

Ansøgning til Københavns Kommune

23. juni 2024

Att. Kultur- og Fritidsforvaltningen

Ansøger

Komiteén for MAD Symposium (også kaldet Foreningen MAD)

Krudtløbsvej 12

1439 København K

CVR-nr.: 34542236

Ansøger er momsregistreret

Kontaktperson

Laura Hagel, Special Project Manager

Tlf.: 2084 7450

E-mail: lh@madfeed.co

Projekttitle

2025 MAD Symposium: Build to Last

Komiteén for MAD Symposium ansøger om 750.000 kr., ekskl. moms, til afholdelse af MAD Symposium, 25. og 26. maj 2025.

Projektbeskrivelse

MAD Symposium er et verdensførende madevent, der samler 600 kokke, madprofessionelle, landmænd, journalister, forskere og dagsordensættende tænkere fra og omkring madbranchen til et to-dages program om bæredygtighed i et stort cirkustelt på Refshaleøen i København. Programmet består af 20-25 verdensklasse talere fra forskellige discipliner, kunst og musik, samt mere end 30 workshops og debatter, der tilbyder perspektiver på mad og madkultur. Eventet afholdes i samarbejde med 100 frivillige fra hele Danmark.

Herudover afholder vi i 2025 også et "Ungdoms Symposium" i partnerskab med Hotel- og Restaurantskolen, som vil bringe kokke- og tjenerlever fra landets erhvervsskoler sammen til et endags-event med udvalgte talere fra programmet og workshops.

Der vil også afholdes et borgerrettet spor med et inspirationsarrangement for Københavns madinteresserede borgere, samt en åben markedsplads i samarbejde med "Grønt Marked".

Ud over selve symposiet vil alle talere blive filmet og klippet til online materiale som vil være tilgængeligt online for alle interesserede. Videomateriale [fra tidligere symposier](#) har til dato haft over 7,6 mio. visninger.

Temaet på MAD Symposium 2025 er 'Build to Last', der vil sætte fokus på bæredygtighed gennem tre temaspor:

- Social ansvarlighed i og omkring madverden
- Nye økonomisk bæredygtige forretningsmodeller for madbranchen
- Metoder, løsninger og ideer for madverdenens impact på miljø og klima

Formål

MAD Symposium 2025 har til formål at samle alle dele af madbranchen for at sætte fremtidens dagsorden omkring bæredygtighed og give deltagerne inspiration og konkrete redskaber til at handle på de presserende udfordringer, madverdenen står overfor. Symposiet har også til formål at fordre interdisciplinære fællesskaber ved at samle fagligheder fra alle dele af madens verden, fra mere end 60 lande og på tværs af alle karrieretrin. Herudover skal symposiet danne et ligeværdigt rum for debat, diskussion og læring mellem deltagerne i diverse og inkluderende rammer.



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, men i dag understøttet af et højt niveau på tværs af hele restaurantscenen. Symposiumet skal understøtte Københavns fortsatte fortælling som førende madby, styrke den københavnske madscene og præsentere den til et internationalt publikum. Det betyder:

At afholdelsen af MAD Symposium på kort sigt:

- 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:

- København vil fortsat være et samlingspunkt for globale frontløbere og dem, der sætter dagsordenen inden for gastronomisk innovation 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 fødevarersektoren.
- MAD Symposium vil fortsat bidrage til, at København brandes som verdens gastronomiske centrum.



Foto: MAD

Målgrupper, diversitet og inklusion

På MAD Symposium arbejder vi med diversitetsparametre, der sikrer diversitet og repræsentation på tværs af køn, alder, seksualitet, nationalitet samt et bredt udvalg af faggrupper med relation til madbranchen. Konkret indsender deltagere en motiveret ansøgning, som vi anvender til at sammensætte en publikumsgruppe, der tilsvarende gængse diversitetsparametre.

For at skabe mulig adgang for alle, arbejder vi også med en tredelt billetmodel, hvor deltagere betaler en bestemt billetpris alt efter karrieretrin. Symposiets 100 frivillige kommer typisk fra Danmark og primært fra København.

Symposiets målgruppe er generelt bred, men med særligt fokus på:

- Kokke
- Producenter
- Videnskabs- og universitetsfolk
- Journalister og medier
- Restauratører
- Entreprenører og iværksættere
- Vintjenere
- Jordbrugere
- Politikere og beslutningstagere

Ungdoms Symposium fokuserer på:

- Studerende fra erhvervsfaglige uddannelser

Borgerrettet spor fokuseret på:

- Madinteresserede Københavnerne
- Gastroturister

Projektets relevans for København og københavnere

Hvordan understøtter MAD Symposium Københavns Kommunes indsatsområder?

- **En international metropol og førende madby:** MAD Symposium er et udstillingsvindue, der viser den vibrerende københavnske madscene for et globalt publikum og styrker dermed Københavns gastronomiske styrkeposition og sikrer at den københavnske restaurationsbranche nyder godt af omtale og medfølgende turisme, der er med til gøre København til en fortsat attraktiv by at bo, besøge og leve i og sikre et rigt udbud af hoteller, restauranter, barer, museer, en innovativ madbranche og meget mere. På længere sigt bidrager MAD Symposium til at styrke landets og regionens position inden for både service-, turisme- og fødevarersektoren.
- **Arbejdskraft og erhvervsfremme:** Afholdelsen af MAD Symposium er med til at positionere Danmark som førende nation mht. innovation inden for mad, bæredygtighed og værtskab. Symposiet understøtter branchens evne til at tiltrække talentfulde medarbejdere og studerende og viser København som et spændende fremtidigt arbejdssted. Det er med til at understøtte fokuset på at øge udbuddet af faglært arbejdskraft, tiltrækning og fastholdelse af international arbejdskraft og samarbejde med byens uddannelsesinstitutioner om at sikre kompetencer til fremtiden. Ungdoms Symposiet er ydermere med til at præsentere hotel- og restaurationsbranchen, som en levende og attraktiv branche at arbejde i.
- **Michelin-overrækkelse i 'Greater Copenhagen' i 2025/2026:** MAD Symposium vil også være med til at understøtte og forløse Københavns og Odsherred kommunes ambitioner og strategi om at få Michelin Nordics-uddelingen til Sjælland. Vi vil med MAD Symposium understøtte og spille ind i den strategi ved at trække førende nationale og internationale madjournalister, influenter og kokke til København, som er med til at skabe global bevågenhed. Michelin Nordics-uddelinger på dansk jord, afholdelse af MAD Symposium i København og københavnere-restauranter i toppen af The World 50 Best Restaurants-listen vil

tilsammen gøre København til den største og vigtigste gastronomiske metropol både nu og mange år frem.

Hvordan har MAD Symposium været med til at forme den københavnske madscene?

Symposiet er en begivenhed, der ansporer til handling, og i kølvandet på tidligere symposier har vi set en lang række nye initiativer dukke op. Symposierne har siden starten udviklet sig til at være ikke bare en vidensplatform, men også en udklækningsanstalt for projekter med både lokal og verdensomspændende indflydelse. Et eksempel fra første MAD Symposium i 2011, at restauranter verden over blev inspireret til at finde vilde råvarer i naturen og ved det tredje MAD Symposium i 2014 at fermenteringsbølgen startede, som nu rammer køkkener og fødevarerproducenter i hele verden. Symposiet er og har tidligere været en mulighed for nye initiativtagere og startups i den københavnske madverden for at præsentere deres produkter for internationale markedsledere.

Københavns madscene er blevet præsenteret på mest imponerende vis, når deltagere ved symposiet, har delt indhold fra deres oplevelser i København i dagene før, under og efter symposiet for at nævne et par eksempler; 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. Tidligere symposier har også 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.”*

Erfaring og forankring i København

MAD Symposium har gennem de sidste 12 år været verdens mest indflydelsesrige globale madevent, og Foreningen MAD har med stor succes afholdt 6 symposier på Refshaleøen i København, der har tiltrukket verdens førende kokke og tænkere på tværs af discipliner: fra el Bulli-kok Ferran Adrià til Connie Hedegaard, tidl. EU-kommissær. Foreningen MAD har et bredt netværk i den københavnske, danske og internationale madverden, som bliver aktiveret bredt når vi afholder arrangementet.

For at skabe ambassadørskab og forankre symposiet i Københavns mad- og kulturverden har vi i løbet af foråret 2024 afholdt en række workshops hvor mere end 50 mennesker fra kunst og kultur, event- og madbranchen har deltaget. Her har vi undersøgt, hvilke temaer og succeskriterier byens aktører ønsker sig. Vi har især fokuseret på tre målgrupper; 18-25 årige fra madbranchen, etablerede restauratører og forretningssejere og prominente personer fra kunst- og kulturbranchen. Det har resulteret i navne på konkrete talere og formater, der understøtter de netværks- og vidensbehov, branchen efterspørger.

MAD Symposium årets tema; bæredygtighed på dagsordenen

Med MAD Symposium 2025 undersøger vi og kommer med svar på, hvordan madbranchen og mennesker indarbejder bæredygtighed og dermed 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 bevare en innovativ gastronomi.

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. Konkret betyder det tre tematiske indholdsspørsmål med hver en serie af 3 talks og dertilhørende break-out sessions, hvor deltagere kan dykke ned i temaerne og få praktiske værktøjer til at arbejde med økonomisk bæredygtighed, social ansvarlighed og miljø og



klima. Vi er i dialog med førende tænkere indenfor de respektive felter, bl.a. miljøaktivist Alexandra Cousteau, DNA-forsker Eske Willerslev og den verdenskendte kok Thomas Keller.

Bæredygtighedsstrategi

For at sikre at eventet afvikles mest muligt bæredygtigt og med lavest mulig CO2-udledning arbejder vi med en ambitiøs bæredygtighedsstrategi og en række principper, som vil informere alle valg vi træffer i produktionen af MAD Symposium:

- **Bæredygtig måltidsstrategi for 3.600 måltider;** Vi prioriterer brugen af lokale, økologiske råvarer og reducerer derved miljøpåvirkningen. Derudover arbejder vi med at reducere madspild gennem effektiv planlægning, system for at genbruge eller donere overskydende mad etc.
- **Implementering af affaldssortering og system for genanvendelse;** Korrekt sortering og genanvendelse hvor muligt.
- **Strategi for energi- og vandbesparelse;** Brug af energieffektive og vandbesparende løsninger.
- **Bæredygtig transport og materiel;** Reduktion af eventens samlede CO2-udledning ved at bruge bæredygtige transportmuligheder når muligt (elbiler, cykler, samkørsel) og bæredygtige materialer og produkter.
- **Bæredygtige leverandører:** Vi samarbejder med leverandører, der har en klar bæredygtighedspolitik og aktivt arbejder på at reducere deres miljøpåvirkning.

MAD Symposium borgerrettet indhold til københavnere

Der vil i dagene omkring Symposium være et indholdsspor med talks og inspiration til københavnere, hvor der er mulighed for at opleve talere af international kaliber og hører om emner der berører bæredygtig mad og madsystemer.

Derudover vil en række verdensberømte kokke gæste København og arrangere prismæssigt overkommelige popup-middage for offentligheden. Her bliver byens madscene beriget med en serie events i verdensklasse, som ellers ikke ville kunne finde sted.

Vi arbejder løbende med at skabe og kuratere borgerrettet indhold før, under og efter MAD Symposium bl.a. i samarbejde med vores venue-partner og en af initiativerne bliver afholdelse af Grønt Marked på Refshaleøen under MAD Symposium. Grønt Marked er et non-profit råvaremarked, der fokuserer på lokale og sæsonbestemte råvarer og skabe kortere afstand mellem producenterne på landet og københavnere.

Ungdoms Symposium

Der vil i forbindelse med MAD Symposium blive afholdt et Ungdoms Symposium for elever på erhvervsuddannelser i hele landet. I samarbejde med Hotel- og Restaurantskolen kuraterer vi et endags-event, hvor vi behandler nogle af de samme tematikker om bæredygtighed og inviterer talere fra MAD Symposium, men med et særligt fokus på elevernes virkelighed og arbejder derfor i spændingsfeltet mellem teori og praksis. Ungdoms Symposiumet er tænkt ind i en større sammenhæng, og læner sig ind i Hotel- og Restaurantskolens store Gejst-projekt, der arbejder for mere begejstret og motiverede elever, og understøttes af undervisningsmateriale samt løbende events og workshops for at sikre, at eleverne får mest muligt udbytte.

Ungdoms Symposiumet er en måde at give danske kokkeelever mulighed for at deltage i et netværksarrangement og få inspiration fra branchen, som eleverne ofte efterlyser. Derudover er det en enestående mulighed for dem at høre talere i international verdensklasse og vi ønsker at inspirere den næste generation, der skal lede den københavnske madscene og sørge for, at den forbliver i verdensklasse de næste mange år frem.



Foto: MAD

MAD Symposiums partnerskaber og samarbejder

For at bygge et robust event og skabe mest mulig værdi og indhold både før, under og efter har vi allieret os med en række stærke samarbejdspartnere og vi vil indtil afholdelsen af Symposiumet fortsat afsøge partnerskaber og samarbejder. Eksempler på samarbejder og partnerskaber er:

- **Refshaleøens Ejendomsselskab:** Partner på venue- og ultralokale samarbejder.
- **Hotel- og Restaurantskolen m.fl.:** Udviklingen og afviklingen af Ungdoms Symposium.
- **MAD Alumnenetværk og frivilligkorps:** Vi engagerer 100 frivillige, der arbejder én dag og deltager ved MAD Symposium en dag nogle af dem fra MADs store alumnenetværk, som tæller mere end tusind kursister.
- **Københavnske madaktører:** lokale råvareproducenter, hoteller og andre services som leverandører ved MAD Symposium.
- **Grønt Marked:** Råvaremarked for alle københavnere på Refshaleøen i forbindelse med MAD Symposium 2025.
- **Madland:** Partner på udbredelse af kendskab til MAD Symposium på tværs af Danmark.
- **Turistfremmeorganisationer:** Dialog med Wonderful Copenhagen og visit-organisationer omkring international presse.
- **Lokale restauranter og barer:** Samarbejde om pop-ud middage og andre særlige begivenheder i forbindelse med MAD Symposium.

Kommunikationsstrategi og markedsføringsværktøjer

Da MAD Symposium både er målrettet et nationalt og et internationalt publikum, arbejder vi med en flerstrengt kommunikationsstrategi, som både skal ramme Danmark og udlandet.

Der udarbejdes en kommunikationspakke specielt til turistfremmeorganisationer og andre der arbejder med at brande København og Danmark til fri afbenyttelse efterfølgende.

PR

I forbindelse med symposiet laves en målrettet presseindsats for at engagere både nationale og internationale medier før, under og efter arrangementet. Her vil vi pitche artikler om MAD Symposium hos udvalgte medier. I Danmark de store nyhedsmedier og internationale eks. New York Times, The Guardian m.fl. Til selve MAD Symposium inviteres 20-30 førende journalister fra hele verden, som dækker arrangementet.

SoMe

Udover at vi har lagt en strategi for aktivt at anvende MADs egne kanaler (115.000 følgere på instagram og 17.000 månedlige læsere af vores nyhedsbrev), vil vi også arbejde med en SoMe strategi fokuseret på deltagere og talere, der skal skabe stor opmærksomhed omkring arrangementet. Herunder en influencer-strategi, som skal sikre at de deltagere og talere, som har et stort publikum på sociale medier, kommunikerer om deres dage i København på symposiet.

Content

Videomaterialet, der produceres på baggrund af programmet af talere, vil efterfølgende blive gjort tilgængeligt for den brede befolkning som en del af MADs eksisterende YouTube-kanal, der har mere end 37.000 følgere.

De målbare resultater for 2025 MAD Symposium er:

- Mindst 600 deltagere fra alle niveauer af madbranchen
- Mindst 300 erhvervsskoleelever til Ungdoms Symposium
- Mindst 1000 borgere til MADs borgerrettede aktiviteter
- Distribution af videomateriale til minimum 3.500 deltagere
- Mindst 10 større artikler i danske aviser
- Mindst 10 omtaler i verdensførende medier
- Mindst 150.000 unikke besøgende på vores [online platform](#) i 2024/2025

Om Komitéen for MAD Symposium

MAD er en forening etableret af bl.a. René Redzepi, Tor Nørretranders og Thomas Harttung 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 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, 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: Komitéen for MAD Symposium
CVR: 34542236
Projektets navn: 2025 MAD Symposium Build to Last

Projektperiode: 1.10.2023-1.6.2025
Projektperioden løber fra 1.10.2023-1.6.2025, men budgettet afspejler udgifts- og indtægtsposter i både 2024-2025.

Indtægter – 2024/2025	Budget	Budget året før (hvis der er givet tilskud året før)	<i>Notér om beløbet er ansøgt eller allerede bevilliget.</i>
Ansøgt tilskud fra Kultur- og Fritidsudvalgets disponible midler	750.000		<i>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)			
b)			
c)			
Honorarer			
Billetindtægter	2.000.000		
Øvrige indtægter, specificeret			
a) Privat finansiering	1.676.500		
b) Øvrige fondsmidler (søgt til Ungdoms Symposium hos private fonde).	500.000		
c)			
INDTÆGTER I ALT	4.926.500		

Udgifter 2024/2025 <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	663.000	
Konsulentudgifter	407.000	
PR & Kommunikation	144.500	
Digital Platform	400.000	
Teltleje, lokation og opbygning	710.00	
Produktion	1.371.000	
Dekoration (udsmykning, materialer, design etc.)	130.000	
Mad og drikkevarer	418.500	
Transport	100.000	
Frivillige	75.000	
Ungdoms Symposium	500.000	
Administration	7.5000	
UDGIFTER I ALT	4.926.500	

RESULTAT	0	
-----------------	----------	--

<p>Kommentarer/forbehold: Der er allerede i 2023 og 2024 brugt midler til udviklings- og planlægningsarbejde, som Komitéen for MAD Symposium har dækket for foreningens egne midler.</p>
