



Ansøgning til Københavns Kommune BørneHØSTIBAL 2025

"I efteråret 2024 besøgte jeg for første gang Fælledparken med et efterårsevent, og hold nu op en oplevelse, der absolut skal gentages. Jeg har aldrig oplevet så mange fantastiske tilkendegivelser. Det var meget overvældende, så overvældende at jeg har bestemt mig for i 2025 at lave BørneHØSTIBAL, hvis kommunen igen kan se interesse i at supporte denne begivenhed. Jeg håber derfor meget, at Københavns Kommune vil kigge med positive øjne. Jeg kan i alt fald love MEGA mange smil fra de mange hundrede børn, der kommer og fester med os." – Kalle B, stifter af BørneHØSTIBAL

Projektbeskrivelse

BørneHØSTIBAL er mere end bare en festival – det er en oplevelse for hele familien, der skaber minder, som varer hele livet. I 2025 ser vi frem til at gentage succesen fra 2024 og fejre høsten i Fælledparken med et unikt event, hvor børn og voksne sammen kan nyde en dag fyldt med musik, leg, kreativitet og fællesskab. Festivalen er målrettet børn i alderen 2-10 år og deres familier, og byder på et væld af aktiviteter – fra kreative værksteder til fysiske udfordringer og live-optrædener af nogle af børnenes yndlingsfigurer. Vi sammensætter altid et program, der har noget for både de mindste og de lidt større børn, så hele familien kan være med til at fejre efteråret på en sjov, inkluderende og engagerende måde.

BørneHØSTIBAL har som formål at give børn og familier en pause fra hverdagen og invitere dem ind i et rum fyldt med kreativitet og oplevelser, hvor leg og musik skaber fællesskab. Vi ønsker også skabe en bevidsthed om naturens skift og høstens betydning, selv for børn der vokser op i storbyen. Derfor inkorporerer vi landlige elementer som halmballer og tørrede blomster, så børnene kan få en forståelse for årstidernes gang midt i København.



Aktiviteter og samarbejder

I BørneHØSTIBAL 2025 vil vi gentage de mange populære elementer fra sidste års event, men også udvide med endnu flere kreative og fysiske aktiviteter. Festivalen byder blandt andet på:

- Kreative værksteder: Hvor børnene eksempelvis kan lave kunst med tørrede blomster, ansigtsmaling, kartoffeltryk og perleplader
- Fysiske lege: Som hoppeborge, aktivitetsbaner og fodboldart

- Underholdning på scenen: Vi havde sidste år besøg af f.eks. Gurli Gris, Ramasjang Mysteriet, Motor Mille, Mek Pek, Pierre og Papan, Beatjump Dance Studio og DJ Kalle B, og vi sørger for at programmet næste år vil være lige så stærkt, så børnene bliver underholdt dagen lang
- Natur- og kulturformidling: Derudover vil der være initiativer som halmballer, risposekast, og andre aktiviteter, der giver børnene en fornemmelse af traditionel landlig høstfest-hygge midt i byen.

Vi har dertil etableret stærke relationer med en række nøje udvalgte kommercielle partnere såsom Normal og Sydbank, der tidligere har bidraget med kreative aktiviteter og besøg af elskede børnefigurer som Rasmus Klump.

Vi har derudover stort fokus på lokale samarbejder, og arbejder i den forbindelse på at involvere aktører fra Københavnsområdet, og vi benytter os bl.a. af lokale foodtrucks som vi inviterer ind på pladsen til at deltage, bl.a. har Sticks'n'Sushi allerede bekræftet deltagelse. Endvidere har vi før haft beredskabet med, som altid været gavmilde med maskotter, brandbiler og andre sjove aktiviteter for børnene, og vi undersøger at supplere med flere af den slags tiltag til at berige årets BørneHØSTIBAL.



Organisation og baggrund

BørneHØSTIBAL organiseres af Kalle Bremer, som har mange års erfaring med planlægning og afvikling af store kulturelle events som Stella Polaris og BørnefestiBAL. Arrangementet understøttes af et dygtigt team af frivillige og samarbejdspartnere, som alle arbejder for at skabe en uforglemmelig dag for børn og deres familier. BørneHØSTIBAL bygger videre på den store succes, vi har opnået gennem mange års afholdelse af BørnefestiBAL, som startede i 2015. I 2024 valgte vi at udvide konceptet med BørnehøstIBAL, for at skabe et rum hvor efteråret kunne fejres på børne-måner i Fælledparken. Dette blev mødt med en fantastisk respons fra både børn, forældre og vores samarbejdspartnere, hvilket har motiveret os til at gentage og videreudvikle eventet i 2025.

Tidsplan:

- September/oktober/november/december: Dialog med kommuner, ansøgninger, content på festivaldagene, opstart billetsalg, sponsor kontakter m.m.
- Januar-Marts: Tilladelser ved myndigheder, kommuner, brand, teknik, miljø m.m., derudover fondsansøgninger.
- April-Maj: Dialog med madboder, content, lave pladstegninger, opstarts dialog af frivillige, bestillinger af større ting såsom scene, hegn, køreplader, lyd/lys mm.
- Juni: Tilladelse ved politi og brand, booking af crew, rekruttere frivillige, dialog med partnere, content, mere spons.
- Juli-August: Booking af crew, rekruttere frivillige, content, PR planlægning, få sponsorater på plads med indhold mm., booking af transport.
- September: Afvikling + logistikplanlægning, fortsat dialog og content, pakning af lastbiler.

Kommunikation

Vores kommunikationsstrategi vil være målrettet og omfattende. Vi vil bruge følgende kanaler:

1. Sociale medier (Facebook og Instagram): Her vil vi nå børnefamilier, især kvinder i alderen 25-40 år, gennem opslag på egne kanaler, betalte annoncer og konkurrencer..
2. Flyers og plakater: Disse vil blive distribueret på strategiske steder i København og omegn, såsom vuggestuer, børnehaver, biblioteker og børneorienterede butikker.

3. Lokale medier: Vi vil samarbejde med lokale aviser, radio og online medier for at sikre bred omtale af festivalen

Mål for BørneHØSTIBAL 2025

1. At tiltrække mindst 3.000 besøgende
Vi stræber efter at skabe en livlig og engageret festival, hvor mindst 3.000 besøgende deltager i festivalen fordelt over de to dage. Dette antal vil sikre en rigtig festivalstemning på pladsen og vise god opbakning til festivalen.
2. At nå en bred digital rækkevidde på sociale medier
For at sikre festivalens synlighed og tiltrække både nye og tilbagevendende gæster, vil vi arbejde målrettet på at nå en bred digital rækkevidde via egne opslag på sociale medier, samt gennem samarbejdspartnere og betalt markedsføring. Vores fokus er at udbrede kendskabet til festivalen og engagere en bred, mangfoldig målgruppe både lokalt og nationalt. Som en del af dette arbejde ønsker vi at bygge videre på vores nuværende succeser, som bla. tæller en vækst på over 2.000 følgere på Facebook i 2023 og en gennemsnitlig brugerbedømmelse på 4,8 ud af 5 fra 218 anmeldelser.
3. At 75% af deltagerne deltager i de kreative aktiviteter
Et af festivalens kernelementer er de kreative og interaktive værksteder, som vi ønsker skal være en del af oplevelsen for både børn og deres familier. Vores mål er, at min. 75% af festivalens deltagere aktivt deltager i disse aktiviteter. Dette vil give dem mulighed for at udforske deres kreativitet, få nye indsigter og skabe varige minder med deres egne hænder.



Evaluering

- Direkte feedback fra besøgende:
BørneHØSTIBAL har altid været velsignet med et forældre-publikum, som er gavmilde med kommentarer og tilkendegivelser via sociale medier (Bilag). Vi vil i forbindelse med afviklingen i 2025 aktivt opfordre til endnu flere af disse interaktioner, samt indsamle og analysere bruger-materiale fra sociale medier - her særligt Facebook og Instagram, som er vores primære kanaler.
- Måling af deltagelse i kreative aktiviteter:
Vi vil, via de frivillige på pladsen, manuelt føre statistik over deltagelse i de forskellige værksteder og interaktive aktiviteter. Dette vil give os et konkret billede af, hvor stor en andel af deltagerne, der aktivt har deltaget i festivalens kreative tilbud.
- Interviews og feedback fra samarbejdspartnere og frivillige:
Vi vil efter afvikling indsamle feedback fra vores samarbejdspartnere og frivillige gennem interviews og evalueringer, som giver os indsigt i samarbejdet og afviklingen fra deres synsvinkel. Dette vil bidrage til at forbedre den organisatoriske del af festivalen.
- Analyse af billetsalg og sociale medier:
Data fra vores billetsalgspartner samt statistikker fra opslag på vores sociale medier vil blive grundigt analyseret, for at måle festivalens succes i forhold til de fastsatte mål om antal besøgende og online tilstedeværelse.

Tilskuddets betydning

Et af vores centrale fokuspunkter er, at ingen familier skal føle sig ekskluderede af økonomiske årsager. Derfor holder vi billetprisen nede på et niveau mellem 100-150 kr., så alle kan være med. For at kunne dække de

mange omkostninger der er ved en stor afvikling som BørneHØSTIBAL – logistik, sceneopbygning, kunstnerhonorarer, aktivitetsmaterialer mm. – søger vi støtte fra Københavns Kommune.

Vi ønsker at give familierne en pause fra hverdagen, et rum hvor de kan skabe minder sammen, og vi håber derfor inderligt, at Københavns Kommune vil støtte os i at skabe endnu en magisk høst-oplevelse i 2025.



Bilag: Eksempler på positive tilkendegivelser fra BørneHØSTIBAL 2024



Tak for i dag, Kalle. Erik sagde på vej hjem i cyklen; "Det har været det bedste dag i mit liv!"



Lone Pia Petersen

Stor tak for en fantastisk børnefestivalBal 😊😊😊

Kæmpe kæmpe tak for et fantastisk børnefestival 😊
En kæmpe fest for både børn og voksne ❤️ både med musik og aktiviteter.
I gør det mega godt og trygt for alle. Kæmpe respekt til alle jer frivillige.

Håber virkelig det kommer igen næste år..

Og ekstra tak for lige at give datteren mulighed for billedet med Motor Mille ❤️
største drøm er opfyldt.

Mange hilsner Mathilde og Ellienora

Yesterday 17.39

"Bedste dag nogensinde" citat af Theo på vej hjem fra, ja. Den bedste dag nogensinde 😊

10 t. Synes godt om Svar Send besked Skjul



Maja Lærke Maach

Magisk, tryk og fænomenal dag for vores børn! TUSIND tak for et fantastisk og gennemført arrangement! Vi kommer igen næste år 🤩🎵🎸🎤🎧

21 t. Elsker Svar Send besked Skjul



Kalle Bremer

Maja Lærke Maach - KÆMPE TAK Maja, så vidunderligt at høre ❤️❤️

16 t. Synes godt om Svar Send besked Skjul



Topfan

Grith Pontoppidan

Tak for denne gang



Har du det billede med Kalle og Augusta?

Hils og sig vi havde en så dejlig dag og Billie vil tilbage i morgen med flere venner fra børnehaven

En syngende og dansene Kaya, fortalte alle på sin vej hjem, at hun havde haft den bedste dag i sit liv til BørnefestiBAL. Tusind tak Kalle B, for at skabe endnu et fantastisk event, hvor børn og voksne kunne feste sammen. Vi har begge haft en fabelagtig dag og kommer helt sikkert igen. Kaya ville sove på plænen, så hun også kunne komme med i morgen 🙏❤️🎵🎶

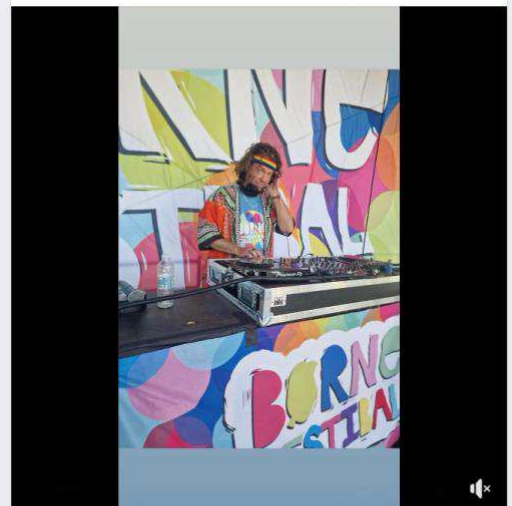
#børnehøstibal #7og8sep2024
#tagfamilieogvennermed #kayasbedstedagever
#takkalleyourock #kallekandetder
#fællesskabforbørnogvoksne #sangdansgrinhygge
#morjegosverpåplænen #visesheltsikkertigen
#børnefestival



Elsker Kommenter Kopiér Del

KÆMPE KÆMPE KÆMPE STOR TAK ❤️❤️❤️
I er de bedste gæster, og hold nu op hvor er vi glade og glæder os helt vildt til i morgen.
Husk gerne at købe billet hvis I ved I kommer - det ville være fantastisk 🤩

<http://festival.dk>



16 2

Synes godt om Kommenter Del

Nyeste



Marianne Aastrup

Kæmpe godt arrangement tak for det 🤩🎵

1 d. Elsker Svar Send message Skjul



Jesper Nielsen

Super fed dag



BUDGETSKABELON, PROJEKTTILSKUD

Det er en forudsætning for udbetaling af Københavns Kommunes projekttilskud at tilskudsmodtager udarbejder et budget, der er opstillet i overensstemmelse med denne budgetskabelon. Budgettet skal godkendes af Kultur- og Fritidsforvaltningen.

Alle felter markeret med gult skal udfyldes. Der må gerne tilføjes linjer, under såvel indtægter som udgifter. Såfremt I ikke har indtægter fra eksempelvis fonde, honorarer eller billetindtægter, skriver i 0 i feltet ud for.

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.

Det senest godkendte budget skal sidenhen anvendes som grundlag for regnskabsafklæggelse, og væsentlige afvigelser fra budgettet skal årsagsforklares (se vedlagte regnskabsmodel og -instruks).

Tekst i kursiv er vejledningstekst.

Tilskudsmodtagers navn:
CVR:
Projektets navn:

Projektperiode: <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 (hvis der er givet tilskud året før)	Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.
Ansøgt tilskud fra Kultur- og Fritidsudvalgets disponible midler	200.000	165.000	Ansøgt
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) Østerbro Fællesråd (underskudsgaranti)	55.000	57.200	Ikke med i oprindelig budget for 2023
b)			
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	300.000	333.200	
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Sponsorer	75.000	96.000	
b) Foodleverandører og salg på pladsen	50.000	32.000	
c)			
INDTÆGTER I ALT	680.000	683.400	

Udgifter <i>Posterne er eksempler, der kan ændres efter behov, men I skal oplyse til hvad I ønsker at anvende det ansøgte tilskud</i>	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)
Løn og honorarer til artister	190.000	190000
Konsulentudgifter (projektleder og Staff)	214.000	174400
Materialeudgifter (produktions direkte)	190.000	148000
Transportudgifter	0	12000
Opholdsudgifter	0	20000
Fortæring, herunder møder		
Diverse repræsentation		
PR og markedsføring	22.000	16000
Kontorhold (telefon, porto mv.)	8.000	
Revisionshonorar, lager og lign. admin	10.000	8000
Øvrige udgifter, specificeret		
a) Barindkøb	18.000	16000
b) Koda/gramex	12.000	11200
c) Udsmykning, Tshirts m.m.	0	16000
d) Pladsleje og lagerleje	0	
d) forsikring	8.000	
d) Uforudsete	5.000	20000
UDGIFTER I ALT	677.000	631600
RESULTAT	3.000	

Kommentarer/forbehold: