



Publikumsprogrammet under Art Week rummer en bred vifte af forskellige aktiviteter. Dog er især mødet med kunstneren særligt prioriteret under Art Week. Her fra Art Talk på Glyptoteket med Sif Itona Westerberg.

## Ansøgning til Festivalpuljen - Københavns Kommune

Art Matter Festival (tidl. Art Week) er Danmarks største kunstbegivenhed og finder sted hvert år i maj/juni måned, samt hen over året med enkeltstående events. Vi samler godt 50 af hovedstadens førende kunstmuseer, kunsthaller, gallerier og små udstillingssteder i et fælles generøst program med næsten 150 programpunkter og skaber en offentlig stemme om billedkunsten.

Art Matter Festival arbejder for, at flere inviteres ind i vores samtids billedkunst ved at skabe nye møder med kunsten og kunstnerne selv, og for at København stadfæstes som en metropol for samtidskunst. Festivalen er en anledning til at udforske Københavns pulserende, eksperimenterende og mangfoldige kunstscene, uanset om man er garvet kunstkender eller ny i feltet, og inviterer københavnernes og byens gæster til nye og kreative møder med kunsten.

Der ansøges om 3-årigt tilskud i perioden 2025-2027, samlet set 2.250.00 kr. fra Festivalpuljen, til at gennemføre Art Matter Festivals centrale publikumsprogram. Støtten fra Festivalpuljen er grundlaget for den videre fundraising blandt statslige puljer og private fonde og er afgørende for vores samarbejder med de medvirkende aktører.

Det ansøgte beløb er højere end tidligere, da de ekstra midler vil muliggøre realisering af vores særlige indsatsområder de kommende år:

- **Børne- og ungeprogram**, der udvikles yderligere i samarbejde med kunstinstitutioner, folkeskoler og gymnasier.
- **Løfte talenterne.** Talentudvikling, vækstlag og fokus på at skabe rum for unge kunstnere i København er en del af festivalens indsatsområder.
- **Det offentlige rum.** Aktivere Københavns byrum, så københavnernes i højere grad møder kunsten i det offentlige rum under festivalen.

## Erfaring

Bag Art Matter står en organisation, der sammen med kunstscenen udvikler faglige netværk, identificerer uudnyttet potentiale, relationsopbygger nationalt og internationalt og laver strategisk kommunikation omkring samtidskunstens enorme potentiale som indlevels-, oplevelses- og fordybelseskraft. Vi har over ti års erfaring med at afholde landets største festival for samtidskunst og har over årene udviklet en række formater, som ændrer mange menneskers syn på kunst.

Vi har løbende kontakt med stort set alle større aktører på den danske scene for samtidskunst, og også en lang række mindre, nyetablerede projektrum og aktører. En vigtig rolle for Art Matter Festival er således at observere de vigtige tendenser i kunsten og krydsbestøve kunstscenen, så de enkelte aktører kan få inspiration og lære af hinanden.

## Målsætning

Missionen med Art Matter Festival er at synliggøre kunsten og kunstnerens rolle i samfundet - og at fremme samtalen om kunst. Vi ønsker at øge offentlighedens opmærksomhed på samtidskunstens mange aktører og facetter, og at bidrage til at forløse kunstens enorme potentiale gennem nye møder, så mange flere opdager kunstens mangfoldighed.

### Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum

Art Matter Festival udvikles i samarbejde med ca. 50 af byens udstillingssteder, involverer op til 100 professionelle kunstnere og består af 150 aktiviteter. Besøgstallet hos de deltagende udstillingssteder er på omkring 55.000, heraf er ca. 5.500 publikummer til særlige Art Matter Festival events.

## Projektets relevans for København

København er kunstnerens by. Her lever og arbejder mange af vores samtids mest interessante billedkunstnere. Samtidig rummer København et antal -også internationalt set- bemærkelsesværdige udstillingssteder, et besøg værd for folk, som oplever vores by. Art Matter Festival ser det som sin centrale opgave at vise københavnernes og byens gæster, hvor mulighederne befinder sig og vise, hvor mangfoldige disse er.

I praksis viser Art Matter Festival vej via især to indsatser: Den samlede festivalformidling og ved at invitere publikum med på guidede tur til nye kunstopplevelser på cykel eller på gåben. På den måde præsenterer vi københavnernes for kunstopplevelser, som er opstået på fx Østamager, i Sydhavnen, i Nordvest eller på Refshaleøen.



Art Matter Festival bygger på partnerskaber, som præsenterer publikum for spændende tilgange til samtidskunsten. Her fra Art Bar Extravaganza, festivalens åbningsfest i Nikolaj Kunsthall 2023.

## Nikolaj Kunsthall - Art Matters festivalcentrum

I 2025 er det femte gang, at Nikolaj Kunsthall er Art Matters festivalcentrum. Partnerskabet har til formål at udvikle et program, hvor vi inviterer det helt brede kunstpublikum ind i mødet med kunstneren og kunstværket.

Nikolaj Kunsthall er optaget af to ting, der begge er Art Matter Festivals kerneværdier:

- Kunstoplevelserne skal være i øjenhøjde med publikum
- At arbejde med Københavns egne kunstnere

Vi kan se, at interessen er stigende i takt med, at publikum genkender formaterne, og vi løbende udvikler programplanlægningen. Sidste år deltog godt 1000 personer i festivalens åbningsprogram i Nikolaj Kunsthall.

## Samarbejdspartnere

Udover det faste partnerskab med Nikolaj Kunsthall, arbejder Art Matter Festival fremadrettet og målrettet med partnerskabsprogrammer. Gennem vores partnerskaber aktiveres byrum, kunstrum, og udstillinger med fokus på de aktører, som skaber og viser kunsten.

Det gøres ved debatskabende og fokuserede samtaler, kunstmøder og kunstture, der gør aktuelle tematikker og udstillinger vedkommende for en bredere kreds af kunstinteresserede publikumsgrupper og som samtidig styrker og synliggør de enkelte aktører.

Art Matter Festival er ikke en selv-kuraterende festival. Vores værktøjer og arbejdsmetoder bygger på partnerskaber, hvor Art Matter Festival bidrager med koordinering, sparring og markedsføring.



Fællessalen på Christiansborg blev fyldt med kunst under festivalen i 2023 med en samtale om, hvordan vi opnår en ny forståelse hos politikere, fonde og andre vigtige aktører i samfundet.

Vores partnere (aktørerne) er alle eksperter på deres felt og metoden bygger på gensidig tillid og respekt. Vi tager udgangspunkt i de kompetencer og ressourcer, der allerede er til stede hos aktørerne, og skaber et program, som delvis er udviklet sammen med Art Matter og som delvis peger på de udstillinger og aktiviteter som aktørerne selv bringer ind i programmet.

#### Kompetenceudvikling

På baggrund af evalueringer fra vores samarbejdspartnere har vi udviklet en række værktøjer og formater, som kan anvendes i samarbejde med aktørerne med udgangspunkt i de enkelte aktørers virkelighed.

Vores værktøjer kan hjælpe de enkelte institutioner til at brede deres aktiviteter ud til nye publikumsgrupper, men også med henblik på at informere og vidensdele med den faglige scene. På den måde skabes en målrettet kompetenceudvikling og relationsopbygning mellem institutionerne, kunstnerne og publikum.

## Samtaler om samfund og kunst

Samtidskunsten er blevet mere direkte reagerende og interagerende omkring aktuelle samfundsproblematikker. I de seneste år har vi set en mængde værker, der diskuterer og forholder sig til store spørgsmål omkring miljø, identitet, køn og vores koloniale historie. Ofte kan kunsten give alternative og abstrakte svar på disse emner og bidrager således til en ny forståelse hos forskere, politikere og andre vigtige aktører i samfundet.

Af samme årsag vil Art Matter Festival i de kommende år fokusere endnu mere på mødet mellem kunsten og andre aktører i samfundet. Eksempelvis planlægger vi fra 2024 en række personlige samtaler mellem politikere og kunstnere, som skal finde sted i offentlige arrangementer på Christiansborg.



Det internationale besøgsprogram styrkes ved, at de deltagende kuratorer og kunstnere får plads og tid til at styrke det faglige netværk gennem både faglige og sociale aktiviteter. Foto Jan Falk Borup

## Besøgsprogram for internationale kuratorer

Siden sin etablering i 2012 har Art Matter Festival haft stort fokus på at samarbejde med det københavnske kunstmiljø om besøgsprogrammer og kuratoriske research-rejser, som giver en international faggruppe et unikt indblik i den københavnske samtidskunstscene og dermed ansporer fremtidige samarbejder.

Art Matter Festivals internationale besøgsprogram er et vigtigt omdrejningspunkt for herboende kunstnere, der får mulighed for at præsentere deres værker og praksis gennem studio visits, portfolio-reviews og udstillingsbesøg. I programmet deltager både udenlandske og danske kuratorer for at understøtte netværksdannelse og internationalt samarbejde.

### Synliggørelse af talenterne

Hovedformålet med det internationale program er at facilitere samarbejder mellem internationale fagfolk og lokale kunstnere, kuratorer og institutioner og at skabe synlighed om den københavnske talentmasse.

Programmet omfatter initiativer, der giver de internationale kuratorer den bedst mulige platform for at møde og stifte bekendtskab med dansk samtidskunst og rummer både faglige og sociale formater, herunder Speeddating, Roundtable Discussions, Studio Visits, Meet & Greet middag og individuelle faglige møder med danske kolleger og institutioner.



Under den fælles overskrift Art for Kids, indeholder festivalprogrammet en række arrangementer, hvor hele familien kan være med. Her fra en støbeworkshop under Familie Art Bar på ARKEN i 2023.

## Udvikling og fornyelse

Art Matter Festival arbejder hele tiden målrettet på at øge kendskabet til og højne den refleksive samtale om samtidskunst igennem vores mange formidlingsformater, publikumsrettede programmer og brancherelaterede kunstfaglige programmer, som vi kontinuerligt nytænker og udvikler. De kommende år arbejder vi særligt med følgende strategiske områder:

- Børne- og ungeprogram
- Løfte talenterne
- Det offentlige rum

## Børne- og ungeprogram

Mødet med kunsten skal være tilgængeligt for alle aldersgrupper og ikke mindst er det centralt for Art Matter Festival, at børn og unge har mulighed for at opleve og engagere sig i kunsten. Børn og unge er næste generations kunstpublikum, og det er vigtigt, at børn og deres familier bliver eksponeret for kunst i en meningsfuld kontekst så tidligt som muligt.

Art Matter Festival har hvert år en række arrangementer for børn og familier under formatet Art for Kids, bl.a. afholdt vi i 2023 sammen med ARKEN Museum for Moderne Kunst og kunstnergruppen Gelænderværk en Familie Art Bar for børn og deres forældre med fællesspisning og samskabelse af et tyve meter langt fælles-kunstværk Gelænderværk.

### Skolesamarbejder

Gennem dedikerede skolesamarbejder vil Art Matter samtidig løbende hen over året understøtte børn og unges møde med den professionelle kunst og

kunstnere. Forløbene skal aktivere elevernes sanseforståelse, give dem aktivt indblik i den kunstneriske proces og vise hvorledes kunst kan skabe fællesskaber. Målet er at gøre børnene fortrolige med billedkunstens mange udtryksformer og mulighedsrum, og få børnene til at erkende, at der er mange forskellige måder at nærme sig en problemstilling på.

Børn- og ungeprogrammet er et af vores særlige fokusområder de kommende år. Med erfaring fra de afholdte Art for Kids arrangementer vil vi udvide og udvikle formatet for at skabe endnu mere inspirerende og engagerende møder mellem børn, unge og kunst.

## Løfte talenterne

København rummer en stor kunstnerisk talentmasse, hvilket kan ses på udbuddet af kunstmuseer, kunsthaller, kunstgallerier, kunstnerstyrede projektrum og non-profit udstillingssteder. Mange af udstillingsstederne er små, stadigt spirende kunstnerdrevne steder uden mange midler, og særligt disse aktører har vi fokus på at løfte og synliggøre gennem netværksskabende aktiviteter og formidlingsindsatser.

Gennem de evalueringer vi laver med vores samarbejdspartnere, kan vi se, at især disse udstillingssteder oplever at nå ud til et større publikum og nye målgrupper via deltagelse i Art Matter Festival. Af de mindre aktører svarer fx hele 73 procent, at de under Art Matter Festival har haft besøg af nye publikumsgrupper og 36 procent angiver at have fået nye følgere på deres sociale medier.

Vi kan altså måle at vi gør en forskel netop i forhold til de mindre og mellemstore udstillingssteder, ved at deres deltagelse i Art Matter Festival kan give adgang til nye målgrupper og flere besøgende. Desuden skaber festivalen synlighed for en række mindre kendte aktører på den danske kunstscene, der ellers ville have svært ved at tiltrække publikum.

Talentudvikling, vækstlag og fokus på at skabe rum, både for unge og for etablerede kunstnere i København, vil også fremover være en vigtig del af festivalens indsatsområder.

## Kunst i det offentlige rum

Vi ønsker, at Art Matter Festival skal være den store tilbagevendende, samlende kunstneriske begivenhed, hvor københavnernes oplever spændvidden i kunstscenen og får helt nye oplevelser - herunder ikke mindst kunst i alternative rum og byrummet. På den måde får københavnernes en uventet oplevelse af, hvad samtidskunsten kan bidrage med og af, hvor farverig og vibrerende en kunstscene, København har.

Festivalen har allerede tradition for at skabe kunstoplevelser i vores fælles byrum, men i de kommende år vil vi sætte yderligere på at præsentere kunst i det offentlige rum via open calls på værker og performances, så københavnere i endnu højere grad møder kunsten i byen.

I 2024 har vi derfor indgået samarbejde med MOVIA om projektet Art on the Move, hvor en række værker på baggrund af et open call udvælges og udstilles i de københavnske busser under Art Matter Festival. Alle de nominerede værker vil desuden blive vist ved et event i Folkehuset Absalon, hvor besøgende også kan møde kunstnerne.

Vi arbejder ligeledes på at genoptage samarbejdet med Københavns Metro. Et partnerskab, der i en årrække har ligget i dvale på grund af metroudvidelserne. Vi har som mål at genoptage og videreudvikle dette samarbejde fra 2025 og i fællesskab præsentere københavnere og byens gæster for nye store kunstoplevelser på metroturene gennem København.

## Ny digital kommunikationsstrategi

Vi er i gang med at etablere en helt ny online platform til Art Matter Festival, som blandt andet kommer til at have et interaktivt festival-kort og en visuel guide samt en lang række video og billedhistorier, der egner sig godt til sociale medier.

Art Matter Festival vil i højere grad have fokus på at lade kunstnerne komme til orde og på at stille ind på enkelte kunstværker og udstillinger – samt gå i dybden i længere og mere tematiske artikler.

Den digitale markedsføring og kunstformidling gavnede af, at vi over en årrække systematisk har opbygget følgeskarer omkring vores SoMe kanaler og over hele landet via vores tætte samarbejdspartnere på webmagasinet [kunstenu.dk](http://kunstenu.dk) som bliver knyttet tættere på festivalen gennem en fælles online portal.

Vi publicerer på egne platforme: indhold produceret til nyhedsbreve, web, facebook og instagram. Særlige nyhedsbreve udgår fra [kunstenu.dk](http://kunstenu.dk), mediet har 60.000+ ugentlige læsere, mens vi med de sociale medier trækker på, at vi her kan prikke til medvirkende kunstnere og udstillingssteder og på den måde nå længere ud. Samtidig kan vi udnytte mulighederne for nålespids, digital markedsføring med fx Art Tours gennem Københavns mindre kendte udstillingssteder.

### Fysisk synlighed i byens gader

Art Matter Festival er en aktivering af mange institutioner på mange adresser. Vi arbejder derfor med en flerfoldighed af markører, fx plakater, stickers og flag, som markerer, at nu kører festivalen og at netop her kan man opleve kunsten.





Der skal være plads til fest under en festival, det er her, at også det helt unge og nye publikum finder vej ind i kunsten. Men det skal være med omtanke på resourceforbrug.

## Art Matter Festival som bæredygtig kunstfestival

Som festival er Art Matter Festival bevidst om vores ansvar for at medvirke til en positiv udvikling på klima og ligestillingsområdet.

Vi har derfor følgende erklærede mål:

- **Ikke nyproduktion som formål:** Art Matter Festival er at skabe møder mellem mennesker omkring de oplevelser, som kunsten tilbyder os. Art Matter Festival er med andre ord ikke ensbetydende med, at der materialiseres nye resourcekrævende udstillinger.
- **Velorganiseret udskænkning i genbrugsglas:** Art Matter Festival er en festival på mange adresser, oftest ved allerede etablerede udstillingssteder. Festivalen afholdes derfor uden brug af store scener, levering af lydanlæg eller metervis af plastikkrus.
- **Cykel- og elbaseret transport:** Under Art Matter Festival har vi tradition for at skabe kunstopplevelser i vores offentlige transportsystemer og dermed understøttes attraktionen ved at vælge netop den transportform. Derudover: Cykelture til nye kunstopplevelser er en integreret del af Art Matter Festivals program.
- **Ligestilling og mangfoldighed:** Teamet bag Art Matter Festival består af flere køn, flere seksuelle observanser og typer af familier. Under udvikling af indholdet i festivalen indgår det som en naturlig del af arbejdet at sikre en mangfoldig repræsentation af etnicitet, køn og øvrige identitetsmarkører.



## BUDGETSKABELON - FESTIVALPULJEN

<b>Tilskudsmodtagers navn: Art Matter Live ApS</b>
<b>CVR: 29883149</b>
<b>Festivalens/eventets navn: Art Matter Festival 2025-2027</b>

<b>Projektperiode:</b> 1. oktober 2024 - 30. september 2027
--

<b>Indtægter</b>	<b>3-årig budget</b>	<b>Budget per år</b>	<b>Budget 2024</b>	<i>Ansøgt/bevilliget</i>
Tilskud fra Københavns Kommune	2.250.000	750.000	340.000	
Øvrige tilskud, specificeret				
a) Tilskud lokaludvalg	150.000	50.000	35.000	
b) Statens Kunstfond	750.000	250.000	218.000	
c) 15. Juni Fonden	900.000	300.000	250.000	2023-2025
d) Axel Muusfeldt Fond	450.000	200.000	0	
e) Augustinus Fonden	450.000	200.000	150.000	
f) Beckett-fonden	300.000	100.000	75.000	2023-2025
g) Louis-Hansen Fonden	300.000	100.000	75.000	
h) Bikubenfonden	300.000	100.000	100.000	
i) Øvrige fonde	150.000	50.000	242.000	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>6.000.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>1.485.000</b>	

<b>Udgifter</b>	<b>3-årig budget</b>	<b>Budget per år</b>	<b>Budget 2024</b>
Løn og honorarer	238.5000	795.000	760.000
Konsulentudgifter	285.000	95.000	20.000
Materialeudgifter	750.000	205.000	23.500
Transportudgifter	225.000	75.000	43.000
Opholdsudgifter	225.000	75.000	25.000
Fortæring, herunder møder	255.000	75.000	25.000
PR og markedsføring	1.200.000	400.000	365.000
Øvrige udgifter, specificeret			
a) Administration & husleje	255.000	130.000	126.000
B) Webudgifter	450.000	150.000	100.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>6.000.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>1.485.000</b>

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

<b>Kommentarer/forbehold:</b>
-------------------------------



## NÆSTE NIVEAU FOR CPF 2025-27

I 2024 fejrer Copenhagen Photo Festival (herefter CPF) 15-års jubilæum som Nordens største fotofestival og blandt Europas vigtigste med mere end 50 udstillinger og en lang række aktiviteter i samarbejde med ca. 70 større og mindre foto- og kunstrelaterede festivalpartnere. Hvert år medvirker omkring 200 fotografer og fotobaserede kunstnere med udstilling, bogudgivelse, foredrag eller workshop – fra de helt unge, nyudklækkede til de yderst etablerede og internationalt anerkendte. Festivalen har post-corona haft et årligt samlet besøgstal på ca. 45.000 og har 35.000 følgere på sine sociale profiler.

### Festivalens partnere

De årligt ca. 70 festivalpartnere arrangerer og finansierer selv deres programbidrag og består af ca. 40 offentlige og private kunst- og kulturinstitutioner, ca. 20 forlæggere og ca. 10 eventpartnere. De repræsenterer tilsammen en imponerende geografisk og kulturel spændvidde fra Fotografisk Center over Tingbjerg Kulturhus til KBH Film- og Fotoskole og tilbyder et mangfoldigt festivalprogram af udstillinger, talks, workshops m.m. for amatører og professionelle og for børn og voksne, herunder brede københavnerinitiativer som DAC's fotokonkurrence og udstilling 'Fang din by' eller fotoaktiviteter for særlige grupper børn og unge fx i Tingbjerg og i Folehavekvarteret.

### Siden sidste bevilling

Siden seneste ansøgning til Festivalpuljen for perioden 2022-24 er CPF blev nomineret til Byens Bedste oplevelse i 2022 af Berlingske AOK og til 'Fotogratula – Dansk Fotografis Ærespris' de sidste to gange prisen har været uddelt (2018 og 2021). På den internationale front er festivalen bl.a. blevet optaget i Creative Europe's internationale talentplatform for fotografi og på FUTURES, med +20 anerkendte europæiske kunstinstitutioner. Ved det seneste open call til soloudstilling i festivalens centrum modtog CPF 639 ansøgninger fra 67 lande (se bilag om udviklingen).

### Et bæredygtigt festivalcentrum

CPF's kuraterede<sup>1</sup> centrum på B&W's gamle bedding på Refshaleøen har siden 2021 været en udstillingspark, der udfordrer den konventionelle udstillingsramme og understøtter en sanselig og bæredygtig kunstoplevelse med FRAME som permanent venue. Festivalen har målrettet genanvendt byggemateriel i skiftende udstillingskonstellationer fra år til år, upcyclet

---

<sup>1</sup> Vi arbejder med følgende kuratoriske kriterier, når vi udvælger kunstnere til festivalens centrum: kunstnerisk kvalitet forstået som konsistens mellem ide og udførelse, på bredde og nytænkning i den metodiske tilgang og projektets relevans i en større kontekst. Udstillingerne skal have et visuelt budskab, der egner sig til festivalformatet. De skal kunne nå ud til et sammensat publikum, i en ikke-institutionaliseret rammesætning og kunne leve i en kortvarig, men intensiv periode. Endelig tilstræber vi geografisk, kulturel og kønsmæssig diversitet.

tekstilprint til bl.a. tote bags og skabt en atmosfære i udstillinger og eventrum, med bæredygtighed i fokus. Formatet opleves ikke lignende på andre internationale festivaler i den skala og vinder derfor genlyd internationalt, hvilket tiltrækker anerkendte kunstnere og samarbejdspartnere.

Det er derfor positivt, at Refshaleøens Ejendomsselskab har planer for Beddingen som et etableret eventområde og har startet en dialog om at øge samarbejdet om lokale events i løbet af et årshjul, hvor FRAME i højere grad indgår. Lejekontrakten er således blevet forlænget i foreløbig tre år (kan fremsendes).

På trods af CPF's nationale og internationale anerkendte status begrænser Beddingens faciliteter og tilgængelighed desværre også CPF's muligheder for at vækste. Festivalens bestyrelse og ledelse har arbejdet på en udviklingsstrategi, der skal skabe fundamentet for en økonomisk bæredygtig festival, der i højere grad end i dag har mulighed for at indfri vækstpotentialet. Udover at fastholde og udvikle FRAME som udstillingsrum året rundt, ønsker CPF at flytte festivalens centrum til København city og dermed skabe et "must see" event for et langt større nationalt og internationalt publikum.

### **Næste niveau**

Efter gennemgang af og dialog med en lang række potentielle festival-venues har CPF indgået en aftale med Det Kongelige Teaters Gamle Scene om at placere festivalens centrum i den ikoniske bygning på Kongens Nytorv årligt i juni i foreløbigt tre år (2025-27) – se vedlagte hensigtserklæring. Gamle Scene repræsenterer en kulturhistorisk tyngde og klassisk dannelsesfortælling om hovedstaden, hvor Refshaleøens postindustrielle miljø er en nybrudsfortælling om kunstnerisk mangfoldighed og kulturelt entreprenørskab i Københavns største byudviklingsområde.

Ambitionen i strategien er at skabe et nyt format for CPF, hvor disse to 'københavnertællinger' komplementerer og styrker hinanden (se illustration i bilag). Hvor denne kontrast – historisk, arkitektonisk, kulturelt – væves sammen med CPF's kunstneriske spændvidde. Strategien tilfører festivalen en enestående dynamik, hvor samarbejdet med Det Kongelige Teater giver mulighed for at trække endnu større kunstnernavne til København og dermed foretage et kvalitetsløft i toppen, samt styrke bredden med en aktivering af det omkringliggende byrum. Samtidig fastholder CPF sit fokus på vækstlaget ved at gøre FRAME på Beddingen til centrum for CPF's nordiske og europæiske talentfællesskaber<sup>2</sup>. En væksthub,

---

<sup>2</sup> CPF har etableret et nordisk uddannelsesnetværk inden for dokumentar og fine art photography med et aktivitetsprogram for undervisere og studerende, som styrker den faglige udveksling, løfter det nordiske vækstlag og ruster dem til at arbejde inden for kultursektoren. Netværket indbefatter seks uddannelser i 2024. Derudover har CPF det europæiske netværk Futures, hvor CPF årligt udpeger fem nordiske talenter til at indgå i et helårligt program sammen med en lang række europæiske talenter. CPF tilbyder dem desuden en gruppeudstilling under festivalen og holder kontakt til alle tidligere talenter, som hvert år inviteres til festivalens internationale netværksdage.

hvor fotografiet udfordres gennem talks, pop-up udstillinger, værksteder og bl.a. residencies – også uden for selve festivalen.

Med festivalcentrum i hjertet af København får CPF dels en betydelig større mulighed for at nå en reel 'kritisk masse' i festivalens centrum, dels mulighed for at øge antallet af gæster, der tager videre ud til udstillingerne på Refshaleøen og rundt i byen til de mange samarbejdspartneres udstillinger.

Beliggenheden lægger op til en publikumsaktiverende rute langs det blå rum mellem Nyhavn og Refshaleøen, fx i samarbejde med Duffy Boats eller Donkey Republic, og rundt i byen via cityringen, der kunne underbygges af udstilling i metroen. Kongens Nytorv skal også bringes i spil med udstillinger og nytænkende publikumsdrivende aktiviteter, udviklet i samarbejde med områdets kultur- og forretningsliv fx et kunst- og merchsamarbejde med Magasin, talkprogram med Den Franske Ambassade og udendørsudstilling hos Charlottenborg – eksempelvis.

Dertil kommer den kulturelle merværdi i at tilbyde et eventprogram, hvor CPF inviterer københavnske aktører indenfor i teatrets spektakulære rammer, fx performances eller solokoncerter. Initiativer, der vil åbne bygningen for et publikum, som normalt ikke har sin gang på Gamle Scene, og omvendt vil få Det Kongelige Teaters normale publikums øjne op for fotografiet som kunstform.

Alt sammen tiltag, der gradvis kan og skal udvikles i tråd med byens øvrige kulturpolitiske dagsorden, og tiltag som kommer byens borgere og besøgende til gode. Vi forventer at firedoble billetsalget i periodens løb og øge festivalens samlede besøgstal til 55.000-60.000 – dertil kommer åbne byrumstilbud, som fx aktivering af Kongens Nytorv qua en markant øget partnerskabsinvolvering.

### **CPF Community**

CPF er meget mere end den årlige festival. Det er i stigende grad et community med en ambition om at bruge festivalens brobyggende position til at styrke det københavnske fotokunstmiljø horisontalt såvel som vertikalt, samt tiltrække internationale navne, med en ambition om at bruge CPF's formidlingsposition til at udbrede kunsten til endnu flere og på nye måder.

CPF's community har således både et professionelt og et publikumsorienteret spor. Formidlingsfrekvensen er væsentlig højere end mange andre festivaler, og CPF har langt den største følgerskare blandt nordiske fotofestivaler (se bilag om udvikling).

I slutningen af 2022 lancerede CPF et eksklusivt dansk nyhedsbrev med månedlige anbefalinger til fotoudstillinger, talks mv. i Storkøbenhavn, som er blevet rigtig godt modtaget af lokale følgere og partnere. CPF har også indgået et samarbejde med Folkehuset Absalon om fotoprintmarked i forår og efterår (første gang i november 2023), hvor uafhængige fotokunstnere får mulighed for at sælge værker til et publikum, der gerne vil have kvalitet, men ikke har ressourcer til at investere i etableret kunst.

CPF betragter talentudvikling og faglig udveksling som katalysatorer for at fastholde et højt kunstnerisk niveau regionalt og sætte spot på København som en by for international talentudvikling og -udveksling. Derfor har CPF de seneste år udvidet sine helårsaktiviteter med de to førnævnte netværk.

### **En bæredygtig organisation**

CPF er en lille organisation (2 lønnede årsværk) med et meget højt realiseringsniveau og en stor samarbejdsflade i forhold til den årlige lønsum og drift. CPF rejser årligt en frivilligindsats svarende til 2,95 årsværk. Det skyldes, at praktikanter og frivillige, såvel som programudvalg og bestyrelse arbejder frivilligt.

Vi oplever en stor dansk og udenlandsk efterspørgsel fra unge universitetsstuderende om at blive tilknyttet CPF som led i uddannelsesforløb, og festivalen 'oplærer' ca. 10 uddannelsespraktikanter typisk fra Danmark, Frankrig, Tyskland og Italien hvert år. Dertil kommer 80-100 frivillige under festivalen, som rekrutteres i samarbejde med Kulturens Frivillige og via International House Copenhagen.

CPF brander således ikke kun København som international metropol for kunst, kulturevents og talentudvikling, men også ved at være en attraktiv og værdibaseret arbejdsplads, der praktiserer ligestilling på alle niveauer – fra kønsfordelingen i programudvalg og bestyrelse til valg af udstillende kunstnere og eksperter. CPF er dermed et vigtigt trinbræt til opkvalificering, ligestilling og karriere i kultursektoren.

Det står dog også klart, at CPF har behov for at skabe en bæredygtig økonomi, der kan sikre Copenhagen Photo Festival og den fortsatte udvikling i fremtiden. Vækststrategien har derfor fokus på at fastholde CPF's kunstneriske værdier og integritet og samtidig udvikle selve formatet, så det forretningsmæssige potentiale kan indfries. Udover at festivalen finansieres af offentlige og private fondsmidler vil strategien derfor også bidrage til øgede indtægter fra billetsalg, mv., samt via indtægter fra strategiske partnerskaber.

Bestyrelsen og ledelsen er overbeviste om, at denne strategi er den rigtige og nødvendige for CPF's fremtid, og at samarbejdet med Det Kongelige Teater og tilstedeværelsen på Kongens Nytorv og i City vil skabe de rette vækstbetingelser.

Støtten fra Festivalpuljen er og har altid været ryggraden i CPF's eksistens, og det er derfor helt afgørende at Kultur- og Fritidsudvalget vil bakke økonomisk op om CPF's nye epoke.

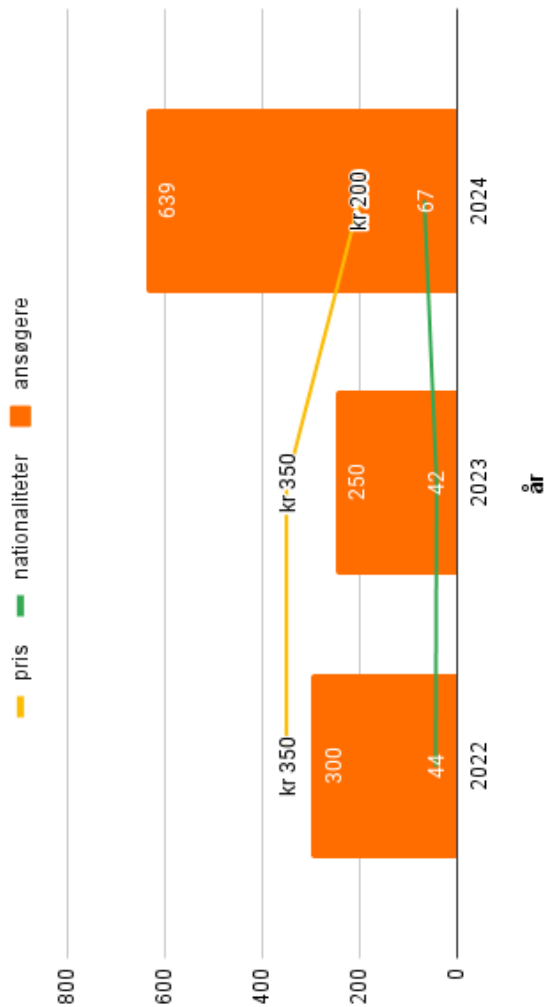
Med venlig hilsen



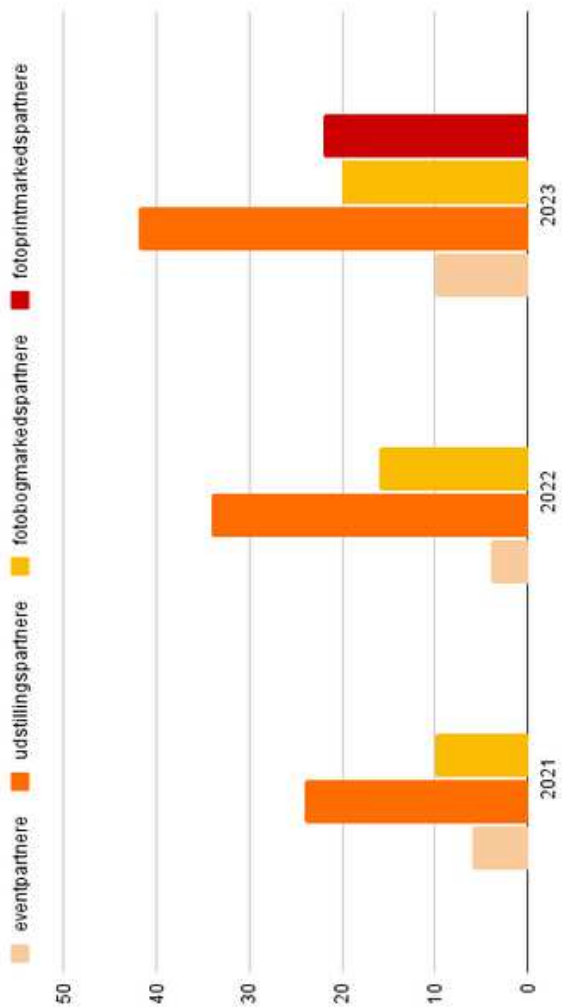
Maja Dyrehauge Gregersen  
Festivaldirektør

# Bilag 1: Udviklingen

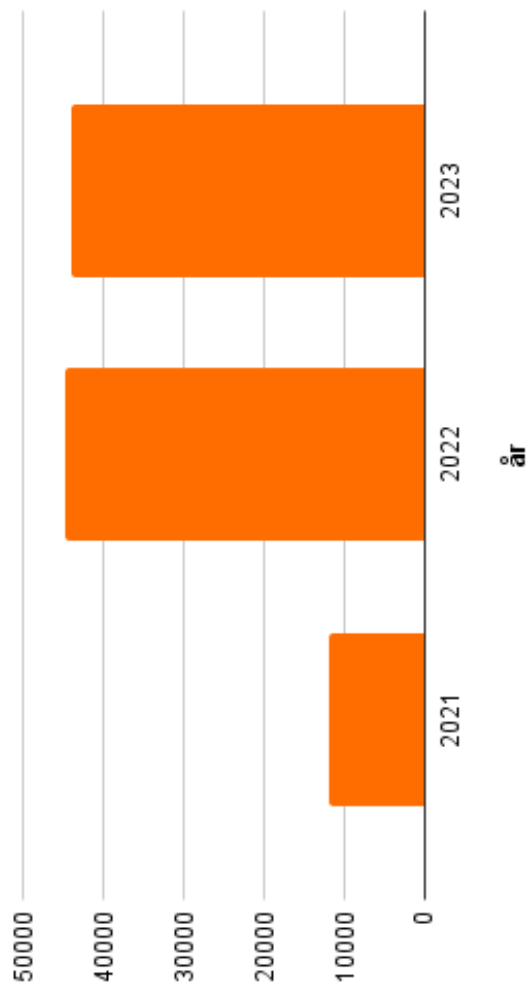
## Udvikling i ansøgere, international rækkevidde og pris



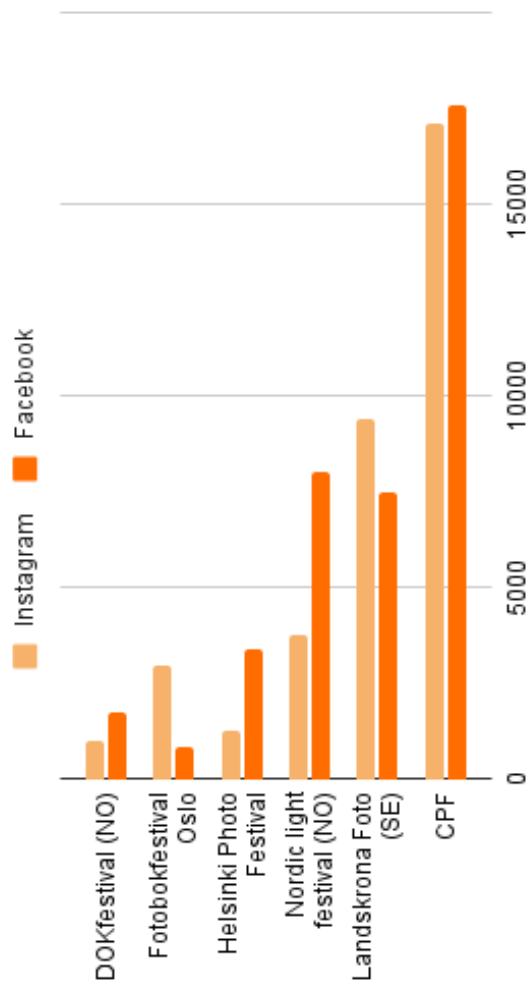
## Festivalpartnere på tværs af København 2021-23



## Samlet besøgstal 2021-23



## CPF og de nordiske fotofestivaler på sociale medier 2024



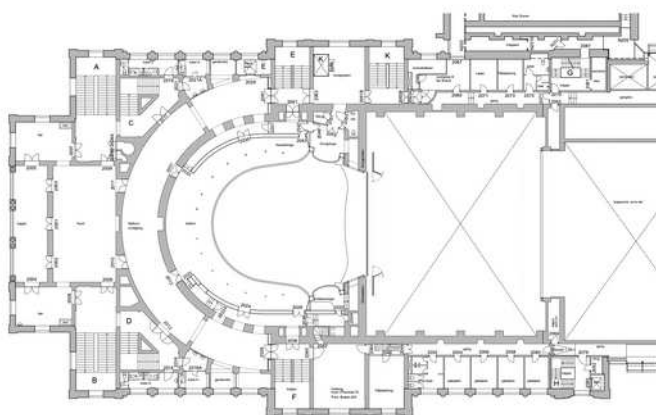
## Bilag 2: Illustrationer af nyt festivalcentrum og vækst-hub

Ø: Et udsnit af de lokaler som det nye festivalcentrum vil råde over hos Det Kongelige Teater inkl. en plantegning over en af etagerne.

N: Visualisering over eksempler til nyt udstillingsdesign til det nye festivalcentrum.



Fotos fra Gamle Scene af Christine Almlund og Maja Dyrehaug Gregersen for Copenhagen Photo Festival



## MOODBOARD

Moodboard til udstillingsdesign på Gamle Scene





## Bilag 2: Illustrationer af nyt festivalcentrum og vækst-hub

De rå og unikke rammer på Beddingen på Refshaleøen med FRAME som venue vil være CPF's nye væksthub med plads til eksperimenterende formater og talentfællesskaber.

Copenhagen Photo Festival har brugsretten til alle fotos.





## Hensigtserklæring om samarbejde

Jeg bekræfter hermed, at Det Kongelige Teater ønsker at samarbejde med Copenhagen Photo Festival om at lægge hus til festivalens centrum på Gamle Scene på Kongens Nytorv i juni 2025-27.

Det Kongelige Teater tilbyder at udleje Gamle Scenes forhus i de unikke fredede rammer på Kongens Nytorv, herunder indgangspartiet og balkonen.

Copenhagen Photo Festival er Nordens største fotofestival med et stort internationalt outreach og en klar forankring i den Københavnske kunst- og fotobranche. Vi ser mange muligheder for spændende synergier i at forene Det Kongelige Teaters kulturhistoriske tyngde og position med en ambitiøs kulturaktør, der arbejder med et allestedsnærværende medie og kunstform som fotografiet og dets betydning i samtidskunsten.

Dette er ikke en juridisk bindende aftale, men en hensigtserklæring om samarbejde, såfremt Copenhagen Photo Festival opnår den fornødne finansiering til et nyt festivalformat.

Med venlig hilsen

Rasmus Øland

Chef for Kommercielle Aktiviteter

## 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:</b> Copenhagen Photo Festival
<b>CVR:</b> 32 50 31 28
<b>Festivalens/eventets navn:</b> Copenhagen Photo Festival 2025-27

<b>Projektperiode:</b> 01.01.2025-31.12.2027
--

Indtægter	2025	2026	2027	Budget 2024 (pr. 20.12.23)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilget (2025)
Tilskud fra Københavns Kommune	900.000	900.000	900.000	600.000	ansøges
Øvrige tilskud, specificeret (herunder øvrige tilskud fra Københavns Kommune, fra fonde, sponsorer mm.)					
Det Obelske Familiefond	400.000	400.000	400.000	400.000	ansøges
Aage og Johanne Louis-Hansens Fond	250.000	250.000	250.000	200.000	ansøges
Augustinus Fonden	300.000	300.000	300.000	300.000	ansøges
Creative Europe: støtte til samarbejdet Futures	68.000	68.000	68.000	70.000	bevilget
Knud Højgaards Fond/mindre fondsmidler	120.000	120.000	120.000		ansøges
Statens Kunstfond	100.000	100.000	100.000	74.000	ansøges
Nordisk Kulturkontakt	80.000	80.000	80.000	80.000	ansøges
Nordisk Kulturfond	90.000	90.000	90.000	50.000	ansøges
Ambassadestøtte, afhængigt af involverede lande	30.000	30.000	30.000	36.000	ansøges

Nordea-fonden Liv i det lokale og Ole Kirk's Fond				50.000	
<b>Fondsmidler og kommunale og statslige tilskud i alt</b>	<b>2.338.000</b>	<b>2.338.000</b>	<b>2.338.000</b>	<b>1.860.000</b>	
Honorarer for rådgivning, portfolio reviews mm	15.000	25.000	30.000	48.480	forventes
Billetindtægter salg	210.000	293.000	488.400	124.000	forventes
Øvrige indtægter, specificeret					
Open call-ansøgningsindtægter til soloudstilling og Futuresprogram	134.000	143.000	152.000	136.000	forventes
Deltagelsesbidrag, festivalpartnere	114.000	136.000	158.600	105.800	forventes
Lejeindtægter, aktiviteter i FRAME og i Vækst-hub	65.000	80.000	100.000	60.000	forventes
Lejeindtægter, fællesscenen og skoler (ændres efter 2024)				45.000	
Partnerskaber	200.000	250.000	350.000		forventes
Øvrigt salg (primært merchandise – inkluderer barsalg i 2024)	12.000	15.000	20.000	32.000	forventes
<b>Egenindtægter i alt</b>	<b>750.000</b>	<b>942.000</b>	<b>1.299.000</b>	<b>551.280</b>	
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>3.088.000</b>	<b>3.280.000</b>	<b>3.637.000</b>	<b>2.411.280</b>	forventes

<b>Udgifter</b>	2025	2026	2027	2024 (pr. 20.12.23)
Løn og honorarer (A- og B-indkomst + udl. honorarer)	1.500.000	1.550.000	1.600.000	1.360.000
Konsulentudgifter/fremmed arbejde	80.000	85.000	90.000	15.000
Materialeudgifter	330.000	350.000	370.000	250.000
Transportudgifter for gæster/samarbejder	40.000	56.000	80.000	30.000
Opholdsudgifter (hotel mv)	100.000	110.000	120.000	90.000
Fortæring, herunder forplejning af frivillige, kunstnere mv.	90.000	100.000	110.000	50.000
Diverse repræsentation	2.000	4.000	5.000	1.000
PR og markedsføring (herunder aktiveringstiltag i byrummet)	400.000	450.000	550.000	275.000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	50.000	52.000	54.000	48.000
Revision	29.000	30.000	31.000	25.000
Forsikringer	52.000	54.000	56.000	50.000
Husleje, sekretariat i Villa Kultur	97.500	98.500	99.500	96.300
Husleje, festivalcentrum og Beddingen	267.500	288.500	417.500	73.700
Uforudsete udgifter	50.000	52.000	54.000	47.280
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>3.088.000</b>	<b>3.280.000</b>	<b>3.637.000</b>	<b>2.411.280</b>
<b>RESULTAT</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Kommentarer/forbehold:** Huslejudgiften til festivalcentrummet er udregnet efter en treårsudvikling, hvor CPF gradvis udvider brugen af Gamle Scene.

# Ansøgning om 3-årigt tilskud til Meeting of Styles Copenhagen i perioden 2025-2027.

Kære Københavns Kommune

Tak for jeres støtte til hovedstadens kulturliv med jeres festival pulje. Teamet bag Københavns street art festival Meeting of Styles Copenhagen, er glade for muligheden for at komme i betragtning til næste runde af finansiering.

## Meeting of Styles Copenhagen giver København kant

### Klip til Indre by...

Du går ned af Vesterbrogade på en Københavnsk sommerdag. Byen summer af mennesker, og folk står i kø for at opleve Fredagsrock i Tivoli. En gruppe af engelske turister kommer gående forbi dig i højt humør.

Du hører musik, og drejer hovedet mod Axeltorv hvor du fornemmer noget anderledes i byrummet. Her opdager du at der er sat vægge op, og der står kunstnere på stiger med farvestrålende maling. Som mange andre slår du vejen forbi, og du slår dig ned på en af pladsens caféer mens du forsøger at forstå hvad der foregår på pladsen. Du beder om en latte, og spørger samtidig tjeneren til det anderledes liv på pladsen.

*“Det er Meeting of Styles, de er her hvert år i slutningen af Juli måned” er svaret...  
“Pladsen er altid fuld af kunstnere fra alle mulige lande”*

Du nyder din kaffe; og får lyst til at blive hængende lidt længere så du bestiller også en jordbarkage med sæsonens nyplukkede bær. Efter en times beundren går turen gennem københavn videre. Men måske der lige er tid til at komme forbi i morgen igen med kameraet... Så kan du også lige se hvor langt de er nået siden i går.

Historierne fra vores gæster er mange. Uanset hvad man tænker om festivalen, har Meeting of Styles været et unikt bidrag til Københavns gader i 10 år. Siden vores første udgave i 2015 har vi årligt inviteret en lang række af verdens street art og graffiti kunstnere til en weekend med fuld kreativ frihed.

## **En verdensomspændende festival med dybe rødder**

Tankerne bag den verdensomspændende festival blev grundlagt i Wiesbaden i Tyskland i 1997. I årene efter fik den navnet Meeting of Styles, og spredte sig til hele verden som en steppebrand. Filosofien var enkel: Sørg for nogle gode rammer, og inviter lokale og internationale kunstnere til en hyggelig "jam" weekend, hvor den kreative frihed og kulturmøderne er i første række.

Siden er festivalen blevet verdens største uden sammenligning. Med mere end 30.000 værker lavet på festivalerne kan ingen måle sig med det globale fænomen, som Meeting of Styles er. Kunstnere verden over drømmer om at deltage, og festivalen rummer både internationale superstjerner og kulturens kreative vækstlag. Festivalen er det faste holdepunkt for mange "street art nomader" der rejser fra land til land og bor på sofaer undervejs. Her tager de på en kreativ nomade-rejse for at møde andre kulturer og kunstnere, som bliver en del af deres fremtidige personlige og professionelle netværk.

På særligt ét punkt skiller vi os ud fra andre festivaler. Vi er 100% frivilligdreven som festival, og har en lang tradition for at være "purister". Street arts ånd og kulturelle hensyn kommer altid før kommercielle og personlige interesser.

Netop dét ved kulturen efter 25 år med dette urokkelige grundprincip. Det ved kulturen, og det kvitterer de for med deres tid. Alle kunstnere betaler selv for deres billetter.

## **Overraskende street art oplevelser i København**

Vores særlige historier leder tilbage til Københavns summende gader. For hvad for en slags by er København? Når vi tænker på byen, ser vi interessante dynamikker i hver bydel, som kan noget særligt. Hvert område kan noget særligt, men alle byrum har hvert sit eget street art udtryk.

Fælles for alle er at street art kan ændre byrummet i en periode. Som vores ven af huset, arkitekt Jens Alexander Jensen, siger:

"I gør Street Art til noget man kan møde som tilfældig forbipasserende lokale eller turist i København. Ikke et overfladisk og flygtig, men et autentisk street art med både kant, historie og noget på hjertet"

Det vi håber der er tydeligt, er det kompromisløse fokus på at skabe et unikt rum hvor street artister kan eksperimentere og udvikle sig med ligesindede. Et rum hvor det tværkulturelle

dyrkes, hvor superstars og unge malere side om side og hvor kundeforventningerne pakkes væk for en weekend.

Vi gør ikke noget specielt for at promovere ligestilling og mangfoldighed i vores koncepter. I stedet er det for længst normaliseret: I street art communityet mødes alle på lige vilkår - Meeting of Styles består i sit DNA af malere fra all-walks-of-life og alle steder i verden. Vi har især været heldige at skabe rammen for både queer kunstnere og stærke feminister der har nydt at være i et offentligt rum, hvor der er plads til de dybere fortællinger uden at skulle censureres. Det er sjældent muligt uden for Europa, og det synes vi godt København kan være stolt af.

## **Et årti med nye tanker fra Københavns Street art festival**

Gennem et helt årti har vi eksperimenteret med form og formidling. Sideløbende med at vi har bygget en særlig opskrift for et godt kerne-event, har vi hvert år prøvet nye ting af.

**2015 - Meeting of Styles Copenhagen grundlægges i Pumpehusets byhave**

**2016 - Meeting of Styles som delt event mellem Indre by og Stengade på Nørrebro**

**2017 - Meeting of Styles indtager Axeltorv**

**2018 - Meeting of Styles kobler street art organisatorer til førende street art forskere**

I 2018 inviterede vi en række forskere til at holde en masterclass om street artens rolle i byplanlægningen. Her faciliterede Meeting of Styles og rammerne i Vesterbro/indre by en vigtig dialog hvor førende forskere og praktikere mødtes:

- Cynthia Nikitin (Senior VP i Project for Public Spaces)
- Pedro Lopes (Forsker i Street artens betydning for byplanlæggere ved Lisbons Universitet)
- Amelia Green (Forsker i Street art som City branding ved Griffith University)

Samarbejdet med det internationale forskningsmiljø, ledte til en forskningsartikel i den peer-reviewede Arts and the Markets journal. Her udviklede Amalia Green (Griffith university, Gold Coast, Australia) og en af vores hovedorganisatorer, Steffen Gray (Street Studies) et koncept for at undersøge en audience-centreret tilgang til street art oplevelser som dem vi skaber i københavns gader. Titlen blev [Unfurling the cultural value of Street art experiences](#) og kan bruges af forskere verden over.

## **2019 - Meeting of styles eksperimenterer med nye væg designs for begge pladser ud mod Palads og Tivoli**

### **2020 - Meeting of styles går digitalt**

Da verden måtte holde afstand til hinanden, blev det umuligt at samle vores globale community på en forsvarlig måde. Da vi overvejede at aflyse festivalen, tog det lokale street art miljø initiativ til at mødes på en forsvarlig måde og uden publikum. Vi greb muligheden og sendte en live stream fra vores mindre centrale street art væg. Kunstnere som havde søgt og fået tilbud om at komme til Danmark, blev hjemme og malede i deres lokalområder, hvorfra de sendte os videomateriale til vores digitale Meeting of Styles Copenhagen.

### **2021 - Meeting of Styles kuraterer et 70 personers værk på Christianias hegn i anledning af deres 50 års fødselsdag**

Som det eneste event hvor vi har påvirket farvevalget, lavede vi et stort fælles tematiseret værk. Hele Christiania hegnet mod byen blev lavet til ét stort fælles værk, der bygger på inspiration fra det lokale historiearkiv.

### **2022 - Meeting of Styles indtager København og laver placemaking mellem væggene**

Her fik vi inviteret Tv2 Lorry, der sendte fra pladsen under weekendens nyhedsudsendelser.

### **2023 - Meeting of Styles bygger bro til vækstlaget**

Mange af byens street art oaser er ved at gå tabt. Byens naturlige udvikling har flere gange kostet os unikke steder, og en af de største var Sydhavnsvæggen, der var en af Europas største fristeder for street art, graffiti og en lang række relaterede kreative udtryk. Vi rykkede til Bolsjefabrikken, for at sætte nyt fokus på de uformelle områder, der skaber fantastiske rammer for byens kreative vækstlag. Her arbejdede vi side om side med lokale aktører, der gav enormt mange synergier.

## **Fremtidsplaner**

### **2024 - Meeting of Styles fylder rundt**

I år har vi vores 10 års jubilæum hvor vi indtager Axeltorv og byder på tilbageblik fra det første årti.

### **2025-2027 - Fremtidens street art samarbejder i København**

Vil vi samle vores opskrifter på et godt event, samtidig med at vi skruer op for det eksperimenterende. Vi tænker ikke at eventet skal være større, men vi vil gerne se på om vi kan skabe værdi flere steder i København og om vi kan støtte op omkring andre Københavnske aktører.



## **Fokus: Hvordan får flere gavn af street art oplevelser i København?**

I vores ansøgning vil vi gerne bygge videre på koblingen mellem Københavns bymidte på Axeltorv, og de kreative vækstlag udenfor byen.

Forskningsartiklen, der blev startet under Meeting of Styles Copenhagen 2018, og som blev udgivet i Arts and the Market i 2020, kalder på nye måder at undersøge den kulturelle værdi af street art oplevelser. Green (2020) skriver :

*Understanding the nuanced, and perhaps largely unintentional, ways that street art (of diverse kinds) benefits individuals and society could strengthen arguments regarding avenues such as festivals, “open walls” and other legal canvasses in the street.*

*At local policy levels though, approaches to street art vary considerably, especially as place management and tourism departments increasingly re-define street art as a signifier of creative atmosphere and cultural vitality (Molnar, 2017; Ross et al., 2017).*

*For example, the Lisbon City Council recently adopted a policy that sought to control and remove street art and graffiti in some central neighbourhoods, while simultaneously encouraging these artistic practices in other areas of the city through initiatives such as a designated open-air urban art gallery (Costa and Lopes, 2015). Indeed, councils and other authorities face considerable challenges in negotiating the preferences of stakeholders (e.g. building owners, residents, artists) with diverse perspectives on public space (Costa and Lopes, 2015).*

*However, sound knowledge of how street art can benefit everyday citizens is perhaps even more valuable given the challenges and overall complexity involved in the multi-level, multi-stakeholder policymaking processes and legal systems shaping how this art form manifests in particular locations.*

Green opfordrer til at eksperimentere med forskellige formater af street art oplevelser for at forstå de mange små måder at street art bidrage til storbyens kulturelle værdi for borgere og besøgende.

Den svenske street art forsker Bengtson (2014, 2016, p. 11) har blandt andet fanget essensen af Meeting of Styles forsøger at ramme i mødet med borgeren i Københavns gader:

*[. . .] unexpectedly encountering an art work perceived as unsanctioned, ephemeral and open – as something that should not really be there and might soon disappear – may serve as an interruption that can pull the viewer out of their routine and increase their awareness of their environs.*

# Nye formater for Street art festival i København

Konkret vil produktet at puljens støtte være trefold. Vi vil gerne fortsætte festivalens DNA, men bruge årene 2025-2027 på at modne flere formater:

1. Videreførelsen af Meeting of Styles Copenhagen med besøg fra 40+ international street art kunstnere hver sommer
2. Et format for de kreative vækstmiljøer, f.eks Bolsjefabrikken
3. Et format for deltagelse i øvrige kulturelle aktiviteter i København med Københavns Kommune eller øvrige kulturskabere.
4. Et eksperiment hvert år i alle tre år; der gavner den kulturelle værdi af street art i københavn

## Overvejelser omkring festivalens matchen med puljen

### Kvalitet og originalitet

Vi fortsætter med at invitere interessante kunstnere til København, der hvert år skaber et nyt bidrag til Københavns byrum. Teamet har tradition for at invitere et bredt udvalg af kunstnere, kulturer og kunstneriske stilarter indenfor genren.

### Relevans for København

Vores hovedfokus siden 2015 har været at skabe de helt rigtige rammer for kunstnerne, og lave det rigtige byrumsdesign omkring det kreative rum. Når kulturel ægthed, internationale historier og gode rumlige designs mødes, oplever vi at borgere og besøgende naturligt fascineres og inspireres. Vi har i høj grad appelleret til indre by, men håber i højere grad at kunne understøtte de formelle og uformelle vækstmiljøer i København med festivalen i fremtiden.

### Samarbejde med andre aktører/institutioner

Samarbejde med f.eks. DripsCph omkring medværtskab af begivenheden for at styrke subkulturen i København. Partnerskab med Nordic Break League omkring gensidig deltagelse og opbakning. Dialog med Copenhagen Street Days teamet omkring deltagelse i at skabe et autentisk miljø omkring Københavns gadekulturs-events.

Vi vil fortsætte med at få stor støtte fra vores kunstnere, som dækker sine egne udgifter og som ikke tager honorar for deltagelsen. Meeting of Styles global team giver en enorm hjælp som formidler af ansøgere og open calls til København.

Samarbejder med områder med kulturelt vækstlag; eksempelvis området omkring

bolsjefabrikken som destination for at vise opbakning til Københavns eget kulturelle vækstlag. Her vil vi gerne bygge synergier gennem samproduktion med lokale aktører.

### **Ekspementerende indhold, form eller formidling - Udvikling og fornyelse**

I afsnittet omkring nye tanker, foldes Meeting of Styles Copenhagens eksperimenter ud. Især faglig og publikumsmæssig udvikling - Økonomisk udvikling

### **Mangfoldighed**

Den offentlige natur af eventet skaber stor og bred eksponering af aktiviteterne i indre by. Hvis vi skal nå ud til nye målgrupper, vil vi gerne gøre en større indsats for at møde de uformelle kulturelle vækstlag i København.

### **Tidsmæssig og geografisk spredning**

Med flere ressourcer, kan vi sørge for at København får større glæde af de værker der skabes i forbindelse med festivalen. Her kan festivalens impact udvides, og den flygtige kunst kan opleves af flere københavnere.

Værkerne kan også indgå i byrum, hvor der er særlige byrums-indsatser. Der afsættes ressourcer til at udvikle et format i dialog med Københavns Kommunes Mega events team.

### **Bæredygtighed**

Vi har gennem vores forskellige editions arbejdet med at få en mere bæredygtig profil.

Når det er økonomisk muligt, indkøber vi svanemærket akrylmaling, og opfordrer malere til at bruge mere akryl end spray. Spraydåser afskaffes forsvarligt efter aktuelle anbefalinger. Maden er hovedsageligt vegansk gennem hele festivalen. Vi har afskaffet plakater og byggematerialer genbrugt år for år.

Desuden prioriterer vi:

- Økologiske drikkevarer og regionale/lokale bryggerier
- B-corp leverandører af tallerkener, bestik, the mv
- Så bæredygtigt t-shirts og prints som muligt

### **Ligestilling**

Organisatorteamet består af en meget sammensat gruppe, med stor diversitet. Gruppen har stor indflydelse på centrale dele af eventet, som f.eks:

- Hvem der inviteres til årets kunstner-lineup (alle har fem stemmer, og kunstnere med to stemmer prioriteres altid)
- Koordinatorer for enkelte områder sammensætter årets plan ud fra gruppens ideer.

## Budget for festivalens aktiviteter i 2025-2027

Efter festivalens tiende år er et interessant milepæl snart nået, giver 2025 anledning til at undersøge nye muligheder for at bruge vores momentum som løftestang for at geare flere at Københavns kreative miljøer.

**Tilskudsmodtagers navn:** Street Studies Cph (CVR 36153725)

**Festivalens/eventets navn:** Meeting of Styles Copenhagen

**Projektets titel:** Meeting of Styles og nye street art oplevelser

**Projektperiode:** 1 Januar 2025 - 1 December 2027

Indtægter	Budget	Status
Tilskud fra Københavns Kommune	420.000	Ansøgt
Øvrige tilskud, specificeret	0	-
Medfinansiering i form af frivillighed 1200 timer årligt i tre år á 100 kr/frivilligtime	0	Allokeret
Honorarer	0	-
Billetindtægter	0	-
Overskud fra organisationens øvrige projekter	20.000	Allokeret
<b>INDTÆGTER I ALT</b>	<b>440.000</b>	

Udgifter	Budget
Materialeudgifter	57.000

<p><b>Fornyelse af byggematerialer (15.000)</b> Selvom teamet gemmer materialer nok til ca. 0,3 km street art væg, er der løbende brug for at genopfriske trætte materialer så vores konstruktioner er forsvarlige.</p> <p><b>Maling (42.000)</b> Indkøb af grundermaling og akryl</p>	
<p>Transportudgifter</p> <p><b>Logistik (60.000)</b> Transport af materialer til 0,3 km væg og muligheden for at stille værker til rådighed til et årligt KK initiativ som f.eks. Copenhagen Street Days.</p> <p><b>Opmagasiner af byggematerialer (45.000)</b> Reducering af CO2 udledning ved at opbevare byggematerialerne tættere på København</p>	105.000
<p>Fortæring, herunder møder</p> <p><b>Eventforplejning (69.000)</b> Mad og drikkevarer til teamets 100 frivillige og kunstnere i en weekend.</p>	69.000
<p>PR og markedsføring</p> <p><b>Årets t shirt (66.000)</b> Årets custom tegnede T-shirts som visuel kommunikation, lavet i så skånsomme materialer og processer som muligt. 100 stk</p> <p><b>Fornyelse af lydudstyr (17.000)</b> Til samarbejde med DJ's, breakdancers og andre aktører</p>	83.000
<p>Kontorhold (telefon, porto mv.) og Revisionshonorar</p> <p><b>Administration (46.000)</b> Udgifter til hjemmeside, bogholderi mv.</p>	46.000
<p>Øvrige udgifter, specificeret</p> <p><b>Årets uslebne diamant (80.000)</b> Årets eksperimenterende projekt, der skal hæve niveauet og nytteværdien af festivalen. Dette kan være udgifter til workshops</p>	80.000

eller udvikling af læringsindhold eller lignende som stilles frit til rådighed for andre kulturskabere i Københavns kommune.	
<b>Buffer</b> Udforudsete udgifter og småposter	20.000
<b>UDGIFTER I ALT</b>	<b>440.000</b>

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

**Kommentarer/forbehold:**

Meeting of Styles Copenhagen har ikke tidligere modtaget støtte fra Københavns kommune.

Teamet stiller medfinansiering i form af omkring 1200 frivilligtimer årligt. Overskud fra organisations øvrige projekter har typisk dækket udgifter til afholdelsen af eventet, men vi er i gang med at redefinere vores organisationsplan, og derfor beder vi om støtte fra Københavns Kommune til at kunne videreudvikling vores eksisterende Meeting of Styles Copenhagen format.

Vi tager forbehold for:

- Myndighedernes sundhedsanbefalinger, hvor budgettet justeres til digitale eller udskudte formater i dialog med KK.

Tak for at vurdere vores ansøgning. Hvis I kan støtte vores indsats om at eksperimentere med street art formater, der kan gavne København, glæder vi os til at gå i dialog om den bedst mulige impact.

**Toke Kjer**  
Festival Ansvarlig  
Meeting of Styles Copenhagen

**Steffen Gray**  
Organisationsansvarlig  
Street Studies