maker Festival vil i 2025 være tilstede på SPOR10 Festival, Ungdommens Folkemøde, 3daysofdesign, Copenhagen Light Festival og Kulturnatten med aktiviteter fra februar til november.

**Malte Hertz Jansen**

Administrerende direktør, Foreningen Maker  
Vasbygade 10, 2450 København SV  
Tlf. 2891 3537 // malte@maker.dk



# Et samlingspunkt for hændernes og hovedets arbejde



*Biomaterialer: Mycelium workshop med Hypha CO-LAB*

Maker Festival er et samlingssted for folk i alle aldre - fra børn til ældre - der ønsker at arbejde med deres hænder, udforske ny teknologi og opleve glæden ved at omsætte ideer til konkrete genstande.

Hvert år stræber vi efter at skabe inkluderende og mangfoldige aktiviteter til Maker Festival, hvor vi præsenterer kreativ og innovativ teknologipraksis samt urbant entreprenørskab. Festivalen tilbyder et bredt udvalg af aktiviteter, lige fra robotbygning og plastgenanvendelse til t-shirt-tryk og meget mere. Vores succes skyldes det store antal deltagere, der spænder fra børn på 3 år til ældre over 70 år.

I 2025 planlægger vi at skabe flere midlertidige og inkluderende rum, som er tilgængelige for alle, i samarbejde med foreninger og organisationer i hele København. Temaerne, vi arbejder med, som eksempelvis teknologiforståelse, håndværk og design, er nu mere udbredte og relevante, og der er øget fokus på innovation, iværksætteri og bæredygtige løsninger.

Maker Festival er den perfekte platform til at fremme fysisk iværksætteri, kreativitet, design og teknologi. Festivalen skaber stærke fællesskaber på tværs af generationer, geografiske og kulturelle skel og åbner en verden af livslang læring, kreative færdigheder og entreprenørskab for københavnere. Vi ønsker derfor at udvide festivalen ved at arrangere flere events i løbet af året og over hele byen.

Maker Festival er skabt af københavnere, for københavnere. Vi lægger vægt på åbenhed, inklusion og præsentation af innovativ teknologipraksis i krydsfeltet mellem teknologi, kunst, design og skaberkultur.

Vi vil involvere og inspirere børn, unge og voksne til at tænke kreativt og løse problemer gennem eksperimentering. Vi ønsker at fejre nysgerrighed, kreativitet, entreprenørskab og dannelsen af praktisk og kreativ iværksætteri.

Sammen vil vi blive begejstrede og begejstre andre københavnere.

# En eksplosion af kreativitet og skaberkraft!

## **Maker Festival er en festival skabt af københavnere, for københavnere.**

Vi ser Maker Festival som afgørende for en hovedstad som København, da den åbner dørene for borgerne og giver dem mulighed for at dykke ned i og lære fra de kreative fællesskaber, som ellers ville være skjult for dem. Festivalen præsenterer inspirerende aktiviteter og indhold fra et bredt spektrum af fagfolk, herunder designere, arkitekter, kunstnere, interaktionsdesignere, programmører, produktdesignere, biologer og amatører fra makerspaces. Det er en begivenhed, hvor besøgende i alle aldre kan møde passionerede entreprenører og eksperter, og lære af deres erfaringer og inspiration.

På Maker Festival 2025 ønsker vi at give folk handlekraft, både nu og i fremtiden. Festivalen vil være en platform, hvor publikum møder ildsjæle, der inviterer dem til at deltage i teknologier og værktøjer, som de arbejder med til dagligt. Her vil både publikum og ildsjæle være stjerner, der deler viden, kreativt drive og egne projekter inden for områder som produktudvikling, socialøkonomisk design, materialeinnovation, bio-design og interaktionskunst.

### **Til Maker Festival 2025 vil seks forskellige temaer være i fokus:**

- Den cirkulære by
- Reparation, genbrug, genanvendelse
- STEM-færdigheder og teknologiforståelse
- Maker mindset - prototyping, håndværk og fællesskab
- Den producerende by - værkstedsbyen

Maker Festival har over de seneste ni år etableret sig som en attraktiv platform for kulturudveksling på tværs af europæiske kreative fællesskaber og har siden 2016 været med til at fusionere maker-kulturen i Skandinavien, Europa og resten af verden gennem et internationalt program og udstillere fra hele verden.



*Plastgenanvendelse: Workshop med Plastic Projects og elever fra FGU Hovedstaden*

# 5 festivaler + 5 temaer = Maker Festival 2025

Ansøgning KFU, Festivalpuljen 2025

Antal besøgende: 1.000  
Oktober 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV



Antal besøgende: 20.000  
September 2025  
Geografi: Valbyparken



Antal besøgende: 500  
Februar 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV



**Måltal 2025**  
Besøgende: 26.500  
Indholdsskabere: +40  
Workshops: +20  
Showcases: +20

Antal besøgende: 4.000  
Maj 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV



Antal besøgende: 1.000  
Juni 2025  
Geografi: Jernbanebyen Kbh SV

- DEN CIRKULÆRE BY
- REPARATION, GENBRUG, GENANVENDELSE
- STEM-FÆRDIGHEDER OG TEKNOLOGIFORSTÅELSE
- MAKER MINDSET - PROTOTYPING, HÅNDVÆRK OG FÆLLESSKAB
- DEN PRODUCERENDE BY - VÆRKSTEDSBYEN

# Copenhagen Light Festival

København SV

**Københavns lysfestival er en fantastisk lejlighed til at inspirere en bred vifte af lysinteresserede, som måske ikke normalt ville opsøge et makerspace eller arbejde kreativt med produkter og processer. Til Copenhagen Light Festival 2025 vil Maker Festival derfor, i samarbejde med NREP og Spor10, etablere et åbent Makerspace ved pladsen foran Jernbanebyens Community Hub.**

I samarbejde med medlemmer af Foreningen Maker og aktører fra SPOR10 vil vi skabe en levende oase af oplevelser, som løbende formes af deltagerne selv.

## **Åbent Oplevelsesværksted**

I samarbejde med lokale medlemmer og kreative skabere ønsker vi at præsentere en oplevelse, der både forstærker nydelsen af Copenhagen Light Festival og inviterer deltagerne til at træde ind i et univers, de selv er med til at skabe. Deltagerne kan kaste sig ud i en række lettilgængelige gør-det-selv-aktiviteter eller blot nyde frugterne af andres arbejde.

500 deltagere. Geografi: Kbh SV



*Boundaries by André Maia at Reflektor Light Festival 2017*

# Spor10 Festival

Jernbanebyen, Kbh. SV

**I opbygningen af Jernbanebyen er der et klart fokus på principperne om grønne og levende bymiljøer. Og netop disse principper vil københavnernes få mulighed for at opleve til den tilbagevendende Spor10 Festival 2025. Her vil der være aktiviteter for alle aldre og med hovedvægt på kreativitet, bæredygtighed, sundhed og trivsel.**

## **Genanvendelse i samarbejde med lokale aktører i Jernbanebyen og Sydhavnen**

For at styrke sammenhængskraften i både Jernbanebyen og Sydhavnen vil vi skabe oplevelser, der binder områdets ressourcer sammen med de mange muligheder, der er, til at skabe nye spændende, flotte og praktiske nye ting. Kan vi smelte lokalt plastikaffald om til nye smykker? Kan vi bruge genbrugstræ til at lave havemøbler?

4.000 deltagere. Geografi: Kbh SV



*SPOR10 Festival 2023*

# 3daysofdesign

Jernbanebyen, Kbh. SV

I København har der gennem 10 år været en international designfestival, der primært har fokuseret på etablerede mærker og designere fra store virksomheder, ofte forbundet med ikoniske møbler. I 2022 udfordrede Maker denne etablerede tankegang og indførte begrebet "A Community Approach".

Her præsenterede vi København og resten af verden for det fundamentale for unge designere og fysiske iværksættere. Vi fremviste det eksperimenterende, som måske aldrig bliver til konkrete produkter, samt produkter, der arbejder med radikal bæredygtighed inden for et voksende økosystem i København.

## **Medskabende udstilling: A Community Approach V-10**

Dyk ned i oplevelsen og det fælles værk på Maker V-10 under 3daysofdesign, hvor vi stiller dig over for spørgsmålet: Hvordan kan det vi med skaberkraft udfordre den bæredygtige tænkning og handling?

Maker Festival inviterer dig til at udforske, hvordan teknologi og traditionelt håndværk forenes for at skabe imponerende designs, 3D-printede objekter, lysinstallationer og meget mere. Her eksperimenterer designere og iværksættere med materialer, udtryk og taktilitet, og Maker tilbyder de rette faciliteter til at lege og omdefinere vores tilgang til produktudvikling, koncepter og design.

1.000 deltagere. Geografi: Kbh SV



Celebrating Circular Construction 2023 @ Maker V-10

# Ungdommens Folkemøde

Valby Parken

Maker Festival har siden 2021 været ivrigt engageret og vil fortsat bidrage til begivenheden i 2025. Her vil vi etablere en spændende og innovativ MakerZone, der dedikerer sig til teknologi, unge og realiseringen af FNs grønne verdensmål.

Gennem et mangfoldigt udvalg af praktiske og håndgribelige aktiviteter søger vi at indfange og begejstre de unge deltagere, og give dem mulighed for at udforske emner som genanvendelse af plast, lokal produktion og udvikling af cirkulære systemer.

## **Maker Zone**

IMaker Zone kan de unge dykke ned i hands-on oplevelser, der vækker deres nysgerrighed og engagement. Her tager vi et dybdegående kig på de bæredygtige initiativer, som allerede driver det pulserende iværksætttermiljø i København til dagligt. Dette sker gennem et tæt samarbejde med Verdensmål i Hænderne, Ungdomsbureauet samt Maker og vores mange andre partnerskaber og samarbejdspartnere.

I vores faciliterede workshops vil københavnske makere dele deres værdifulde erfaringer inden for lokal produktion og bæredygtige designs, hvilket vil give de unge en unik mulighed for at lære og blive inspireret af ekspertisen hos dem, der allerede er aktive på dette område.

20.000 deltagere. Geografi: Kbh V



MAKER ZONE @ Ungdommens Folkemøde 2023

# Kulturnatten

Jernbanebyen, Kbh. SV

**Kulturnatten summer af store og små oplevelser - og Maker Festival vil ikke være noget undtagelse. Her vil man træde ind i et univers af savsmuld, maskiner og et væld af muligheder for at prøve kræfter med materialer, teknologier og endda gå derfra med en selv-produceret ting.**

**Vi glæder os til at endnu en gang at skabe uforglemmelige oplevelser til børn, unge og voksne til kulturens aften.**

## **Det skabende fællesskab**

Kulturnatten bliver skabt af vores inspirerende medlemmer, som stolt viser deres arbejde frem til et offentligt publikum. Publikum vil kunne gå på opdagelse i Makers udstilling, få rundvisninger i Københavns professionelle værksteds- og iværksætterfællesskab og selv få 'beskidte' hænder ved deltagelse i inddragende workshops.

1.000 deltagere. Geografi: Kbh SV

*Maker Festival er skabt af københavnere, for københavnere. Vi lægger vægt på åbenhed, inklusion og præsentation af innovativ teknologipraksis i krydsfeltet mellem teknologi, kunst, design og skaberkultur. Vi vil involvere og inspirere børn, unge og voksne til at tænke kreativt og løse problemer gennem eksperimentering. Vi ønsker at fejre nysgerrighed, kreativitet, entreprenørskab og dannelsen af praktisk og kreativ iværksætter.*

*Sammen vil vi blive begejstrede og begejstre andre københavnere.*



# Budgetskabelon - Festivalpuljen

Ansøgning KFU, Festivalpuljen 2025

<b>Projektperiode: 1.1.2025 - 31.12.2025</b>
--

<b>Tilskudsmodtagers navn: Maker</b>
<b>CVR: 36576871</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Copenhagen Maker Festival 2025</b>

Indtægter	Budget	Budget året før (2022)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Tilskud fra Københavns Kommune	350.000	250.000	Bevilget 2023: 250.000
<b>Øvrige tilskud, specificeret</b>			
a) Creative Europe (note 1)	100.000	-	Bevilget
b) Fog Fonden (note 4)	50.000	50.000	Ansøges
c) Otto Bruuns Fond (note 4)	50.000	50.000	Ansøges
e) Spar Nord Fonden (note 4)	50.000	-	Ansøges
Salg af drikkevarer o.l.	5.000	-	
<b>Medfinansiering/partnerskaber</b>			
a) Makerfaire NV (note 2)	50.000	50.000	Bevilget for 2023
b) Ungdommens Folkemøde (note 3)	113.000	125.660	Bevilget for 2023
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>768.000</b>	<b>525.660</b>	

Udgifter	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
<b>Programaktiviteter</b>		
Åbne Værksteder	80.000	101.678
Workshops	75.000	30.406
Showcases	35.000	22.397
Talks	25.000	-
Festivalledelse/projektledelse	210.000	263.106
Produktions- og afviklingsassistance (timer)	90.000	62.816
Revision og årsregnskab	15.000	12.000
Forsikringer	15.000	-
Forplejning, frivillige og makere	25.000	10.247
Persontransport, inkl. overnatning	15.000	338
Materiel og udstyr	75.000	4.075
Grafisk arbejde, billed- og filmproduktion	20.000	-
Sociale Medier	5.000	-
Tryksager	5.000	-
Webhosting	2.000	-
Sikkerhed og renhold	5.000	3.000
Leje af materiel (kabler, tavler, borde, bænke, mv)	5.000	-
Småanskaffelser (eks. udendørs rammesætning)	17.600	-
Scenografi og publikumshåndtering	10.000	33.740
Uforudsete omkostninger (5%)	38.400	-
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>768.000</b>	<b>543.803</b>
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>-18.413</b>

#### Kommentarer/forbehold:

- Maker er partner på det succesfulde Creative Europe projekt Distributed Design Platform 2025 - 2028 og har leverancer inden for udbredelse og formidling, som vil blive arbejdet ind i festivalaktiviteter, samt bidrager med medfinansiering af indhold samt ramme- og produktionsomkostninger.
- Kontant medfinansiering samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv)(50K)
- Kontant medfinansiering, samt ydelser og andre goder - forventet (lokaler, materiel, forplejning, mv)(113K)
- Fondene søges i løbet af 2024 og Q1 2025. De pågældende fonde har tidligere udvist interesse for at støtte op om Copenhagen Maker Festival

# UNGDOMMENS FOLKEMØDE

3. - 4. september <sup>2025</sup>  
2. - 3. september <sup>2026</sup>  
8. - 9. september <sup>2027</sup>

## PROJEKTTITEL

UNGDOMMENS FOLKEMØDE

## ANSØGER

FONDEN UNGDOMSBUREAUET  
SLAGTEHUSGADE 10A  
1715 KØBENHAVN V  
CVR: 40195688  
MOMSREGISTRERET

## FESTIVALLEDER

ANNA VIBE PEDERSEN  
[ANNAVIBE@UNGDOMSBUREAUET.DK](mailto:ANNAVIBE@UNGDOMSBUREAUET.DK)  
TLF. 28 96 62 63

## VISIONER FOR 2025 - 2027

Vi vil de næste tre år særligt fokusere på at...

Styrke vores rekrutteringsindsatser, så flere forskellige unge deltagere, både hvad angår uddannelsesmæssige, geografiske og sociale baggrunde, bla. ved at styrke vores **undervisningsmateriale**.

Videreudvikle vores metoder til at engagere flere forskellige unge i arbejdet med festivalens lærings- og temaområder, herunder videreudvikling af **Makerzone, Energy Hub og lancering af Folkekøkkenet**.

Udvikle vores sceneprogram på festivalens scener, så flere unge får direkte møder med beslutningstagere, unge meningsdannere og kunstnere, bla. ved at **relancere festivalens hovedscene**.

Teste og udvikle demokratiske formater og metoder sammen med unge, som sikrer, at demokratiet udvikler sig sammen den nuværende ungdom, der skal videreføre vores demokrati, fx gennem **borgertingsprojektet Dome of Democracy**.

Implementering af vores indsats- og udviklingsområder uddybes i følgende ansøgning.

## RESUMÉ

**Ungdommens Folkemøde (UFM)** har siden 2016 samlet over 100.000 unge mellem 15-25 år fra hele landet, over 300 forskellige organisationer og et væld af beslutningstagere til dialog og fejring af demokratiet i **Valbyparken i København** i september måned. Behovet for en festival og platform for mødested mellem unge og beslutningstagere og kun blevet større de sidste par år. Unges demokratiske selvtillid er faldende<sup>1</sup> og flere unges mistrives.<sup>2</sup> UFM er skabt for at forstærke unges engagement, nysgerrighed og viden inden for demokrati og samfund og øge den demokratiske selvtillid blandt unge, som kan være medvirkende til at flere unge trives. Gennem otte år har UFM sat unges idéer, drømme, håb og holdninger forrest og ladet dem udfolde sig på festivalens scener, gennem workshops og dialog og i tematelte. Hvad vil det sige at være en del af demokratiet? Er min stemme vigtig? Og hvilke demokratiske rettigheder har jeg som ung? Københavns Kommune er den yngste by Kommune i landet<sup>3</sup> og må derfor stå stærkt på inddragelsen af de mange unge indbyggere. Med Ungdommens Folkemøde er vi med til at sikre, at hovedstaden er det nationale samlingspunkt for alle landets unge på tværs af uddannelses-, sociale- og geografiske baggrunden og festivalen er med til at profilere København som en storby med en stærk profil inden for unges inddragelse og demokratiske deltagelse. Vi har som samfund brug for, at unge både engagere sig bredt, lokalt, national og uden for landets grænser, og deltager aktivt i demokratiet for at skabe forandringer for dem selv og den verden og det samfund, de skal føre videre.

Ungdommens Folkemøde er unik i festivallandskabet. Hvis vi ser ud i København, resten af landet og ud i Europa, er UFM den største demokratiske platform for unge. Ingen andre arbejder så målrettet for at engagere unge i demokratiet med festivalens som format og metode. Hvis festivalen skal blive ved med at vokse, så flere forskellige unge deltagere og flere organisationer og beslutningstagere og samarbejdspartnere bliver ved med at engagere sig i ungdommen, har vi fortsat brug for, at landet hovedstad støtter op. Kun i København kan vi skabe så stor en begivenhed med så mange forskellige aktører. Vi ansøger derfor om støtte på i alt 3 millioner kr., fordelt over de næste tre år (2025-2027).



# BAGGRUND & FORMÅL

Ungdommens Folkemøde blev for ni år tilbage skabt på baggrund af at ville gøre op med den alvorlige tendens ICCS-rapporten samme år (2016) havde konkluderet. Danske unge scorede høje point, hvad angik viden om politik og samfund, men haltede væsentligt bagefter, når det kom til unges demokratiske selvtillid og troen på, at det giver mening at involvere sig i demokratiet og vores fælles samfund. UFM er i dag Danmarks største demokratiske platform for unge, og derfor er vi nået rigtig langt siden 2016. Vi har skabt en stor platform for unge, hvor mange forskellige samfundsaktører kan tage del i den vigtige opgave at engagere unge i demokratiet og inddrage unge i deres arbejde. Hvert år har flere og flere unge stiftet bekendtskab med demokratiet i praksis og fået øje på, hvordan deres egen rolle i samfundet og i demokratiet er vigtig. Altså kan vi se, at vi hvert år gør en enorm forskel for den unge, der ikke mente, at deres stemme kunne have betydning for det nuværende eller fremtidige samfund. Dét mener vi er afgørende for at få et bæredygtigt demokrati i fremtiden.

Siden er en ny ICCS-rapport kommet til (2022)\* og den viser desværre, at unges demokratiske selvtillid er faldet yderligere, og at danske unge identificerer sig i lavest grad med den involverende demokratiske borgertype. Hvis den udvikling sammenholdes med, at den demografiske udvikling medfører, at der bliver langt færre unge i fremtiden, er der en alvorlig tendens til, at ungdommens vilkår inden for vores demokrati og samfund kun forringes. Desværre ser vi også, at unge bekymrer sig om fremtiden, især hvad angår blandt andet klimakrisen og krigen i Europa og den faldende trivsel hos ungdommen.

Der er et stort behov for, at vi aktualiserer og præsenterer demokratiet for alle unge. Hvis vi skal have et stærkt demokrati i fremtiden, skal unge opleve, at de er en del af demokratiet og kan omsætte deres engagement til konkret handling i forbindelse med på tidens problemer og større kriser. Unge skal tildeles reel magt og indflydelse på baggrund af deres engagement og holdninger. **Hvilket samfund går vi i møde, hvis unge hverken føler sig repræsenteret eller bliver inddraget i samfundet generelt?**

Vores formål med UFM er med andre ord ikke blevet mindre væsentlig og vigtig at sætte fokus på, og vi er som samfund langt fra i mål med at få unge til at tage del og have deres egen plads i demokratiet på lige fod med resten af befolkningen.

## UNGDOMMENS FOLKEMØDE HAR FØLGENDE KERNEFORMÅL:

- 1 Engagere unge i demokratiet gennem en bred vifte af engagementsformer og formater og dermed modvirke demokratisk ulighed blandt unge.
- 2 At øge den demokratiske selvtillid hos unge, uanset baggrund og forudsætninger.
- 3 Facilitere møder mellem unge og beslutningstager, der kan bidrage til at skabe reel ungdomsmagt

# FORVENTEDE RESULTATER

Positive og trygge førstegangsoplevelser med demokratiet i praksis, hvor unge oplever at blive hørt.

Oplevelse af fællesskab og samhørighed på tværs af unge i egen generation.

Styrke unges evne til at tænke kritisk, argumentere og mærke sine holdninger.

Øget demokratisk selvtillid hos unge, der fører til øget demokratisk deltagelse gennem hele livet.

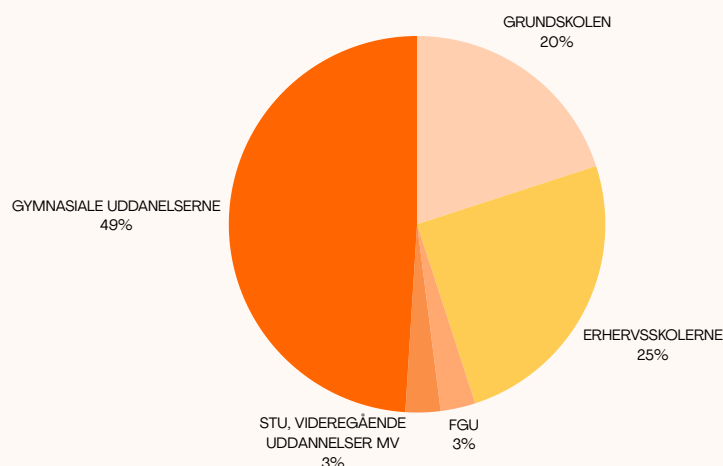
Beslutningstagerne får øget deres viden om unge og styrket modet.

Unge opnår gensidig forståelse for og solidaritet med unge med andre forudsætninger og baggrunde.

Unge inddrages i beslutninger, der vedrører og påvirker unge selv.

# DELTAGERE & MÅLGRUPPE

Ungdommens Folkemøde ambition er at være alle unges demokratifestival. UFM's kernemålgruppe er unge mellem 15-25 år fra hele landet. De sidste tre år har 25.000-30.000 unge hvert år besøgt festivalen. Hele 92% af deltagerne kommer som en del af deres undervisning, enten på en ungdomsuddannelse, herunder de gymnasiale uddannelser og erhvervsuddannelserne, grundskolens ældste klasser, elever fra den Forberedende Grunduddannelse (FGU), Særlig Tilrettelagt Ungdomsuddannelse (STU) samt efterskoler og højskoler. Halvdelen af alle danske unge har lav demokratisk selvtillid. Det gør unge samlet set til en udsat gruppe, når det kommer til at blive repræsenteret lige i demokratiet. Det er en markant samfundsudfordring, der skal tages alvorligt. Når vi inviterer unge gennem deres ungdomsuddannelser, rammer vi en mangfoldig gruppe af unge. Men vi rammer især den unge, der aldrig selv ville tage af sted til et demokrati arrangement.



Det sker, fordi vi netop samarbejder med et hav af skoler fra hele landet. På den måde får vi unge fra nær og fjern og en markant stor gruppe af unge, der har brug for at blive taget seriøst. Her giver Ungdommens Folkemøde en oplevelse af, at deres bidrag og stemme, uanset hvem de er, er nødvendigt for samfundet. De næste tre år skal vi ramme endnu flere unge med lav grad af demokratisk selvtillid og unge uden for uddannelserne og beskæftigelse.

Vi skal have endnu flere unge med uden for Region Hovedstaden og Region Sjælland. Et af Ungdommens Folkemødes allerstørste styrker er netop, at vi har skabt en unik platform,

hvor vi er med til at nedbryde skel og siloer mellem den brede ungdom, herunder mere resursestærke unge på ungdomsuddannelserne og udsatte grupper af unge, der står uden for fællesskabet.

Med UFM kan vi sikre, at enkelte grupper ikke står uden for fællesskabet, men bliver en del af det. Ved at underrepræsenterede og udsatte unge på UFM får en platform for at fortælle deres historier og tage ejerskab over deres egen fortælling, kan vi skabe mere demokratisk selvtillid, fordi udsatte unge får en oplevelse af at blive hørt af både beslutningstagere og andre unge.

# KONCEPT, ELEMENTER & AKTØRER

Ungdommens Folkemøde samler til demokratisk dialog, viden og læring og festivalstemning i Valbyparkens grønne omgivelser. UFM's koncept er bygget op omkring en række elementer og platforme, som bidrager til at skabe samarbejde og møder mellem unge, beslutningstagere, politikere, samfundsdebattører, kunstnere, forskere og undervisere. På festivalpladsen er der noget for enhver, hvad angår tema og aktivitet og engagementsformer. Der er både noget til de talende, lyttende og skabende unge.

## TEMATELTE

Temateltene samler 3-7 organisationer under forskellige temaer, fx klima, sundhed, arbejdsliv, natteliv og økonomi for at aktivt engagere unge og gå i dialog. Her kan deltagerne dykke ned i en lang række aktiviteter og deltage i debatter og talks ved temascenerne. Målet er at give unge nuancerede perspektiver på samfundsudfordringer og styrke deres demokratiske selvtillid ved at facilitere rum for dialog mellem unge og beslutningstagere. I vores tematelte udfordrer vi hvert eneste år de deltagende organisationer til at skabe indhold, der fremmer nyskabelse, fællesskab, fordybelse og underholdning. Vi opfordrer de deltagende organisationer til at se Ungdommens Folkemøde som et laboratorium for kreativitet og innovation, og et sted at tænke ud over konventionelle formater og skabe en unik oplevelse for vores publikum.

## UNDERVISNING & WORKSHOPS

Da langt de fleste deltagere kommer i undervisningsregi, arbejder vi dedikeret med en række undervisningsformater, der skal medvirke til undervisernes opgave i at forberede eleverne til aktiv deltagelse i demokratiet. Vi udvikler sammen med organisationerne i temateltene en lang række undervisningsmateriale, underviserne kan bruge som forberedelse til deres besøg på UFM med deres elever. Under festivalen kan deltagerne også deltage i undervisningsworkshop i vores workshopby, faciliteret af organisationerne og bevæge sig ud i sjove og lærige teltsafarier. På UFM ønsker vi først at fremmest at møde deltagerne som unge, når vi udvikler undervisningsmateriale. Det gør vi for at styrke interesse og nysgerrighed hos deltagerne. Vores undervisningsmateriale kommer i forskellige forløb, temaer og med forskellige ungdomsuddannelser som målgruppe. Materialet er udviklet i samarbejde med vores Underviser-Advisory Board og/eller Sammenslutningen af Unge med Handicap. Dertil udvikles materialet med afsæt i formålsbeskrivelser for forskellige fag. Dermed sikres fagligt relevant indhold og udbytte.

## SCENER

### Hovedscenen

På UFM største scene åbnes og lukkes festivalprogrammet med store samtaler om aktuelle problemstillinger og tendenser. Her kan unge engagere sig direkte med beslutningstagere og magthavere. Fra 2024 udvides scenens program med et formål om at styrke samhørigheden blandt tusindvis af unge deltagere og skabe håb og motivation til forandringer. Hovedscenen samler et stort antal af deltagere og medvirker til at bygge bro mellem forskellige ungegrupper og fremme forståelse på tværs af baggrunde og holdninger.

### Ølkassen

Ølkassen har siden 2016 været UFM's talerscene for magthavere, aktivister og meningsdannere. Mere end 80 talere indtager hvert år Ølkassen herunder Statsminister Mette Frederiksen, aktivist Tsela Zoksang og direktør for Det Kongelige Teater Kasper Holten. Ambitionen med Ølkassen er en åben platform, hvor både unge og magthavere har mulighed for at indtage og levere stærke brandtaler. I år skærper vi indsatsen på netop denne ambition, og inviterer Røst ind til at udvikle og forbedre på rammen for talerstolen.

### Dybet

Det rum er dedikeret til de sårbare og tabubelagte emner, og hvor indholdet kureres af vores dedikerede kernefrivillige. Der skabes et trygt rum, afskærmet fra den hektiske festivalplads, hvor der er de rette rammer til at diskutere udfordringer som ungdomskriminalitet, psykisk sygdom og diskrimination. Både unge selv, eksperter og repræsentanter for organisationer indtager den intime scene og byder spørgsmål fra publikum velkommen, også efter indslagene, i trygge omgivelser.

## KUNST & ATMOSFÆRE

På festivalpladsen kan deltagerne gå på opdagelse og blive draget og udfordret af kunstværker og udstillinger fra både unge vækstlagskunstnere og etablerede kunstnere. Kunstprogrammet og atmosfæreelementerne giver deltagerne mulighed for at tage en pause og finde inspiration gennem kunstprogrammet. Festivalens kunst- og atmosfæreprogram inkluderer loungeområder, udtryksformer og kunstinstitutioner og bidrager desuden til vidensopsamlingen på UFM, gennem kvalitative og kvantitative inputs fra deltagere. I løbet af de kommende år arbejder vi med at sikre kunsten og kunstneriske initiativer, der direkte interagerer med festivalomgivelserne og deltagerne. Målet er at integrere kunsten i selve festivalmiljøet for at skabe en unik og engagerende atmosfære, der forbinder mennesker på tværs af baggrunde og erfaringer.

På Ungdommens Folkemøde arbejder vi løbende med at integrere kunsten, som et vigtigt input i den offentlige og demokratiske debat. Vores mål er at give deltagerne mindeværdige og transformative oplevelser, der beriger Ungdommens Folkemøde med kreativitet og nytænkning.

## LÆRINGSOMRÅDER

I festivalens læringsområder går vi i dybden med udvalgte problemstillinger, emner og metoder. I læringsområderne er unge eksperterne og dem, der engagerer andre unge i deres fagligheder og interesseområder. Her tester og udvikler vi nye metoder, formater og tilgange til at engagere og inddrage flere forskellige unge i demokratiet. Læringsområderne de næste tre år er Makerzone, Folkekøkkenet, Energy Hub og Dome of Democracy. Læringsområderne udfoldes på side 5-6.

# FESTIVALENS AKTØRER

Nedenstående udgør festivalens aktører, der samles på Ungdommens Folkemøde for at diskutere aktuelle samfundsudfordringer, dele perspektiver og ideer, og engagere sig i demokratiet og indgår i nye samarbejder.

### UNGE/DELTAGERE

Unge på tværs af geografiske afstande og uddannelsesmæssige og sociale baggrunde udgør deltagerne i UFM.

### ORGANISATIONER

En bred vifte af organisationer, herunder ungdomsorganisationer, interessegrupper, frivillige organisationer, NGO'er og virksomheder, som arrangerer aktiviteter, workshops og debatter på festivalen og fungerer som studeholdere og medskabere af UFM.

### BESLUTNINGSTAGERE

Politikere på både lokal-, regional- og nationalt niveau samt, der deltager i dialogen med unge, eksperter og andre beslutningstagere og organisationer.

### EKSPERTER

Fagfolk og eksperter inden for forskellige områder, der bidrager med viden og indsigt i diskussionerne om forskellige samfundsudfordringer og emner.

### FRIVILLIGE

Inkluderer både en dedikeret gruppe af kernefrivillige, der hjælper med planlægning, organisering og gennemførelse af UFM samt festivalens mange afviklingsfrivillige, der bidrager med al fra opbygning, servicevagter, sceneafvikling, renovation og nedpakning.

### MEDIER

Journalister, fotografer, og andre mediefolk, der dækker begivenheden og sikrer, at diskussionerne og aktiviteterne når ud til en bredere offentlighed og unges holdninger og ideer kommer ud til resten af samfundet og magthavere.

# STRATEGISKE INDSATSER, VISONER OG UDVIKLINGSOMRÅDER 2025-2027

De næste tre år har vi fokus på følgende aktiviteter og indsatser for Ungdommens Folkemøde. Denne udvikling skal bidrage til at forbedre vores indsatser for at komme ud til flere forskellige unge i hele landet, herunder underrepræsenterede unge i demokratiet. Udviklingsindsatserne skal også styrke festivalens metoder til at omstille unges holdninger, drømme og ideer til konkret handling og ungdomsmagt.

### Fornyelse af undervisningsindsatser

På Ungdommens Folkemøde er fokus først og fremmest på

demokratisk dialog og deltagelse i praksis, hvor alle får følelsen af demokratisk indflydelse og medborgerskab at mærke på egen krop.

Det spiller rigtig godt sammen med uddannelsens formål om at forberede eleverne til aktiv deltagelse i demokratiet. Jo mere og jo bedre forberedelses- og undervisningsmateriale vi kan stille til rådighed, jo bedre kan vi formidle og klæde deltagerne på og jo mere viden, engagement og deltagelse vil deltagerne opnå under UFM.

Når det kommer til undervisningsindsatserne, målrettet unge på uddannelserne,

kan festivalen løfte en stor opgave, som uddannelserne har i at undervise eleverne i demokrati og medborgerskab.

UFM er fuld af praktiske cases fra vores samfund, som kan bruges både i de gymnasiale uddannelser og uddannelser, såsom erhvervsuddannelserne og FGU, hvor unge har lavere demokratisk selvtillid og er mere underrepræsenteret i vores demokrati.

Det kan være alt fra cases inden for bæredygtighed, sundhed, teknologi og velfærd via de mange deltagende organisationer og virksomheder, som kan bruges direkte i undervisningen – før og efter Ungdommens Folkemøde. Vi ønsker de kommende år at løfte vores digitale platform, der samler al vores forberedelses- og undervisningsmateriale, rettet mod undervisere og andre fagpersoner fra socialområdet. På den måde vil vi også styrke efterlivet for festivalen ved at underviserne kan arbejde videre med emner, som deres elever har beskæftiget sig med og er blevet nysgerrige på, og tage det med ind i undervisningen efter UFM.

### **Forberedende indsatser målrettet udsatte unge**

Vi vil de kommende år videreudvikle og implementere nye indsatser, der sikrer, at både flere unge i udsatte og sårbare positioner deltager og føler sig godt klædt på til at deltage i UFM igennem guides og undervisningsmateriale. Vi har erfaring fra Ungdomsbureauets andre projekter, bl.a. bogprojektet De-serien og Verdensmål i hænderne, hvor vi har udviklet solide metoder til at inddrage og skabe projekter sammen med underrepræsenterede og stigmatiserede unge og unge, der har brug for ekstra støtte. Med udgangspunkt i viden og erfaringer fra projekterne vil vi implementere nogle af metoderne herfra i UFM i arbejdet med målgruppen.

Vi har også flere års erfaring fra UFM med at udvikle undervisningsmateriale rettet mod STU-elever og arbejdet med tilgængelighed, både i vores kommunikation og i vores festivaldesign. Vi har tidligere år drevet projektet Rumlig på UFM og engageret en mangfoldig gruppe af unge og skabt viden herom via bygge- og kunstprojekter skabt til festivalpladsen.

### **Videreudvikling af læringsområder – bæredygtighed, håndværk og nye teknologier**

I ni år og otte festivaler har vi bidraget til at skabe ny viden og afprøvet nye metoder og formater at tænke samfundsengagement på for at nå ud til flere forskellige unge. Vi har blandt andet udviklet læringsområdet Makerzone, herunder nye metoder til at engagere nye målgrupper i festivalen, blandt andet unge med en erhvervsfaglig baggrund. De kommende tre år vil vi videreføre og udbrede vores erfaringer og metoder herfra i flere af vores festivalformater og projekter, herunder Folkekøkkenet og Energy Hub.

Festivalens læringsområder bidrager samlet set til vores metodeudvikling af nye engagementsformer, der kan nå ud til bredden af den danske ungdom. Det er blandt andet her, vi de sidste to år har udviklet en række metoder, hvor unge sættes forrest for aktiviteterne i fx Makerzone, som har vist positive resultater på både demokratisk og faglig selvtillid.

### **Makerzone**

Makerzone er festivalens område for håndværk, byggeri, bæredygtighed og nye materialer. Her stimuleres lysten til at skabe – fysiske produkter, såvel som lysten og modet til at skabe forandring og en mere bæredygtig fremtid. . Gennem samarbejde, vidensdeling og eksperimenter med nye idéer, materialer og koncepter, engageres deltagerne til i Makerzone at tage aktiv del i skabelsen af fremtidens globale udfordringer som et udtryk for demokratisk handling.

Makerzone er et samarbejde mellem UFM, Foreningen Maker samt en række organisationer og uddannelsesinstitutioner. Metoden i Makerzone er ung-til-ung-tilgangen. Erhvervsskoleelever og FGU'er faciliterer workshops og åbne værksteder for andre unge og er selv eksperterne på netop de færdigheder, de studerer til daglig. Vi har ikke bare set en stigning fra 7% til 25% i andelen erhvervsskoleelever på UFM, men også tydeligt effekter af, at unge oplever at få styrket deres demokratiske selvtillid. Vi har set, at det øger den demokratiske selvtillid for netop en gruppe af unge, der har lavere demokratisk selvtillid end andre unge, når de unge står forrest og faciliterer og præsenterer egne projekter.

Fra 2025 ønsker vi at videreudvikle Makerzone til også i højere grad at engagere unge i udsatte positioner, som står uden for uddannelsessystemet, som medskabere i området. Vi vil facilitere en række forløb forud for festivalen, med inspiration fra vores tidligere projekt Rumlig. Her vil unge fra bl.a. FGU, STU, unge i udsatte positioner og unge uden job og uddannelse sammen med kunstnere og professionelle tømner og snedkere skabe bygge- og kunstprojekter, som skal udstilles og tages i brug i Makerzone under festivalen. Det kan fx være en siddeinstallation med fokus på inklusion, et kunstprojekt, der formidler, hvordan det er at være ung, sårbar og uden for normen. Forløbet har til formål at give unge i målgruppen en styrket tro på egne evner, mulighed for at tage ejerskab over sin egen fortælling og indgår i nye fællesskaber.

### **Folkekøkkenet**

I Folkekøkkenet kan deltagerne fordybe sig inden for mad, fødevarer, bæredygtighed og fællesskaber omkring det fælles måltid. Vi har længe haft et ønske om at bruge nogle af de erfaringer, vi gjorde os i forbindelse med et tidligere projekt – Madfællesskaberne – til at skabe engagement og fællesskab gennem madoplevelser. Det vil vi nu kombinere med erfaringerne fra Makerzone med ung-til-ung-metoden, hvor unge fra Hotel & Restaurantskolen vil være værter og fungere som eksperter i området, og dermed øge demokratiske og faglige selvtillid.

Vi ser et potentiale i et folkekøkken på UFM, der ikke bare byder på kulinariske smagsprøver, men også stimulerer, skaber oplevelser og giver rum til at diskutere sundhed, smage, bæredygtighed og fremtidens fødevarer blandt unge.

Målgruppen for Folkekøkkenet er både unge fra erhvervsskolerne, Hotel & Restaurantskolen, linjer fra efterskoler og højskoler og FGU-linjer, der arbejder med madlavning, fødevarer og ernæring. De vil fungere som medskabere i området som madværter. En anden målgruppe for Folkekøkkenet er unge, der står over for valg af ungdomsuddannelse eller unge uden for uddannelse. I Folkekøkkenet kan de gennem praksiserfaring blive inspireret til, hvad man kan med en uddannelse inden for området, og hvad uddannelserne kan bidrage til på samfundsplan.

I Folkekøkkenet vil der være to aktivitetsspor – Drop-in og Workshop. I drop-in-formatet kan deltagerne bruge 15 minutter på at lære én konkret færdighed af en af vores ungeværter. Det kunne fx være at filetere en fisk, lave en mayonnaise, en kimchi eller lignende. Med workshopformatet får man lov til at bruge halvanden time i selskab med professionelle eksperter og kokke fra erhvervslivet, der både vil bruge tiden på at formidle viden om mad og strategi i køkkenet og efterfølgende give deltagerne en hands-on oplevelse med selv at få lov til at håndtere råvarerne og lave mad.

Til begge spor vil unge madværter fra Hotel- og restaurantskolen være repræsenteret.

De har forud for UFM har været igennem et kursus hos Madkulturen, hvor de bliver klædt på til at formidle deres viden og erfaringer fra deres uddannelse videre til andre unge. Noget, som de ikke nødvendigvis bliver klædt på til fra skolen, men som så er en direkte færdighed, de får med gennem deres to dages engagement på UFM.

## Energy Hub

I læringsområdet Energy Hub sætter vi fokus på den grønne omstilling af vores energi i samarbejde med energi- og fibernetkoncernen Andel gennem workshops og eksperimenter. Her er både fokus på de naturvidenskabelige fag, nye teknologier og samfundets rolle i den grønne omstilling. Over de næste tre år skal vi sammen med Andel omlægge festivalens strømforbrug til vedvarende energi. Samtidig sætter vi med en række aktiviteter og læringsforløb på festivalen fokus på vigtige emner inden for den grønne omstilling af på energiområdet.

I Energy Hub zoomer vi ind på de enkelte bidragsyders rolle i den grønne omstilling af samfundet og undersøger: Hvad giver erhvervsfagligheden til den grønne omlægning? Og hvilken rolle spiller nye teknologier, idéer og holdninger fra unge? Samfundets grønne omlægning kræver en kompleks værdikæde af aktører, fagfolk og til sidst en befolkning, der skal følge med alle de gode idéer. Vi vil simulere det økosystem ved at lave workshopforløb med uddannelseslinjer, hvor unge vil blive stillet til opgaven at bidrage til at løse udfordringer i relation til den grønne omstilling og vedvarende energiformer, fx NIMBY-fænomenet og Medlemsdemokrati. Deltagernes løsninger samles, pitches og overleveres på scenen i Energy Hub til fag-relevante politikere, organisationer og Andel. For at sikre os, at alle de gode løsninger som deltagerne finder på, får et efterliv vil vi under samarbejdet undersøge andre mulige og relevante platforme for løsningerne at præsenteres på. I Energy Hub kan deltagerne også lære og afprøve eksperimenter. Deltagerne kan blandt andet producere strøm med solceller, lære om Power-to-X teknologien ved at eksperimenter med elektrolyse eller besøge kabelværkstedet og prøve kræfter med at vedligeholde og udbygge elnettet.

## Unge eget borgerting - Dome of Democracy

Tiden er for alvor kommet til, at vi udnytter UFM som en platform, hvor så mange forskellige unge er samlet og kan være med til at udvikle, hvordan demokratisk deltagelse og unges inddragelse i politiske beslutninger skal se ud.

Vi vil derfor udvikle og starte et nyt læringsområde- og større projekt, Dome of Democracy. Her vil vi sammen med vores mange unge deltagere gå nysgerrigt, nuanceret og løsningsorienteret til tidens store udfordringer og udvikle nye deltagelsesmetoder inden for demokratiet. Projektet er inspireret af principperne i et borgerting, som skal udvikle løsningsforslag på problemstillinger, som unge på tværs af uddannelser og baggrunde "stemmer" ind. Unge vil undervejs i projektet møde mange forskellige samfundsaktører, alt fra beslutningstagere, eksperter og forskere, repræsentanter fra civilsamfundet, herunder ungdomsorganisationer samt ungdomspartierne. Med Dome of Democracy håber vi at skubbe til forandring på et større samfundsplan, og vi vil dele vores viden og metoder med både undervisere og organisationer og politikerne. Hvis vi skal have flere unge til at engagere sig og deltage i vores demokrati, er demokratiet nødt til at udvikle sig sammen med de generationer, der skal drive det videre i fremtiden.

## National festival med nordisk forankring

I projektet første tre år er det overordnede tema Norden. Unge i Norden mangler en platform, hvor de kan inspireres, udfordres og lære af hinanden.

Det har vi lært gennem Ungdomsbureauets tidligere nordiske projekt Ungdommens Folkemøde NORD. I Dome of Democracy vil vi derfor, gennem sprints, workshops og oplæg sammen med eksperter, nordiske civilsamfundsaktører og politikere sætte fokus på tematikker, der fylder for unge i hele Norden. Den første udgave af Dome of Democracy fra 2025-2027 bliver derfor med repræsentanter fra Danmark, Sverige og Norge, som deltager i borgeretinget under UFM. Vi forventer, at Dome of Democracy bliver en fast del af Ungdommens Folkemøde, hvor der i løbet af årene vil være forskellige og skiftende overordnede temaer for problemstillingerne, der skal arbejdes med. Det kan fx være samarbejde i Europa, globalt udviklingssamarbejde eller unges eget internationale klimaborgering. På den måde sikrer vi, at demokratets processer udvikler sig i samspil med de kommende generationer, og at vi i København og Danmark kan invitere internationale gæster og eksperter ind på unges egne præmisser, så de kan inspireres og udfordres. .

# SAMARBEJDSPARTNERE

Ungdommens Folkemøde skabes sammen med en lang række af samarbejdspartnere, som er med til at sikre festivalens kvalitet og udbredelse samt at bidrage vidensdeling og samarbejde på tværs af områder og sektorer, både blandt lokale aktører i København og på national plan. Når organisationer og eksperter og beslutningstager mødes til udveksling af nye metoder til at inddrage unge, bidrager det til en forankring af vores arbejde for løfte unges engagement og selvtilid i demokratiet. Vi samarbejder både med både med lokale samarbejdspartnere, der er bosat i København, samarbejdspartnere fra resten af landet.

De seneste år har vi samarbejdet bl.a. med følgende organisationer, foreninger, kulturinstitutioner, virksomheder mm:

**RF EXPERIENCE** Andel **DR - P3** Sammenslutningen af unge med handicap **Kunstdemokraterne (Copenhagen CC)** FGU Hovedstaden, Østjylland **Foreningen Maker** GL – Gymnasielærerne **DFUNK** – Dansk Flygtningehjælp **Ungdom Spillemyndigheden** **Folketinget** **Headspace** **Kræftens Bekæmpelse** Tuborgfondet **Folkekirken** Mindhelper **Børnerådet** Social Sunhed **Hjemmeværnet** Den amerikanske ambassade **Politiet** Foreningen Roskilde Festival **Re:wair** Danske Gymnasieelevers Sammenslutning **Ungdommens Røde Kors** Det Dyreetiske råd **2030 Beyond** Dyrenes Alliance **Finanssektorens Arbejdsgiverforening** Arbejdsmjørådet **Inspiratorium** Ulandssekretariatet **Oxfam Danmark** Bayer A/S **National Center for etik** Reload Me **Rygtepartruljen** Center for ludomani **Globaltnyt** Girtalk **Matematikcenter** Kaospilot **Ateistisk Selskab** Europabevægelsen **Ung i Europa** Uddannelses- og Forskningsstyrelsen **Grænseforeningen** Europaparlamenter i Danmark **Grænseforeningen** Greenpeace **Saga** Mellemføleligt Samvirke **Naturmødet** Dansk Erhverv **Det Ukrainsk-Danske Ungdomshus** Nordhus **Ungdom Noah** Movia **Coop** USA's ambassade i Danmark **Det Kongelige Teater** Københavns Universitet **Aids-Fondet** Folkekirkens Nødhjælp **Ungdom** **Netværket af Ungdomsråd** Akademiets Klimagruppe **Fotografisk Center**

# BÆREDYGTIGHED

Med UFM vil vi ikke kun være en platform for demokratiets udfoldelse, men også selv være med til at skabe forandringer, som unge går forrest for at løse. Derfor har vi siden festivalens begyndelse i 2016, arbejdet løbende med UFM's miljømæssige bæredygtighed.

De nuværende indsatserne på UFM er:

**Et samarbejde med den socialøkonomiske virksomhed Lovespring om bionedbrydelige drikkedunke, der bliver solgt på festivalpladsen. Midlerne, som de tjener fra salget af drikkedunkene, bliver brugt til at lave brønde til rent drikkevand i Afrika.**

**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.**

**Træ og lignende materialer, der ikke kan genbruges til fremtidige festivaler, bliver doneret til FGU-klasser med bygge- og kunstprofiler for at forhindre, at materialer der kan genbruges, går til spilde.**

**I opbygningsdagene og under festivalens afvikling bruges gators (golfbiler) der kører på strøm.**

**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 f.eks. overskudsfrivilligtøj kan gå igen til året efter.**

**Fremfor at producere nye skilte hvert år, har vores frivilligruppe produceret konstruktioner, der samtidig er universalskitning til f.eks. infobod, toiletter mv.**

**Vi har optimeret vores festivalplads og dermed placeret festivalens toiletter, så vi nu bruger mindre strøm og vand end tidligere.**

**Hvis der anvendes konfetti, glimmer el.lign. til et sceneindslag er dette bionedbrydeligt. Derudover laver vi en indsats efter festivalens afholdelse, hvor vi samler alt "småt skrald", der er på festivalpladsen.**

**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 arbejder løbende på at skære ned i produktionen af papirmateriale. Derfor har vi udfaset vores trykte festivalprogram, til fordel for en udelukkende at udgive vores program digitalt på vores hjemmeside.**

**Vi har siden festivalens start i 2016, haft et tæt samarbejde med RF Experience. Det betyder, at størstedelen af vores udstyr og grej til festivalen lejes i stedet for at indkøbes.**

I 2025 vil vi sætte en tydelig retning for festivalens arbejde med bæredygtighed ved at udvikle en bæredygtighedsstrategi. I forlængelse af den proces vil vi undersøge, hvordan vi kan systematisere og måle vores nuværende og fremtidige indsatser og dermed sikre os, at indsatserne optimerer festivalens miljømæssige bæredygtighed. Strategien vil løbe over tre år, for at efterfølgende blive evalueret og justeret internt af teamet der står bag UFM. Ved at begrænse strategiens varighed til tre år, vil vi have muligheden for at justere dens retning udefra nye metoder, forskning og lovgivninger.

Bæredygtighed er ikke kun et tema, som vi arbejder med, på produktionsniveau. Det er også en del af tematikken for festivalens indhold.

Flere unge oplever en magtløshed overfor klimaforandringerne; fremtiden og muligheden for at påvirke beslutninger om klimaet. Derfor sætter vi i festivalens tematelte, særområder og sceneprogram fokus på klima, bæredygtighed, biodiversitet og grøn omstilling. Med en stor variation af metoder og samarbejder sikrer vi, at unge med forskellige fagligheder og baggrunde har mulighed for at påvirke både debatten om klimakrisen, og komme med indspil til kreative løsninger indenfor bæredygtighed. Under de kommende tre år vil vi forsætte med at udforske nye metoder og engagementsformer sammen med de deltagende organisationerne og vores strategiske samarbejdspartners.

# LIGESTILLING & TILGÆNGELIGHED

Vi stiller krav til vores samarbejdspartnere og indholdsleverandører, både med hensyn til mangfoldighed i deres sceneprogram og til en ligelig repræsentation blandt beslutningstagere og afsendere. Vi tror på at samarbejde med organisationer, der har fokus på ligestillingsproblematikker både i ledelsespositioner og i sceneindslag og debatter, er afgørende for at skabe meningsfuldt og inkluderende indhold. I samarbejdet med vores indholdsleverandører, herunder organisationer, vejleder vi dem gennem hele udviklingsprocessen af deres indhold. UFM's eget indhold sammensættes i samarbejde med frivillige fra flere forskellige dele af vores netværk. Blandt andet omfatter det unge fra festivalens kernefrivilligruppe, unge fra Akademiet for Samfundsengagerede Unge samt unge frivillige fra Ungdomsbureauets bogprojekt, 'De-Serien'.

Denne gruppe repræsenterer et bredt udsnit af den danske ungdom med varierende kulturelle, sociale- og uddannelsesmæssige baggrunde. Bredden i vores frivillige bidrager til et mere inkluderende og nuanceret perspektiv i indhold og program. Gennem samarbejdet med de nævnte forskellige grupper stræber vi efter at skabe en platform, hvor stemmer fra hele den brede ungdom samt alle samfundsgrupper har mulighed for at blive hørt og repræsenteret på UFM.

Tidligere har vi fået lavet en analyse fra Kvinfo i 2019, der viste at vores deltagersammensætning repræsenterede den faktiske virkelighed i relation til køn og etnicitet. Vores ambition er at få lavet en lignende analyse inden for de næste tre år, der skal give os en indsigt i, om vi vores arbejde for ligestilling, både blandt deltagere, samt andre aktører, fx frivillige, har den ønskede effekt.

## Tilgængelighed

Siden den første festival i 2016 har vi haft fokus på den universelle tilgængelighed. Det er fortsat vigtigt for os at være hele ungdommens folkemøde og demokratifestival. Hvert år ønsker vi at kvalificere og forbedre vores tilgængelighedsindsatser for fortsat at blive endnu bedre til at skabe de ideelle rammer for, at unge med kognitive, psykiske og fysiske udfordringer eller funktionsnedsættelser kan deltage på lige fod med alle andre. Vi kan fra de seneste års erfaringer konkludere, at vores tilgængelighedsindsatser i vid udstrækning har fungeret og er blevet rost, men vi ønsker fortsat at justere og forbedre, så vi som festival kan gå forrest i vores bestræbelser for at skabe en festival for hele den danske ungdom. Vores tilgængelighedsindsatser inddeles i tre overordnede indsatser;

- **De fysiske rammer** – Fysisk tilgængelighed (Ramper, podier, gulvbelægning, handicaptolletter og parkeringsmuligheder m.m.)
- **De trygge rammer** – Psykisk & kognitiv tilgængelighed (skiltning, synlige infoboder og –personale, stilleområde, grundig information og oplysning, Tegnsprogstolkning).
- **Opsøgende arbejde, kvalificering & udvikling** (Rekrutteringstur – STU' og relevante interesseorganisationer, udvikling af Undervisningsmateriale til unge med fysiske, psykiske og kognitive funktionsnedsættelser).

De kommende år skal vi bl.a. tilgængelighedsgøre vores frivilligby, rekonceptualisere og forbedre vores stillezone samt gøre pladsen lettere at bevæge sig rundt på og navigere i indhold og program.

# ORGANISERING

## Teamet bag

Bag Ungdommens Folkemøde står organisationen Ungdomsbureauet. Ungdomsbureauet er en erhvervsdrivende fond, der vil være med til at skabe et samfund, hvor alle unge er en naturlig del af de beslutninger, der påvirker deres liv. Dette gør vi igennem initiativer, hvor unge får en række forskellige platforme til indflydelse og inddragelse i samfundet. Vi står blandt andet bag en bogserie, der tæller bøgerne De pengepressede, De anbragte og De kronisk syge m.fl. Unges stemmer er ligeledes i centrum på vores talerskole og talerfestival Røst. Vi har et Akademi for Samfundsengagerede Unge, en særordning for unge, der brænder for at skabe samfundsforandringer og udvikle projekter, samtidigt med at de går på en ungdomsuddannelse. Dertil står vi bag projektet Mangfoldigt Engagement, hvor vi gennem flere år har sat fokus på mangfoldigheden af engagementsformer og for at bekæmpe den demokratiske ulighed blandt unge. Ungdommens Folkemøde er vores største projekt, som alle ansatte i større eller mindre grad er i berøring med. Vi er et sekretariat på omkring 27 ansatte, og har derudover 20 kernefrivillige og over 200 afviklingsfrivillige, der bidrager til at skabe Ungdommens Folkemøde.

Teamet, der til daglig arbejder med Ungdommens Folkemøde, har erfaring og uddannelse på højere niveau inden for udvikling og planlægning af små og større begivenheder og events. Teamet har også flere års erfaring med arbejdet med unge, demokrati og samfundsengagement fra både UFM, andre projekter og aktiviteter og roller hos Ungdomsbureauet samt fra anden erhvervs- og frivilligt arbejde. Der er i teamet bag UFM kompetencer i festivalplanlægning og foreningsarbejde fra blandt andet Roskilde Festival, Den Grønne Ungdomsbevægelse, Sex og Samfund, Speciafestivalen og Ungdommens Folkemøde Nord. Hos Ungdomsbureauet, hvor projektgruppen er ansat og en del af et arbejdsfællesskab, sparrer og samarbejder vi på tværs af projekter, der arbejder med målgruppen af unge – både unge på forskellige uddannelser, samt unge i udsatte positioner. Vi tillærer og videreudvikler på projekternes metoder og kan derfor også drage nytte af dem på UFM.

## Frivillige

Hvert år mobiliserer vi omkring 200-250 uundværlige frivillige til at bidrage til opbygning, afviklingsopgaver og nedpakning af festivalen. Vores mange frivillige er medvirkende til at skabe en festival af unge til unge, og UFM er med til at skabe trygge rammer for unges første oplevelser med frivillighed, så de gennem mange år i deres voksenliv også har lusten til at engagere sig i civilsamfundet.

Vores frivillige lægger enten engagement og timer under opbygning, nedpakning eller under afvikling eller som helårsfrivillige i tre forskellige frivilligteams:

**Scenegruppen**, som har eksisteret siden begyndelsen af Ungdommens Folkemøde i 2016, og har en central rolle i udviklingen af festivalens scenografi og indhold. Gruppen er ansvarlig for at planlægge og afvikle debatter, musik og workshops og programlægger indhold til deres egen scene kaldet "Dybet."

**Byggegruppen** er en nyoprettet enhed. Gruppen fokuserer på at skabe installationer og atmosfære, både på festivalpladsen og i forbindelse med andre kernefrivilliggruppers projekter. Der lægges vægt på håndværk, design og brug af bæredygtige materialer, hvor genbrug spiller en vigtig rolle i tråd med festivalens vision om bæredygtighed.

**Rejsegruppen**, har til opgave at dokumentere indholdet fra festivalen. Gruppen bruger denne viden til at inspirere andre festivaler og projekter i Danmark og Norden. Gennem planlægning og udførelse af videns- og inspirationsture samt oplæg og workshops, bidrager rejsegruppen til at øge kendskabet til Ungdommens Folkemøde og skabe mere ungdomsmagt i Danmark og Norden. Samtidig skaber gruppen et netværk og fællesskab både internt og på tværs af frivilliggrupperne.

I forhold til vores frivilligområde på Ungdommens Folkemøde vil vi indføre en række nye tiltag for at styrke et større lokalt samarbejde. Vi vil bl.a. engagere festivalens naboer, kolonihaverne i og omkring Valbyparken i det frivillige arbejde med festivalen. Dette indebærer blandt andet Kolonihaveforeningen Bergmannshave, Haveforeningen Musikbyen og Haveforeningen Kalvebod. På den måde får vi skabt et bedre forhold til de omkringliggende haveforeninger, hvilket også kan skabe mere aldersdiversitet i vores afviklingsfrivilliggruppe. Derudover vil vi også lave en omfattende rekrutteringsindsats på københavnske skoler, ungdomsuddannelser, FGU-skoler, universiteter, højskoler, dagshøjskoler m.m. Her vil vi særligt have fokus på skoler med håndværk-, event- og festivallinjer, da eleverne her får erfaring med at bygge og afvikle en festival som de kan bruge videre i arbejdslivet, i foreninger og civilsamfundet.

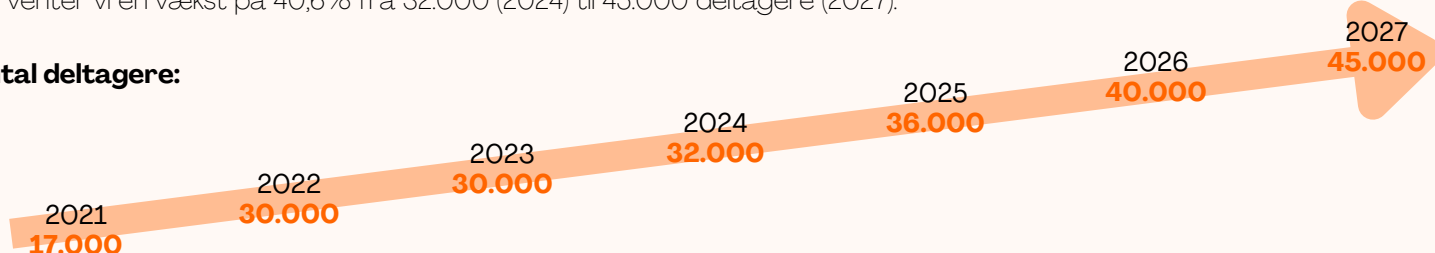
# MÅLSÆTNING: UDVIKLING & VÆKST

## Deltagervækst

De sidste to år har festivalen hvert år engageret omkring 30.000 deltagere pr. år. Vores ambition er, at vores kommende rekrutteringsinitiativer og nye læringsområder kan tiltrække endnu flere unge deltagere de kommende år.

UFM har siden 2016 kontinuerligt haft vækst i deltagerantal, og vi forventer forsat en tiltagende vækst. Frem imod 2027 forventer vi en vækst på 40,6% fra 32.000 (2024) til 45.000 deltagere (2027).

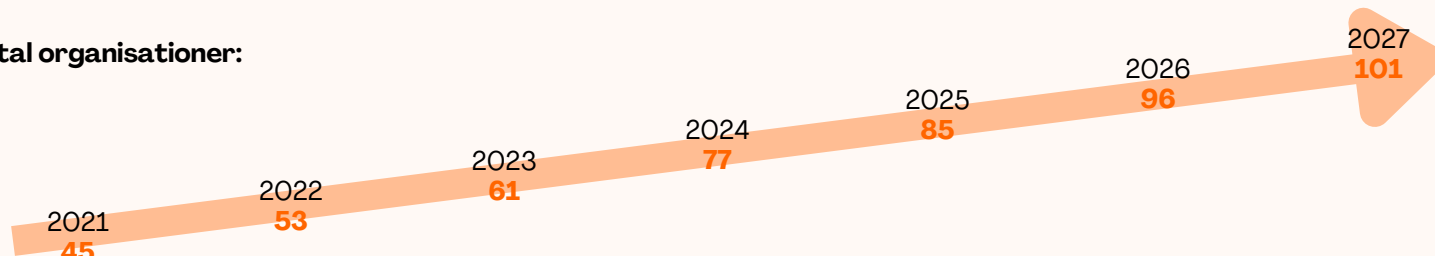
## Antal deltagere:



## Organisationer

I temateltene og på festivalpladsen, i blandt andet læringsområderne, møder unge et væld af forskellige organisationer, alt fra interesseorganisationer og NGO'er, til virksomheder og offentlige institutioner. Jo flere, og jo flere forskellige organisationer og repræsentanter for vores samfund, der inviterer unge til dialog, debat og vidensudveksling, jo mere kan vi øge demokratiske selvtillid hos unge og klæde ungdommen på til at deltage mere aktivt i demokratiet.

## Antal organisationer:



# ØKONOMI

Ungdommens Folkemøde finansieres af fonde og offentlige midler samt af betalte partnerskaber fra organisationer, som deltager på festivalen som stædeholdere eller som en del af strategiske partnerskaber. Det er med til at sikre, at festivalen er gratis for vores deltagere, og at det derudover ikke kræver tilmelding. Det er medvirkende til, at Ungdommens Folkemøde er åben for alle, og at alle unge har mulighed for at deltage i festivalen. Vores forskellige deltagelsesmodeller med forskellige priser sikrer, at en mangfoldighed af organisationer har mulighed for at deltage og engagere unge.

Vi tilbyder ligeledes en reduktion af prisen for de organisationer og foreninger, som er stiftet og drevet af unge selv, herunder elev- og ungdomsorganisationer. Ungdommens demokratiske tilstedeværelse på Ungdommens Folkemøde er selvfølgelig en forudsætning for Ungdommens Folkemøde kan lykkes. Vi arbejder hvert år på en række initiativer og forbedringer af festivalen, som både skal sikre en mangfoldig deltagergruppe, engagementsformer og undervisningstilbud, som gør, at vi endnu ikke kan gøres os uafhængige af støtte fra fonde.

# KILDER

## Resumé

I: International Civic and Citizenship Education Study 2022

II: Demokratianalysen

III: Status på København 2023, Københavns Kommune

## Baggrund & Formål

IV: International Civic and Citizenship Education Study 2022 2022

V: Demokratianalysen 2023 - Dansk Ungdoms Fællesråd

## Deltagere og Målgruppe

VI: Demokratianalysen 2023 - Dansk Ungdoms Fællesråd

## Bæredygtighed

VII: Vi Øver Os | At Passe På Jorden Og Menneskene, Cluster & Margin 2022



Budget Ungdommens Folkemøde 2025-2027					
Tilskudsmodtagers navn: Fonden Ungdomsbureauet					
CVR: 40195688					
Projektperiode: 01.01.2025-31.12.2027					
Alle beløb er ekskl. moms					
Indtægter	Budget 2025	Budget 2026	Budget 2027	Budget 2024	
<b>Tilskud fra Københavns Kommune</b>					
Tilskud fra Københavns Kommune - Festivalpuljen	1.000.000,00 kr.	1.000.000,00 kr.	1.000.000,00 kr.	750.000,00 kr.	Ansåges hermed
<b>Øvrige tilskud</b>	<b>3.785.892,04 kr.</b>	<b>4.208.894,12 kr.</b>	<b>4.208.451,94 kr.</b>	<b>2.905.539,00 kr.</b>	
Københavns Kommune Teknik og Miljø - Arrangementspuljen	100.000,00 kr.	100.000,00 kr.	100.000,00 kr.	100.000,00 kr.	Ansåges på årsbasis
Københavns Kommune - Børne og Ungeforvaltningen	164.892,04 kr.	169.344,12 kr.	174.424,44 kr.	- kr.	Ansåges
Villum Fonden (Makerzone)	371.000,00 kr.	389.550,00 kr.	409.027,50 kr.	305.539,00 kr.	Ansåges
Nordeafonden	- kr.	800.000,00 kr.	800.000,00 kr.	700.000,00 kr.	Ansåges
Spar Nord Fonden	200.000,00 kr.	200.000,00 kr.	200.000,00 kr.	200.000,00 kr.	Ansåges
Erasmus+ (Dome of Democracy)	750.000,00 kr.	1.000.000,00 kr.	1.250.000,00 kr.	250.000,00 kr.	Ansåges
Trygfonden	1.000.000,00 kr.	1.000.000,00 kr.	- kr.	750.000,00 kr.	Ansåges
Andre større fondssamarbejder (Læringsområder, udviklingsprojekter mv)	850.000,00 kr.	250.000,00 kr.	900.000,00 kr.	300.000,00 kr.	Ansåges på årsbasis
Diverse mindre bevillinger (Tilgængelighed, frivillighed, atmosfære mv.)	350.000,00 kr.	300.000,00 kr.	375.000,00 kr.	300.000,00 kr.	Ansåges på årsbasis
<b>Øvrige indtægter</b>	<b>3.869.500,00 kr.</b>	<b>4.166.300,00 kr.</b>	<b>4.619.450,00 kr.</b>	<b>3.415.000,00 kr.</b>	
Strategiske partnerskaber (Andel m.fl.)	1.025.000,00 kr.	1.100.000,00 kr.	1.250.000,00 kr.	1.000.000,00 kr.	
Midler fra Ungdomsbureauets projekter (Verdensmål i Hænderne mv.)	150.000,00 kr.	150.000,00 kr.	170.000,00 kr.	150.000,00 kr.	
Salg af organisationspladser (Stadeholdere i tematelte og Makerzone)	2.089.500,00 kr.	2.253.300,00 kr.	2.437.050,00 kr.	1.960.000,00 kr.	
Salg af indhold (Pop-up events, kunstinstallationer, scenepartnerskaber mm.)	425.000,00 kr.	465.000,00 kr.	545.000,00 kr.	110.000,00 kr.	
Salg af mad og drikke og preorders	130.000,00 kr.	143.000,00 kr.	157.300,00 kr.	150.000,00 kr.	
Fees fra diverse foodtrucks	40.000,00 kr.	44.000,00 kr.	48.000,00 kr.	35.000,00 kr.	
Udlejning Materiel	10.000,00 kr.	11.000,00 kr.	12.100,00 kr.	10.000,00 kr.	
<b>Indtægter i alt</b>	<b>8.655.392,04 kr.</b>	<b>9.375.194,12 kr.</b>	<b>9.827.901,94 kr.</b>	<b>7.070.539,00 kr.</b>	
<b>Udgifter</b>	<b>Budget 2025</b>	<b>Budget 2026</b>	<b>Budget2027</b>	<b>Budget 2024</b>	
<b>Sekretariatet</b>	<b>3.197.000,00 kr.</b>	<b>3.411.250,00 kr.</b>	<b>3.626.220,00 kr.</b>	<b>2.787.000,00 kr.</b>	
Faste lønninger	2.890.000,00 kr.	3.081.500,00 kr.	3.273.000,00 kr.	2.520.000,00 kr.	
Drifts- og administrationsomkostninger (Husleje, bogføring, revision etc)	289.000,00 kr.	308.150,00 kr.	327.300,00 kr.	252.000,00 kr.	
Forplejning, opkvalificering og transport af UFM team	18.000,00 kr.	21.600,00 kr.	25.920,00 kr.	15.000,00 kr.	
<b>Frivillige</b>	<b>286.125,00 kr.</b>	<b>300.431,25 kr.</b>	<b>315.452,81 kr.</b>	<b>272.500,00 kr.</b>	
Løbende forplejning frivilligmøder (Kernefrivillige i løbet af året)	47.250,00 kr.	49.612,50 kr.	52.093,13 kr.	45.000,00 kr.	
Forplejning afviklingsfrivillige	64.050,00 kr.	67.252,50 kr.	70.615,13 kr.	61.000,00 kr.	
Frivilligtøj	54.600,00 kr.	57.330,00 kr.	60.196,50 kr.	52.000,00 kr.	
Rekruttering og fastholdelse (Frivilligweekender, oplæg, afslutningsfest mv.)	36.750,00 kr.	38.587,50 kr.	40.516,88 kr.	35.000,00 kr.	
Frivilligtelt og frivilligområde	39.900,00 kr.	41.895,00 kr.	43.989,75 kr.	38.000,00 kr.	
Frivilligprojekter (Materialer, honorarer og produktion)	36.750,00 kr.	38.587,50 kr.	40.516,88 kr.	35.000,00 kr.	
Øvrige frivilligaktiviteter	6.825,00 kr.	7.166,25 kr.	7.524,56 kr.	6.500,00 kr.	
<b>Atmosfære</b>	<b>186.560,00 kr.</b>	<b>195.888,00 kr.</b>	<b>205.682,40 kr.</b>	<b>165.600,00 kr.</b>	
Events på pladsen	24.200,00 kr.	25.410,00 kr.	26.680,50 kr.	22.000,00 kr.	
Kunst, udsmykning og Siddemøbler	35.860,00 kr.	37.653,00 kr.	39.535,65 kr.	32.600,00 kr.	
Tilgængelighedsounge	38.500,00 kr.	40.425,00 kr.	42.446,25 kr.	35.000,00 kr.	
Skilte og visualisering af pladsen	88.000,00 kr.	92.400,00 kr.	97.020,00 kr.	76.000,00 kr.	
<b>Program</b>	<b>97.800,00 kr.</b>	<b>102.690,00 kr.</b>	<b>107.824,50 kr.</b>	<b>163.000,00 kr.</b>	
Honorarer (Artister, værter, medvirkende)	60.000,00 kr.	63.000,00 kr.	66.150,00 kr.	45.000,00 kr.	
Gaver og erkendeligheder - artister	10.500,00 kr.	11.025,00 kr.	11.576,25 kr.	10.000,00 kr.	
Artist Care - forplejning	6.300,00 kr.	6.615,00 kr.	6.945,75 kr.	6.000,00 kr.	
Transport - artister	5.250,00 kr.	5.512,50 kr.	5.788,13 kr.	5.000,00 kr.	
Scener og lyd (flyttet til site og logistik: scener og udstyr siden budget 2024)	- kr.	- kr.	- kr.	75.000,00 kr.	
Udsmykning på scener	5.250,00 kr.	5.512,50 kr.	5.788,13 kr.	12.000,00 kr.	
Koda-gebyr	10.500,00 kr.	11.025,00 kr.	11.576,25 kr.	10.000,00 kr.	
<b>Organisationer</b>	<b>26.780,00 kr.</b>	<b>29.238,00 kr.</b>	<b>30.699,90 kr.</b>	<b>31.800,00 kr.</b>	
Lancering	4.400,00 kr.	4.620,00 kr.	4.851,00 kr.	6.000,00 kr.	
Udvikling og indholds konferencer	17.380,00 kr.	19.118,00 kr.	20.073,90 kr.	15.800,00 kr.	
Netværksbar	5.000,00 kr.	5.500,00 kr.	5.775,00 kr.	10.000,00 kr.	
<b>Undervisere</b>	<b>269.300,00 kr.</b>	<b>210.180,00 kr.</b>	<b>230.095,50 kr.</b>	<b>71.700,00 kr.</b>	
Underviserrekruttering (Annoncering, tour rundt i landet)	61.600,00 kr.	67.760,00 kr.	74.536,00 kr.	26.000,00 kr.	
Møder mellem undervisere og studeholdere	- kr.	- kr.	- kr.	9.000,00 kr.	
Udvikling af digital undervisningsplatform	100.000,00 kr.	25.000,00 kr.	27.500,00 kr.	- kr.	
Undervisningsmateriale (Grafik, udviklingstimer eksternt bureau)	86.700,00 kr.	95.370,00 kr.	104.907,00 kr.	16.700,00 kr.	
Støtte til transport	21.000,00 kr.	22.050,00 kr.	23.152,50 kr.	20.000,00 kr.	
<b>Kommunikation &amp; PR</b>	<b>267.500,00 kr.</b>	<b>216.950,00 kr.</b>	<b>231.730,00 kr.</b>	<b>172.000,00 kr.</b>	
PR-materiale (Foto, video, presse)	44.000,00 kr.	48.400,00 kr.	53.240,00 kr.	40.000,00 kr.	
Deltagerrekruttering (Annoncer, plakater)	46.000,00 kr.	48.300,00 kr.	50.715,00 kr.	32.000,00 kr.	
Grafik	27.500,00 kr.	30.250,00 kr.	33.275,00 kr.	25.000,00 kr.	
IT-systemer	150.000,00 kr.	90.000,00 kr.	94.500,00 kr.	75.000,00 kr.	
<b>Site &amp; produktion</b>	<b>2.264.013,64 kr.</b>	<b>2.418.431,25 kr.</b>	<b>2.525.272,79 kr.</b>	<b>2.132.000,00 kr.</b>	
Telte (Tematelte, workshopby, infotelt, backstageområde mv.)	672.058,64 kr.	726.001,40 kr.	741.321,01 kr.	605.000,00 kr.	
Infrastruktur (Toiletter, strøm, vand, borde, bænke, internet mv.)	955.500,00 kr.	1.003.275,00 kr.	1.053.438,75 kr.	910.000,00 kr.	
Fysisk tilgængelighed (Podier, handicaptolletter og gulv)	58.800,00 kr.	61.740,00 kr.	64.827,00 kr.	56.000,00 kr.	
Renovation & Sortering	37.800,00 kr.	39.690,00 kr.	41.674,50 kr.	36.000,00 kr.	
Opbevaring & genbrug af materiale	33.600,00 kr.	35.280,00 kr.	37.044,00 kr.	32.000,00 kr.	
Honorarer produktion (Truckførere, landmålere mv.)	66.000,00 kr.	72.600,00 kr.	79.860,00 kr.	92.000,00 kr.	
Buffer og uforudsete udgifter	105.000,00 kr.	110.250,00 kr.	115.762,50 kr.	100.000,00 kr.	
Billeje og brændstof	26.250,00 kr.	27.562,50 kr.	28.940,63 kr.	25.000,00 kr.	
Indkøb af materiel	31.500,00 kr.	33.075,00 kr.	34.728,75 kr.	30.000,00 kr.	
Scener, udstyr, PA, Baggear	260.705,00 kr.	291.317,35 kr.	309.153,65 kr.	230.000,00 kr.	
Diverse mindre udgifter	16.800,00 kr.	17.640,00 kr.	18.522,00 kr.	16.000,00 kr.	
<b>Læringsområder</b>	<b>1.451.970,07 kr.</b>	<b>1.830.863,57 kr.</b>	<b>1.841.040,61 kr.</b>	<b>900.539,00 kr.</b>	
Makerzone (Ehvervsskoler og FGU'er) (Etablering, telte, honorarer, mv.)	401.385,07 kr.	421.454,32 kr.	487.930,90 kr.	305.539,00 kr.	
Folkekøkken (Lær om råvarer og madlavning) (Etablering, telte, honorarer, mv.)	426.175,00 kr.	447.483,75 kr.	469.857,94 kr.	310.000,00 kr.	
Dome of Democracy (Demokrati, engagement og vidensindsamling) (Etablering, telte, honorarer, konstruktion mv.)	410.100,00 kr.	735.400,00 kr.	645.400,00 kr.	285.000,00 kr.	
Energy Hub (Grøn omstilling, nye teknologier) (Etablering, telt, podier, PA inventar)	214.310,00 kr.	226.525,50 kr.	237.851,78 kr.	210.000,00 kr.	
<b>Partnere &amp; salg</b>	<b>129.450,00 kr.</b>	<b>141.843,75 kr.</b>	<b>155.535,94 kr.</b>	<b>69.000,00 kr.</b>	
Varekøb (Mad og drikke til egne boder og studeholdere - salg)	120.000,00 kr.	132.000,00 kr.	145.200,00 kr.	60.000,00 kr.	
Fremvisninger og vidensdeling	7.875,00 kr.	8.268,75 kr.	8.682,19 kr.	7.500,00 kr.	
Diverse udgifter i forbindelse med salg	1.575,00 kr.	1.575,00 kr.	1.653,75 kr.	1.500,00 kr.	
<b>Security</b>	<b>311.461,25 kr.</b>	<b>341.849,46 kr.</b>	<b>373.974,91 kr.</b>	<b>284.000,00 kr.</b>	
Vagter og sikkerhed (Nattevagter, samaritter, mv.)	275.000,00 kr.	302.500,00 kr.	332.750,00 kr.	250.000,00 kr.	
Trafikskilte	16.800,00 kr.	17.640,00 kr.	18.522,00 kr.	16.000,00 kr.	
Brandmateriel og førstehjælp	19.661,25 kr.	21.709,46 kr.	22.702,91 kr.	18.000,00 kr.	
<b>Vidensindsamling, evaluering og efterliv</b>	<b>117.000,00 kr.</b>	<b>124.500,00 kr.</b>	<b>132.540,00 kr.</b>	<b>12.000,00 kr.</b>	
Vidensindsamling og evaluering (Evalueringværktøj, eksternt analysebureau)	84.000,00 kr.	88.200,00 kr.	92.610,00 kr.	12.000,00 kr.	
Vidensdelings events (Lokale, materialer, honorar, forplejning)	33.000,00 kr.	36.300,00 kr.	39.930,00 kr.	- kr.	
<b>Udgifter i alt</b>	<b>8.604.959,96 kr.</b>	<b>9.324.115,28 kr.</b>	<b>9.776.069,35 kr.</b>	<b>7.061.139,00 kr.</b>	
<b>Resultat</b>	<b>50.432,08 kr.</b>	<b>51.078,84 kr.</b>	<b>51.832,59 kr.</b>	<b>9.400,00 kr.</b>	



ANSØGNING  
**ÅBEN PARADE 2025**  
FESTIVALPULJEN

## INDHOLD

Forord

Åben Parade

Udvikling

Succeskriterier og resultater

Samarbejde

Arrangør

Partnere

Budget



## FORORD

Når man bevæger sig rundt i København, mærker man, at vi københavnere er åbne, i øjenhøjde, fælles og lokale. Og at vi har holdninger til samfundet og verden, som vi gerne vil dele ud af til vores gæster<sup>1</sup>.

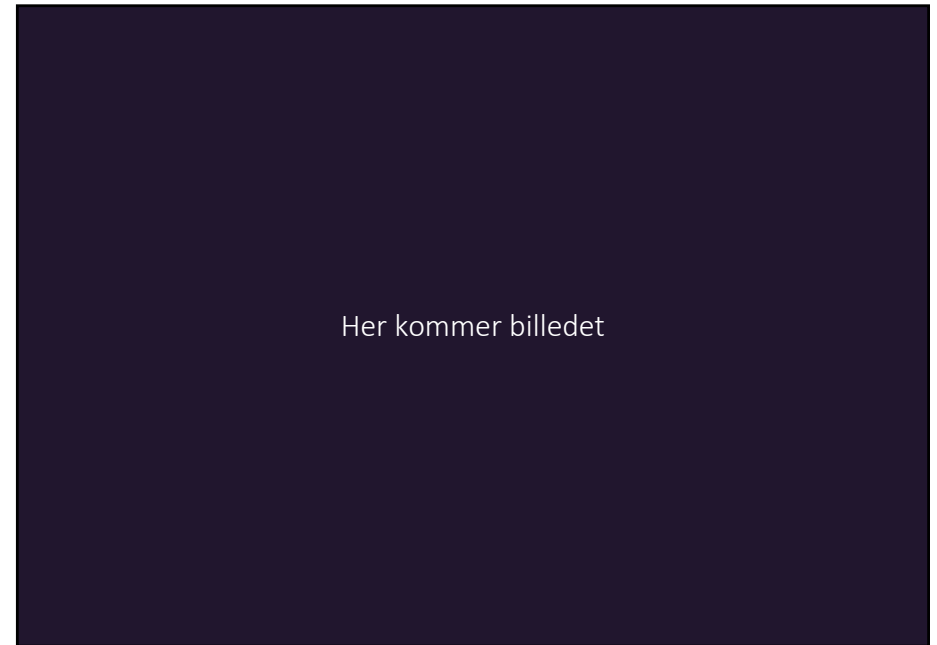
Det er vi mange, der kan skrive under på, men oplevelsen af København skal.. ja, opleves. Og oplevelsen af København består af summen af mange små og store oplevelser. Men hvad hvis man kunne få hele oplevelsen af København på en gang? Eller med andre ord hele København Kommunes kultur- og fritidspolitik repræsenteret i et event.

I følgende ansøgning til festivalpuljen kan du læse om et event, der giver følelsen af sammenhold, tolerance og engagement, der, som Mia Nyegaard skriver i forordet for Kultur- og fritidspolitikken for 2023-2026, gør København så ganske særlig. Og samtidigt muligheden for København at *brande* sig på selvsamme udadtil.

De som arbejder med at markedsføre København ved, at oplevelsen af en by kan være svær at formidle. I 2025 får de billedet, der siger det hele; billedet af glade mennesker i alle aldre og afstøbninger samlet med udklædning og følelse af fællesskab i Københavns gader.

Verden har brug for fællesskaber med god energi, og det skal København være internationalt kendt for at tilbyde.

1. Fra CopenCore – hovedstadens vision for kulturturisme 2022-2030



Billede af ÅBEN PARADE 2025

## ÅBEN PARADE

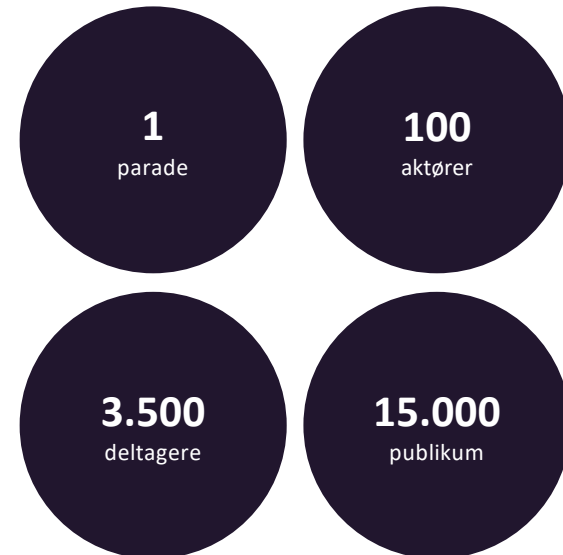
**ÅBEN PARADE vender tingene på hovedet for en weekend og giver plads til de oversete. I paradens verden er de små de store, når vi samler os og skaber en nær og velkommende boble fyldt med frirum, fejring og fællesskab. Københavns helt egen ÅBEN PARADE finder sted lørdag d. 13. september 2025.**

På gaden er der plads. Gaden er åben og offentlig, og på gaden er alle velkomne. ÅBEN PARADE går på gaden for dem, der deltager på andre vilkår end de fleste. Og samles i et fællesskab, der ikke gør forskel på deltagerne.

For det, vi er sammen om er at være kreative og lade os begejstre. At samles på kryds og tværs og dyrke det lette og det legende. Så find parykken og klovnæsen frem, på med hat og briller eller kom, som du er. Barren for deltagelse er lav, men invitationen til deltagerne rummer også at slippe ideerne løs og skrue op for det spektakulære og ekstraordinære. Der er plads til os alle.

Paraden snor sig mellem bygninger, bevæger sig rundt og binder byen sammen. Paraden starter på Trianglen og samler folk op i byens mellemrum hen mod Göteborg Plads i den nye bydel, Nordhavn, hvor paraden kulminerer i et festfyrværkeri af en fejring.

## DELTAGERE OG PUBLIKUM



# UDVIKLING

Det centrale udviklingselement i 2025 er bevægelsen fra Åben Festival til ÅBEN PARADE.

Åben Festival så for første gang dagens lys i 2020. Siden da har mere end 25.000 københavnere nydt godt af over 200 kulturelle begivenheder, hvor kunstnere og kulturskabere har iscenesat de mange kulturelle perler på Østerbro og Nordhavn.

Festivalen har i løbet af fire år bygget et solidt fundament og afsæt for ÅBEN PARADE. Den brede aktivering går igen, men i stedet for events rundt omkring i bydelen, samles alle aktører i en stor fælles energiudladning.

I 2025 finder ÅBEN PARADE sted for femte år i træk, og den overordnede målsætning er at tage paraden til next level. Den store videreudvikling medfører mulighed for indflydelse for paradens hovedpartnere. I tilfælde af støtte fra Københavns Kommune kunne bl.a. ruten være til forhandling.

## KONCEPT

### FORNYELSE

I denne ansøgning bliver I præsenteret for kernen af det nye koncept, men der ligger fortsat en del udvikling og venter. Videreudviklingen handler primært om formidling, da den er helt afgørende for ønskede mobilisering.

Punkterne er mange, når konceptet skal skærpes; alt fra formål og budskab til beskrivelse af oplevelsen skal pakkes ind i god storytelling samt et levende og engagerende sprog med rette tone of voice.

Derudover skal der ved hjælp af billeder og simple visuelle elementer skabes en ny hjemmeside med intuitiv informationsstruktur og løbende dosering ud på de sociale medier. Det hele – inkl. paradens navn – også på engelsk.

# SUCCESKRITERIER OG RESULTATER

De ønskede succeskriterier og resultater, der ligger bag ÅBEN PARADE tænkes med i konceptudviklingen fra start. I forlængelse heraf måles paraden på fire fokusområder. Det drejer om dens evne til at mobilisere, følelsen af fællesskab på gaden, arrangementets tilgængelighed og sidst, men ikke mindst paradens efterliv.

## #1. MOBILISERING

Det helt store fokus op til afvikling af paraden er mobilisering af en lang række organisationer, institutioner og foreninger, såvel som selvstændige kunstnere, kulturskabere og almindelige mennesker.

Større aktører inviteres tidligt med gennem målrettede invitationer og aktiveres senere som vigtigt element i spredning på de sociale medier, mens øvrige deltagere og publikum nås gennem et traditionelt kampagneformat. Måltallene i den forbindelse ses af forrige side.

## #2. TILGÆNGELIGHED

ÅBEN PARADE er særligt optaget af at skabe tilgængelighed og inklusion, så alle føler sig velkomne. Derfor arbejdes der på at mindske barriererne for deltagelse og øge oplevelsen af både fysisk, mental og social tilgængelighed.

Tilgængelighed er da også tænkt med fra start; det hele foregår på gaden, det er gratis at deltage, og alle er velkomne uden adgangskrav. Dertil vil der være en åben, inkluderende og tryk atmosfære, ligesom at paraden er inddelt i sektioner, så man kan søge mindre fællesskaber med ligesindede i det store fællesskab.

## TILGÆNGELIGHEDSGUIDE

### FORNYELSE

Digital og trykt oversigt over fysiske faciliteter på ruten, såsom adgangsforskel, toiletter, handicap-parkering, bænke, mad og drikke.

### #3. FØLELSE AF FÆLLESSKAB

Målsætningen over dem alle er at skabe en følelse af fællesskab blandt paradens deltagere. Arbejdet med at skabe denne følelse starter lang tid før selve paraden – faktisk er den helt definerende fra dag et. Det handler om at skabe den rette kultur, som lettere forsimplet bygger på et fælles formål og mulighed for engagement.

Formålet skal vække en følelse af vigtighed og følelsen af at være en del af noget større. I en tid med polarisering er det vigtigt at vise, at vi er stærkere sammen og skabe en slags musketerånd båret af devisen, at ingen kan alt, alle kan noget, og sammen kan vi det hele.

Dertil bygger følelsen af fællesskab i ÅBEN PARADE på muligheden for aktiv deltagelse. Vi går mulig afmagtsfølelse i møde med en åben og kreativ tilgang til tingene og skaber engagementet gennem at skabe rum for leg, sige ja til ideer og skabe billeder af, hvad det kan, når vi går sammen in real life.

#### PARADEMATERIALE

FORNYELSE

Kommer du uden udklædning, vil det være muligt at udsmykke sig med simpel og bæredygtigt produceret ÅBEN PARADE-udklædning. Dertil kan du gribe et ÅBEN PARADE-flag eller hjælpe med at holde et banner og synge med på den trykte ÅBEN PARADE slagsang.

#### UNDERSØGELSESRAPPORT

FORNYELSE

Kvantitativ og kvalitativ undersøgelse af deltagernes oplevelse af ÅBEN PARADE, herunder motivation for deltagelse, oplevelse af tilgængelighed og lignende gennem både interviews og spørgeskema.

### #4. EFTERLIV

Det primære greb i forbindelse med ÅBEN PARADEs efterliv er at tænke paraden som en tradition, en årligt tilbagevendende Københavnerbegivenhed. I den forbindelse er der stort fokus på gode relationer, bred forankring og mulighed for co-branding hos aktører, herunder fælles formål, dokumentation og præsentationsmateriale.

Som langsigtet vision er det ønsket at skabe en bevægelse og i første omgang skabe grundlag dette. Så deling af viden og værdier er også vigtige elementer i opbygning af paradens fremadrettede liv.

#### DREJEBOG

FORNYELSE

ÅBEN PARADE er transparent og open source og vil løbende dele ud af viden og erfaring, ligesom at der produceres en slags sociokulturel designmanual. Dette i form af en drejebog til, hvordan man mobiliserer og organiserer en parade, som gør det muligt for andre at tage ved lære og løbe videre med bolden.

#### MANIFEST

FORNYELSE

ÅBEN PARADE er karakteriseret ved følelsen af fællesskab; at sammen er vi stærkere. På lignende vis er København kendetegnet ved sammenhold, tolerance og engagement. Og sådan burde det også være, når man kigger ud i verdenssamfundet.

Men verden er polariseret, og der er brug for en relancering af de gode, gamle værdier om åbenhed, lighed og solidaritet. Som en del af paradens efterliv formuleres en række værdibaserede principper i et nyt kulturmanifest.

## SAMARBEJDE

ÅBEN PARADE har som udgangspunkt plads til alle. Paraplyorganisering giver mulighed for deltagelse på tværs af målgrupper, sektorer og hierarkier med en bred vifte af budskaber. På aktør- og samarbejdssiden vil det sige, at alt fra kunstnergrupper, institutioner, foreninger, butikker, professionelle og amatører tilbydes deres egen sektion i paraden.

For forståelsen skyld arbejdes der med samarbejdspartnere under tre overskrifter;

### **Sociale**

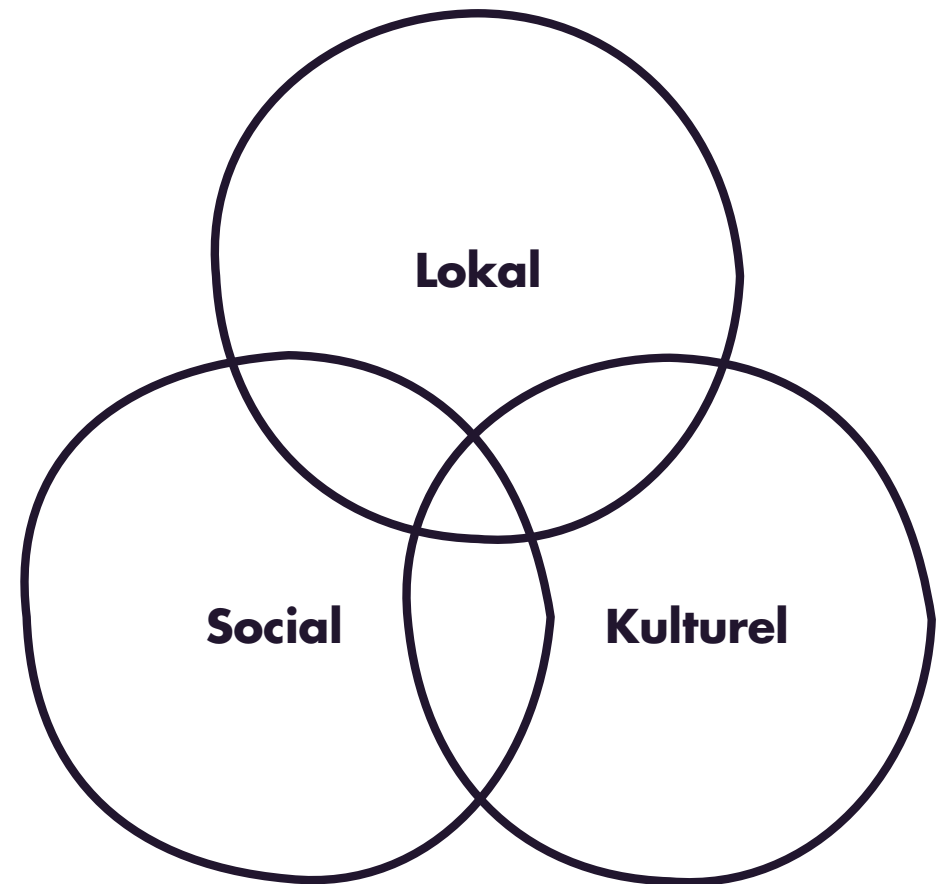
Organisationer, der repræsenterer dem, der ikke ellers kommer til orde i vores samfund. Minoriteter, som ikke kommer af sig selv, mennesker med særlige behov, og dem, som kan bruge en hjælpende hånd; børn, unge ældre, ensomme, fysisk eller usynligt handicappede, prekariatet, expats osv.

### **Kulturelle**

Samtidigt er ÅBEN PARADE et udstillingsvindue for talentfulde kunstnere og kulturskabere. Talenter, der er at finde i undergrund, vækstlag og nicher. Under ÅBEN PARADE er talenterne både de store, de stærke og dem, som binder det hele sammen. Her tænker vi gøglere, dansere, musikere, akrobater, jonglører, klovne, sabelslugere, ildpustere, klovne osv.

### **Lokale**

Det lokale islæt udgøre af de butikker, caféer, restauranter, gallerier og handels- og beboerforeninger med flere, der ligger spredt ud langs ruten. Invitationen til dem lyder på at vende vrangen ud og skabe liv for deltagere og publikum omkring paraden.





## ARRANGØR



Kulturdistriktet er en forening, der repræsenterer kunstnere, kulturinstitutioner og virksomheder på Østerbro og Nordhavn. Foreningen er på nuværende tidspunkt personificeret ved Kristoffer Melson og Jesper Koefoed-Melson.

For os er ÅBEN PARADE på mange måder en slags foreløbig kronen på værket ovenpå 15-20 års dedikeret arbejde med kultur og fællesskab for Københavnerne. En rejse, der startede som koncert- og festivalarrangør i 00'erne og siden er blevet til en lang række initiativer, såsom kulturstedet UNDER VAND, PB43, Byhøst, Københavns og Frederiksberg Høstfest, Copenhagen Food Space og altså senest Kulturdistriktet med bl.a. oplevelseskonferencen På Byens Vegne og Åben Festival.

Kulturdistriktet er en del af en global bevægelse af kulturdistrikter, der arbejder for høj koncentration af kunst og kultur i afgrænsede byområder. Vi har skabt Kulturdistriktet på Østerbro og Nordhavn, da vi mener, at den næste æra skal være lokal, vedkommende og med mere tro, håb og begejstring. Og at det er kultur og kreativitet, der skal vise os vejen derhen. Det har vi sat i system gennem Kulturdistriktets indsatsområder Steder, Events og Netværk.

Især Kulturdistriktets netværksaktiviteter kan komme ÅBEN PARADE tilgode. Kulturdistriktet har således både et kultur- og et erhvervsnetværk, ligesom at Kulturdistriktet er en del af Copenhagen Creative Partnership, Placemaking Danmark samt det internationale Global Cultural District Network.



I 2025 finder paraden sted for femte år i træk, så den er efterhånden veletableret, ligesom at de fleste børnesygdomme er overstået. Når det er sagt, så er Kulturdistriktet en lille organisation, så en økonomisk indsprøjtning ville bruges til hjælp med frivilligrekruttering og kampagneeksekvering, ligesom at et samarbejde med Københavns Kommune ville muliggøre vigtig know how omkring afspærring og oprydning.

Kulturdistriktet  
Krausevej 3  
kristoffer@kulturdistriktet.dk  
Tlf. 5190 5056  
CVR: 41309482

## PARTNERE

Kulturdistriktets økonomi er funderet på strategiske og lokale partnerskaber. De er alle økonomiske bidragydere, men har qua formålsmotiveret organisatorisk samarbejde mere karakter af partnerskaber.

### STRATEGISKE PARTNERE

Kulturdistriktet samarbejder med strategiske partnere omkring større værdibaserede dagsordener. Kulturdistriktet skaber opmærksomhed omkring og folkeligt engagement i udvalgte temaer, som lokalt fællesskab og fysisk og mental tilgængelighed.



WONDERFUL  
COPENHAGEN



### LOKALE PARTNERE

Lokale partnere i form af kulturinstitutioner, handels- og boligforeninger, men også hoteller, restauranter og caféer. Samarbejdet omhandler eventbaseret markedsføring og branding.



GF Århusgadekvarteret

# BUDGET

Tilskudsmodtagers navn: Kulturdistriktet v. Kristoffer Melson
CVR/CPR: 41309482
Projektets navn: Åben Parade 2025

<b>Projektperiode: 2024-2025</b> <i>Projektperioden er lig med udgiftsperioden, dvs. den starter når de første udgifter afholdes og slutter, når den sidste udgift er afholdt.</i>
---

Indtægter	Budget	Budget året før	Ansøgt eller allerede bevilget
<b>Tilskud</b>			
Festivalpuljen Kbh. Kommune	300.000	0	
Østerbro Lokaludvalg	50.000	30.000	
<b>Temapartner 2025</b>			
Fond	100.000	30.000	
<b>Lokale partnere</b>			
Århusgade Handelsforening	15.000	15.000	
Århusgade Grundejerforening	15.000	15.000	
Østerfælled Torv handelsforening	15.000	10.000	
Capital Investment	15.000	10.000	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>510.000</b>	<b>110.000</b>	

Udgifter	Budget
Løn og honorarer*	310.000
Konsulentudgifter**	75.000
Materialeudgifter	50.000
Transportudgifter	5.000
Opholdsudgifter	5.000
Fortæring, herunder møder	5.000
Diverse repræsentation	5.000
PR og markedsføring***	40.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	10.000
Revisionshonorar	5.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>510.000</b>

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

<b>Kommentarer/forbehold:</b> * Indeholder løn til deltidsansat projektleder og et par studentermedhjælpere samt honorar til udvalgte paradebidragsydere såsom musikere. ** Visuel identitet og hjemmeside. *** Herunder video- og billedokumentation.
---

Ansøgning: 3-årigt tilskud, 2025-2027  
Afsender: Foreningen Bio-Bio, CVR: 40784497

Projektbeskrivelse og budget er delt op således:

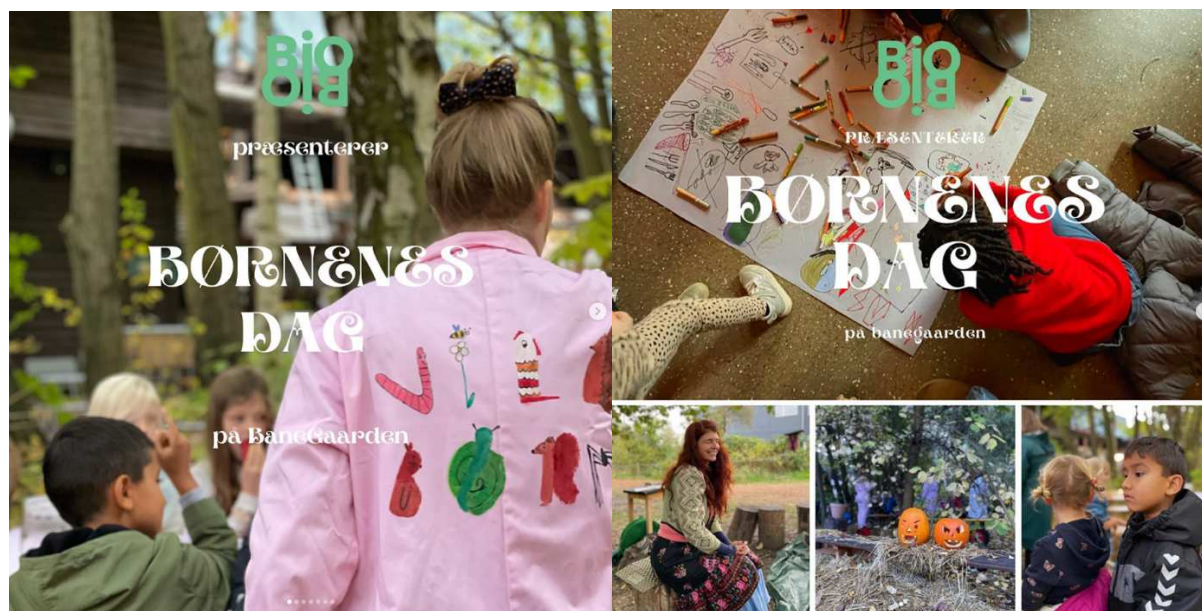
Del 1: Bio-Bio Børnedage 2025-2027

Del 2: Min Vilde Plante. Festivalen som lydvandring 2025-2027

## Del 1: Bio-Bio Børnedage 2025-2027

Foreningen Bio-Bio blev startet i 2019 af en række folk fra det kreative felt samt bæredygtighedsområdet med formålet at skabe sanselige oplevelser, som sætter fokus på vores natur og den omstilling som er i gang via film, litteratur, kunst, naturworkshops, fællesspisning og meget mere.

Som en del af Bio-Bio sker der hvert år en række aktiviteter for børn under titlen Bio-Bio Børnedage. Denne del har udviklet sig gennem årene og med konstant videreudvikling af oplevelser og læring i feltet imellem kunst og natur.



**Bio-Bio Børnedage** Med denne ansøgning ansøger vi om støtte til Bio-Bio Børnedage kan afvikles fast på BaneGaarden i Kbh SV + 'et sted mere i Kbh. over de kommende 3 år. Arrangementerne vil være gratis og der vil som altid ligges meget i outreach arbejdet således at vi når grupper som i mindre grad opsøger litteratur, kunst, biodiversitetsworkshops m.m.

Vi har til nu arbejdet fast med indskoling 0-2 klassetrin. Fra 2025-27 arbejdes med alle indskolingens klassetrin samt udskoling fra 2026.

Vi styrker båndet til folkeskolerne i Kbh ,SV og V som vi allerede har et stærkt bånd til med de faste børnedage på BaneGaarden. Fra 2025-27 kommer vi yderligere til hvert år at lave 'en børnedag i en anden del af Kbh.

Vi fortsætter ligeledes samarbejdet med en række børnebogsforfattere, sammen med hvem vi videreudvikler et koncept hvor litteratur danner skelettet for en historie som flettes ind i både film, naturworkshops m.m.

### Se billeder fra tidligere år her:

[www.bio-bio.dk](http://www.bio-bio.dk)

<https://www.facebook.com/biobio.dk/posts/pfbid02RC2VLyAWLyE4K4c86ctLjXkP36dpaVZxWdDT2ojYPdaVhdXXNVWYb9SAEF6QgL77>



### Faste oplevelser:

**LITTERATUR:** Vi startede med forfattermøder og børnelitteratur i 2022. Det føltes så naturligt og var en så overbevisende succes hos børn og lærere, at vi besluttede at gøre litteratur til en fast bestanddel af festivalen.

**BIOGRAF:** Kortfilm som både giver en lille pause og som underbygger rejsen ind i naturens verden og de temaer som rejses med dagens andre aktiviteter og snakken med de besøgende forfattere.

**NATURWORKSHOP:** Som tidligere år samarbejdes med Fatima Awad, Clorofil, Vildbørn, DN mfl. med denne ansøgning vil vi kunne bygge oveni denne del med endnu flere natur-, mad/sankning og skraldeworkshops (flere partnere og vinkler er på tale) der skaber oplevelser, som forbinder børn til naturen. F.eks. kan børnene få til opgave at lave frøbomber, fuglekogler, spise ting fra naturen de nok ikke har prøvet før, lære om årstiderne, genkende de mest almindelige planter som vi møder i Kbh. fortalt ud som "Permakultur i børnehøjde" (såvel som i voksehøjde for deres forældre).

**FÆLLESSPISNING:** Vi laver fast fællesspisning for voksne - Det har længe været et ønske at få en fællesspisning for børn op at stå. Vi satser på at det skal blive en fast del fra 2025 i Kbh SV, dog under den forudsætning at vi får rammerne til at kunne gøre det for en meget lille billetpris eller gratis.

Foreningen Bio-Bio | CVR: 40784497

Otto Busses vej 45 | 2450 Kbh. SV | [info@bio-bio.dk](mailto:info@bio-bio.dk) | 23440233

Hvert år har vi en masse nye partnere om bord som vel som kunstnere, forfattere m.fl. Eksempler: MinoDanmerk, DN, Madland, Buster, Hulebyg, Vildbørn m.fl.



**Holdet:** Foreningen Bio-Bio. Se holdet her. <https://www.bio-bio.dk/om-bio-bio>

**Tid/Sted:**

BaneGaarden Kbh. SV + Hvert år en ny bydel i Kbh.  
Juni 2025, 2026 & 2027

**To venues:**

BaneGaarden, Otto Busses Vej, 2450 Kbh SV.

- To dage med besøg af skoleklasser (0-7 klasse)
- 'En dag med litteratur, film og naturworkshops for lokale familier (stor vægt på outreach i Kbh. SV).

Én ny bydel/partner hvert af år 2025-2027 (I 2024 Copenhagen Photo Festival på Refshaleøen).

- En dag med besøg af skoleklasser (0-7 klasse)
- 'En dag med litteratur, film og naturworkshops for lokale familier.

**Forventet antal deltagere:**

- 400 børn

### Målgruppe:

- Lokale skoler.
- Familier med børn i aldersgruppen 4-14 år

Ved at blande litteratur, film, naturworkshops m.m., kan vi nå forholdsvis langt ud. Vi målretter dog også kommunikationen via lokale institutioner/ samarbejdspartnere.

Om foreningens faste tilknytning til BaneGaarden & Jernbanebyen på børnedelen: BG er en næsten skjult grøn oase i den kommende nye bydel Jernbanebyen, placeret i de gamle jernbaneområder mellem Vesterbro og Sydhavnen. BaneGaarden har bakket op om Bio-Bio med gratis lokaler m.m. siden 2019. Vi har ligeledes haft vores postadresse hos dem alle årene.

Når vi holder fast i SV/Jernbanebyen er det pga. tilhørsforholdet til bydelen - Netop børn får et venue som Banegaarden til at give mening på en dejlig jordnær facon, hvorimod det for dele af områdets beboere kan føles lidt afskrækkende og dyrt. Enkelte medlemmer i foreningen har kendskab til folkeskolerne i det gamle arbejderkvarter i Sydhavnen og Vesterbro og har selv børn i dem. Dette har givet adgang til evaluering med forældre på tværs af sociale såvel som etniske grupper. Vi kan ud fra den feedback som vi har fået konkludere, at børnene har taget fortællingerne med hjem og for mange lidt overraskende viden.

Vi var så heldige at kunne invitere 300 børn til at møde en række forfattere de sidste år. Vi håber at kunne give nye børn chancen i de kommende år.

**Formål, motivation - Hvad projektet giver til Kbh:** Vi vil gerne skabe fællesskab lokalt og værdsættelse af det vi har lige omkring os gennem spændende oplevelser, fortællinger og lege med kreativiteten - Hjælpe til at sanse naturen som en vej ind i følelser og observationer af det omkring os.

Kombinationen mellem litteratur, praktiske workshops, film m.m. kan noget helt særligt. Vi ønsker at bygge videre på det vi har skabt til nu og gøre det tilgængeligt for flere, og hele året som et nyt øje på det der er at finde lige omkring os.

Som med f.eks. vores open air filmvisninger, fællesspisninger og events for børn, tapper vi ind i et ønske (for bl.a. Jernbanebyens udvikling) om at kulturoplevelser skal danne et fælles miljø, før det færdige byggede miljø. Ligeledes tror vi på at vi mennesker (uanset alder) har lettere ved at værdsætte de ting som vi ved noget om eller som vi har oplevet som del af en fortælling. Derfor vil vi eksperimentere med hvad vi kan være som festival hvis vi tager udgangspunkt i noget så simpelt som f.eks. blomsten som kæmper sig op imellem fliserne et sted i Kbh - eller - de vilde frø som bliver til planter et sted hvor vi normalt haster forbi. Det dagligdags bliver til en festival af forskellige stemmer og kreative indlæg som kan genbesøges år for år \* Se nedenfor hvordan Bio-Bio Festival (primært i delen for voksne) skal formes omkring produktionen af en lydvandring over de kommende 3 år.

## Del 2: Festivalen som Lydvandring SE BILAG S. 9

Bio-Bio har i flere år lavet festival og børnedage hvor temaer omkring natur og omstilling og sammenhænge binder oplevelser med film, debat, kunst, litteratur og mad. Over de kommende år ønsker vi med festivaldelen rettet mod voksne (primært) at producere et nyt initiativ og ny form for festivalen. En lydvandring. Festivalen vil blive en blivende oplevelse hvor bl.a. forfattere, musikere og naturformidlere opleves på egen hånd, i ro, og i relation til Københavns "almindelige" planter, som vi ser til daglig, men sjældent ved meget om.

Mens Bio-Bio Børnedage fortsætter som hidtidigt, ønsker vi under fællestitlen *Min Vilde Plante* at udvikle en ny form bestående af b.l.a. en lydvandring.

Festivalen har dermed tre dele. En lydvandring med kreative indslag fra forfattere, musikere, naturformidlere m.fl., som generelt ville være at møde på en festival som vores, har en central rolle.

1. Events v. kickoff for lydvandring: Naturworkshops, litteraturmøder og film for både børn og voksne som fletter sig ind og ud af lydværket. (Her arbejdes som vi tidligere har gjort med vores udstyr af havedtelefoner i samarbejde med Silent Events).
2. Lydvandring produceres: Forfattere, naturformidlere og musikere indgår en blivende og kreativt bearbejdet oplevelse (Gratis og tilgængelig via en hjemmeside og QR skilt på selve lokationen).
3. Bio-Bio Børnedage (Beskrevet i del 1)

Via en lydvandring sættes litterære fortolkninger af menneskets relation til natur ind i et lydværk. Værket formes om og giver læring om planter som vi møder i dagligdagen. Dette sker gennem en unik sammensætning litteratur, musik, antropologi og botanik. **Min vilde plante** vil flette den originale rammende kunst og litteratur oplevelse sammen med vidensformidling og genetablere forbindelsen mellem mennesket og den vilde natur omkring dem (Se vedhæftede bilag).

Events vil bestå i f.eks. naturworkshops, forfattermøder og film på hvert af de nævnte steder. Disse flettes ind i lydvandringen som et særligt event når vi på lanceringsdagen inviterer på vandretur.

Forfatternes indsats består til eksempel af følgende (De her nævnte har bekræftet at de gerne vil deltage. Projektet udvikles):

- Amalie Smith: Lydvandring, optagelse. Ny tekst (voksne).
- Shékufe Heiberg: Lydvandring, optagelse. To forfattermøder, voksne.
- Tina Sakura: Lydvandring, optagelse. Børn + Voksne. Ny tekst
- Kathrina Skarðsá & Sarah Lang: Børn.

Naturformidlere:

- Fatima Awad, bekræftet
- Flere følger

Kunstnere / Musikere

- Navne følger

Som altid tager Bio-Bio en meget aktiv rolle i alt vi afvikler. Vi deltager på lige fod med børn og voksne, skaber altid unikke rammer for vore events og sætter litteraturen ind i en ny ramme sammen med andre fag, praktiske workshops, kunstformer, film m.m.

Se billeder fra 2023 her

<https://www.facebook.com/biobio.dk/posts/pfbid02R1VcRca19RQbVvk8Cp9DdmDM7pTYna1312yREdf52Ahb5F4CHegcmuSP1hLaSfsNDI>







Med den nye form på festivalen og tilføjelsen af nye partnere ude i landet håber vi:

- At projektet kan tiltrække nye målgrupper, der ikke normalt opsøger litterære oplevelser.
- At børn og voksne vil opsøge værkerne det sammen - År for år - og som en måde at besøge en ny bydel år for år.

### **Tid og sted**

- Juni 2025: Kbh SV, simultant med børnedagene
- Juni 2026: Lydværk og events i en ny del af byen/bydelen
- osv.

### **Forventet antal deltagere, hver produktion af lydvandringen:**

Live: 500

Lydvandring: 4000

## BUDGET DEL 1 *Bio-Bio Børnedage*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> <i>Foreningen Bio-Bio</i>
<b>CVR:</b> <i>40784497</i>
<b>Festivalen/Projektets navn:</b> <i>Bio-Bio Børnedage</i>

<b>Projektperiode:</b> <i>2025-2027</i>
---

<b>Indtægter</b>	<b>Budget. 2025-27</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	<b>240.000</b> (3 x 80.000)	<b>50.000</b>	
Det Danske Filminstitut	120.000	40.000	
Statens Kunstfond	75.000	26.000	
Nordea Fonden	60.000	20.000	
Vesterbro Lokaludvalg	30.000	10.000	
Andre fonde/puljer	60.000	0	
Billetindtægter	0	0	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) In-kind værdi lokaler, møbler, timer BaneGaarden	40.000	40.000	
b) In-kind værdi lokaler, møbler, timer mm venue 2	40.000		
c)			
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>665.000</b>	<b>186.000</b>	

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud</i>	<b>Budget 3 år 2025-27</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer	190000	
Konsulentudgifter	200000	
Materialeudgifter	10000	
Transportudgifter	10000	
Opholdsudgifter (in-kind)	80000	
Fortæring, herunder møder	10000	
Diverse repræsentation		
PR og markedsføring	60000	
Kontorhold (telefon, porto mv.)	13000	
Revisionshonorar	27000	
Øvrige udgifter	65000	
a)		
b)		
c)		
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>665.000</b>	

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

## Budget: Del 2 *Bio-Bio Min Vilde Plante. Festivalen som lydvandring*

<b>Tilskudsmodtagers navn:</b> <i>Foreningen Bio-Bio</i>
<b>CVR:</b> <i>40784497</i>
<b>Festivalen/Projektets navn:</b> <i>Bio-Bio Min Vilde Plante - Festivalen som lydvandring</i>

<b>Projektperiode:</b> <i>2025-2027</i>
---

<b>Indtægter</b>	<b>Budget, 3 år 2025-27</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	<b>150.000</b> (3 x 50.000)		
Det Danske Filminstitut	65.000		
Statens Kunstfond	115.000		
Lundbek Fonden	120.000		
Andre fonde/puljer	100.000		
Billetindtægter	0		
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>550.000</b>		

<b>Udgifter</b> <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud</i>	<b>Budget, 3 år 2025-27</b>	<b>Budget året før</b> (hvis der er givet tilskud året før)
Løn projektledelse og afrapportering	100.000	
Konsulentudgifter. Forfattere, kunstnere musik, naturformidlere mfl	160.000	
Lydvandring. Produktion og hoasting	100.000	
Teknik/møbler mm events	25.000	
Diverse repræsentation og andre omkostninger	30.000	
PR og markedsføring	90.000	
Admin omkostninger: Bogfør, revision, forsikring, bank, teknisk assistance, admin 5% m.m.	45.000	
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>550.000</b>	

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

### Kommentarer/forbehold:

**\*\* Samlet ansøgte beløb i Festivalpuljen er 390.000 kr.\*\*\*** Dvs. 130.000 kr. årligt til "Bio-Bio Børnedage" & Festivalen under titlen "Min Vilde Plante" som er vores nye initiativ formet omkring en lydvandring produceret til en bydel i Kbh. hvert år.

Del 1 og 2 er lagt i to budgetter for at give mulighed for at prioritere den ene del. Vi håber at I vil bakke op om festivalen som helhed.

## BILAG: Mere om lydvandringen

**Min vilde plante:** Litterære fortolkninger af menneskets relation til natur i et stort lydværk

*”Jeg kan huske en cykeltur i Sønderjylland med min farmor – hun kunne navngive alle kornsorterne vi cyklede forbi. ’Hvordan kunne hun se forskel’ tænkte jeg dengang. Nu forstår jeg, at jeg aldrig har skulle bruge den viden til noget. Jeg havde aldrig haft den enkelte kornsort mellem mine hænder, ud over det færdige produkt jeg fik at spise. Og det er en kulturarv jeg føler jeg har forlagt, og som jeg ønsker at få igen.” (Siri, 34 år, København).*

**Min vilde plante** er en lydvandring, henvendt til dem, der oplever en sorg eller bekymring over ikke at have nok viden om naturen omkring sig, til at forstå hvordan man passer bedst på den. Dette sker gennem en unik sammensætning litteratur, musik, antropologi og botanik. **Min vilde plante** vil flette den originale rammende kunstoplevelse sammen med vidensformidling og genetablere forbindelsen mellem mennesket og den vilde natur omkring dem.

**Bio-Bio** er en forening, som faciliterer kulturoplevelser der beskæftiger sig med klimaforandringer, natur, og de sociale aspekter af den historiske modernisering og den forestående grønne omstilling. Under vores festivaler, har vi oplevet en stor opbakning fra almindelige bymennesker, som udtrykker en bekymring for naturen både i specifikke lokale områder, men også på et mere overordnet plan i forhold til global opvarmning, klimaforandringer, og arternes overlevelse.

I Bio-Bio oplever vi den gængse kulturforbruger i Danmark som nogen, der ville ønske de vidste mere, og måske også følte mere, for naturen. At de formåede at mærke forbindelsen til den enkelte plante. Det vil vi i Bio-Bio gerne hjælpe på vej med denne lydvandringens serie af bidder fra store danske litterære værker fra nyere tid, flettet sammen med lydkunst og planteformidling.

**Idéoprindelse:** Fatima Awad, antropolog og planteelsker har specialiseret sig i forskellige kulturers historiske bevaring og brug af bestemte planter. Da Fatima fortalte børn og unge om vilde planter under sidste års Bio-Bio festival, oplevede vi, at hendes nysgerrige og oprigtige glæde over den enkelte plante bredte sig til børn og unge såvel som voksne. Rørende tilbagemeldinger om ærefrygt og berøringsangst overfor naturens vilde planter viste os fra Bio-Bio, at vi måtte med Fatima og andre vidende plantenørdere ud og kigge på bregner, bjørneklo, brændenælder og mange flere, for at lære dem bedre at kende.

**Lydvandringens dramaturgi** fletter ind og ud af originale nyere danske litterære værker: Shëkufe Heibergs ”Plantae Sapien” og Amalie Smiths ”De næste 5000 dage” er begge værker, der indeholder passager der på rørende vis illustrerer menneskets sansning af den enkelte plante. Fortolker Amalie Smith mynten, lærer vi om den af en antropolog efterfølgende. Vi går videre, og hører Olga Ravn fortælle om danske såkaldte hekseviden om urter, og hendes eksperimentering med plantefarver. Det er vores ambition, at disse store danske kunstnere selv læser passager fra deres værker op og fortæller om dem, samt at de deltager i åbningsvandringen.

OBS: Oplægget her udvikles løbende. Dette er første udkast.