

**Kultur- og Fritidsudvalget
Københavns Rådhus
1559 København V**

De fem kunsthaller Kunsthall CHARLOTTENBORG, DEN FRIE Udstillingsbygning, Kunstforeningen GL STRAND, Kunsthallen NIKOLAJ og OVERGADEN Institut for Samtidskunst, der i fællesskab arrangerer Festival for Samtidskunst 2012, ansøger hermed Kultur- og Fritidsudvalget om 3 millioner kr. i støtte til gennemførelsen af festivalen.

De fem kunsthaller er efter en konkurrence blevet udpeget af Statens Kunstråd som arrangører af festivalen, der skal finde sted i efteråret 2012.

Formål og mål med festivalen

Formålet med Festivalen er at gøre samtidskunsten tilgængelig for et langt større publikum end det, der normalt besøger udstillinger af samtidskunst. Festivalen skal præsentere en bred vifte af samtidskunst, der belyser, debatterer og gentænker fællesskabets potentiale i det 21. århundrede. Dette tema afspejler sig foruden i selve festivalens organisation også i en målsætning om at inddrage og engagere et stort publikum. Dette skal især muliggøres ved at lægge stor vægt på integration af samtidskunsten i byens rum, samt ved målrettet information og markedsføring over for brede grupper.

Organisation

Sammen vil de fem københavnske kunsthaller iværksætte et ambitiøst og dynamisk samarbejde, der realiseres på flere planer – organisatorisk, kunstfagligt, formidlings- og PR-mæssigt. Det er vigtigt at holde de hermed forbundne administrationsudgifter nede, hvorfor hver institution bidrager med ekspertise og medarbejdere til det fælles projekt. Det vil dog være nødvendigt at oprette et festivalsekretariat med en festivalleder, der i dialog med kunsthallerne skal lede et team af koordinatore inden for administration, fundraising, kunst i byrummet, formidling samt PR og markedsføring. Der nedsættes desuden en bestyrelse bestående af personer med kompetencer fra erhvervsliv, politik og kulturliv, herunder festivalafholdelse. Endelig opererer festivalen med et internationalt rådgivende panel, der skal sikre det højest mulige kunstfaglige niveau og en international positionering af den københavnske festival.

Festivalpartnere

Seks kulturinstitutioner i København inden for musik, film, arkitektur og teater, bliver hovedsamarbejdspartnere på festivalen. Det drejer sig om Dansk Arkitektur Center (DAC), Loppen og Vega, Det Kgl. Danske Kunstakademi, Republique og Filmhuset, der alle er placeret i geografisk nærhed af kunsthallerne. Sammen med de fem kunsthaller vil partnerne udvikle tværgående projekter til festivalen, der også skal sørge for, at festivalen når ud til et bredt kulturforbrugende publikum. Udover de fem nævnte hovedsamarbejdspartnere vil yderligere aktører blive inviteret ind frem mod 2012, såsom kommercielle gallerier, Statens Værksteder for Kunst og Håndværk, lokaludvalgene, transportselskaber mv.

Program

Festivalen præsenterer en lang række kunstnere fra hele verden, som skaber værker, der fokuserer på festivalens nøglebegreber fællesskaber og samarbejde. De fem kunsthaller byder hver især på en markant udstilling, der behandler dimensioner af festivalens overordnede tematik. Med omkring 4000 m² udstillingsareal i alt vil der være tale om en af de største manifestationer af samtidskunst i Danmark. En bred vifte af kunstformer, kunstneriske praksisser og nationaliteter vil være repræsenteret. Desuden vil byens borgere og besøgende kunne opleve en lang række

udstillinger, koncerter, performances og arrangementer hos festivalens forskellige større og mindre partnere.

Som et væsentligt led i bestræbelserne på at synliggøre festivalen vil et antal kunstværker blive placeret på markante steder i det københavnske byrum. En del af disse værker vil være skabt direkte til et specifikt sted og skal sigte mod at engagere byens brugere.

De fem kunsthallers mangeårige erfaringer med formidling af samtidskunst til forskellige målgrupper vil komme festivallens publikum til gavn gennem en vifte af målrettede tilbud, herunder aldersdifferentierede undervisningstilbud for børn og unge.

Geografisk fokus og målgrupper

Kunsthallerne peger med deres placering på byens centrum som et særligt aktionsrum, hvor hovedparten af byens indbyggere har ærinder, ligesom det er her, tilrejsende søger hen. Byen er det store mødested, centret for det urbane fællesskab, hvor man fornemmer byens kontinuitet, historie og aktualitet, bliver en del af menneskemængden og indgår i udvekslinger af kultur og varer. Festivalen vil derfor naturligt også fokusere på de mange forskelligartede fællesskaber, både traditionelle og helt nye, som en by danner ramme om.

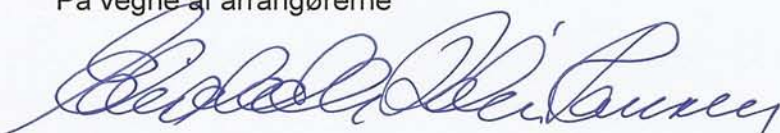
Festivalen opererer med et langt større publikum end dem, der allerede kender til samtidskunst og frekventerer kunsthallernes udstillinger. Vi opererer med følgende primære målgrupper:

kunstbrugerne (som normalt besøger kunsthallerne), *de kulturelle eventbrugere* (som tiltrækkes af særlige kulturelle begivenheder, herunder en festival), *bybrugerne* (mennesker som dagligt færdes i byen og som vil opdage festivalens særlige indgreb i dennes normale flow) samt *internationale besøgende* (herunder både turister og mennesker, der rejser til København alene på grund af festivalen). Der er udarbejdet en markedsføringsplan, der tager sigte på de forskellige målgrupper.

Der er tale om en festival, der i hidtil uset grad vil aktivere byens rum med samtidskunst, og som har potentiale til både at engagere brede grupper af københavnere og understrege Københavns placering på den internationale kunstscene. Men der er også tale om et stort og krævende projekt, som vi kun har mulighed for at gennemføre med hjælp udefra. Med Kunstrådets udpegning fulgte 6.7 million, men det rækker langt fra til et så ambitiøst projekt, og det er derfor vores håb, at Kultur- og Fritidsudvalget vil støtte projektet med de ansøgte midler.

Kunsthall CHARLOTTENBORG, direktør Mark Sladen
DEN FRIE Udstillingsbygning, leder Kirse Junge-Stevnsborg
Kunstforeningen GL STRAND, direktør Helle Behrndt
Kunsthallen NIKOLAJ, leder Elisabeth Delin Hansen
OVERGADEN Institut for Samtidskunst, leder Henriette Bretton-Meyer

På vegne af arrangørerne



Elisabeth Delin Hansen

Vedlagt: Budget, Tidsplan. Organisationsdiagram

BUDGET FOR FESTIVAL FOR SAMTIDSKUNST 2012

2011-2012	Udgifter	Egenfinansiering
Festivalsekretariat		
Festivalleder	950.000	
Administration og controlling	406.000	
Koordinator af fundraising og sponsorater	406.000	
Koordinator af events og kunst i byrummet	500.000	
Koordinator af formidling og undervisning	200.000	
Koordinator af publikationer	200.000	
Koordinator af PR og markedsføring	300.000	
Festivalkontor på en af de fem kunsthaller		150.000
IT leasing og kontorartikler	300.000	
Studertermedarbejdere, løn	200.000	
Research	150.000	
Evaluering	100.000	
Total	3.712.000	
Bestyrelser		
Kunstnerisk rådgivende panel, rejser	50.000	
Kunstnerisk rådgivende panel, honorarer	50.000	
Bestyrelsesformand, honorar	50.000	
Repræsentation	60.000	
Total	210.000	
Events og kunst i byrummet		
Kuratorer, formidlere, PR-ansatte i kunsthallerne		300.000
Events og kunst i byrummet	5.000.000	
Studertermedarbejdere, løn	200.000	
Vedligeholdelse	200.000	
Total	5.400.000	
Undervisning		
Undervisningspersonale i kunsthallerne		300.000
Undervisningsmateriale	200.000	
Foredrag, workshops	250.000	
Total	450.000	
PR og kommunikation		
PR- og kommunikationsmedarbejdere i kunsthallerne		300.000
Website inkl programmering og design	150.000	
Produktion af sponsormateriale	100.000	
PR strategi og materiale	120.000	
TV	50.000	
Katalog	250.000	
Plakater, shortguides og øvrige publikationer	260.000	
Layout	100.000	
Åbning og lancering	200.000	
Markedsføring	750.000	
Total	1.980.000	

Udstillinger

Udstillinger i de fem kunsthaller (hver 500.000)	2.500.000	
Udgifter og personale i de fem kunsthaller		2.500.000
Festivalpartnerskaber	500.000	
Total	3.000.000	

Uforudsete udgifter

Uforudsete udgifter	650.000	
Total	650.000	

FESTIVAL BUDGET I ALT

Festival budget	15.402.000	
Kunsthallernes udgifter		3.550.000
FESTIVAL BUDGET I ALT	18.952.000	

FINANCIERINGSPLAN

Statens Kunstråd	6.700.000	
Andre midler fra Statens Kunstråd	1.200.000	
De fem kunsthallers egenfinansiering	3.550.000	
Københavns Kommune	3.000.000	
Andre tilskud (sponsorer, fonde)	4.100.000	
Salg af plakater, publikationer mv	402.000	
FINANCIERINGSPLAN I ALT	18.952.000	

NOTER

Aflønning af eksterne medarbejdere beregnes som A-indkomst inklusive ATP, feriepenge, barselsbidrag mv.

Udgifter til leje, varme, el, sikkerhed mv afholdes af arrangørerne

Alle projekter i byrummet er med gratis adgang

TIDSPLAN

2010-2012

Oktober – december 2010

Nedsættelse af bestyrelse og udpegning af formand
Nedsættelse af kunstnerisk rådgivende panel
Udbud af markedsføringsplan
Udarbejdelse af materiale til partnerrekruttering
Kommunikation med festivalpartnere
Foreløbig liste over deltagende kunstnere udarbejdes
Første gruppe af kunstnere inviteres
Fundraising påbegyndes
PR påbegyndes
Formidlingsinitiativer påbegyndes
Festivalleder-stilling beskrives og opslås

Januar – juni 2011

Festivalleder ansættes
Seks koordinatorstillinger i festivalsekretariatet beskrives og opslås
Endelig liste over deltagende kunstnere udarbejdes
Sidste gruppe af kunstnere inviteres
Endelig PR-strategi udarbejdes og iværksættes
Forberedelse af kunstværker i byrummet

Juli – december 2011

Seks koordinatorstillinger besættes
Fundraising
PR
Forberedelse af udstillinger
Forberedelse af katalog
Formidlingsprogram udarbejdes

Januar – august 2012

Koordination af udstillinger og projekter i byrummet
Koordination af katalog og formidlingsmaterialer
Koordination af PR
Finjustering af formidling
Undervisningstilbud annonceres
Finjustering af undervisningstilbud
Fundraising
Eventpakker

September – november 2012

Festival afvikles
PR
Formidlingsprogram udføres
Undervisningsforløb afvikles
Festivaldokumentation

December 2012

Regnskab
Evaluering

ORGANISATION

FESTIVAL FOR SAMTIDSKUNST 2012

