

Titel og leadpartner	'Digitalisering af Copenhagen Pride og Winter Pride' / v. foreningen Copenhagen Pride	
Projektbeskrivelse Kulturfelt – lokaliteter – varighed - hovedaktiviteter – målgrupper – output - effekter	Digitale løsninger af foreningens aktiviteter og produkter. Målgruppen for Pride er minoritetsgrupper, bl.a. bøsser, lesbiske, biseksuelle og transpersoner. Foreningen står bag bl.a. debatter, events, foredrag, udstillinger, sociale og kulturelle arrangementer, workshops og uddannelsesaktiviteter. Store, årlige events er Cph Pride Week i august og Winter Pride i februar. Pride agerede på Corona-krisen ved at satse mere på at digitalisere sine aktiviteter. Det er denne igangværende proces, som Pride ansøger om tilskud til yderligere at udvide til alle sine aktiviteter. Digitale udgaver af aktiviteter gør det muligt for andre – både minoritetsgrupper og andre befolkningsgrupper – at få adgang til begivenheder uanset tid, sted og andre hindringer (fx af fysisk eller mental karakter).	
Partnere og interessenter	Partnere: Agenda Group (digital partner), TV2 – Lorry (mediepartner), Huset KBH (lokaler), Glyptoteket. Interessenter: Pride vil opfordre sin store kreds af interessenter til også at digitalisere deres forskellige bidrag.	
Økonomi Budget – Finansiering – RegH-del	Samlet budget på i alt: <u>6,1 mio. kr.</u> , fordelt over 3 år, søges finansieret således: RegionH: 1,5 mio. kr. (udgør 25 pct.) Københavns Kommune: 1,2 mio. kr. Copenhagen Pride: 3,3 mio. kr. Dertil yderligere 0,3 mio. kr. inkind egenfinansiering (timer).	
Vurdering i forhold til tildelingskriterier (pointskala: 1 = mangelfuld, 2 = OK, 3 = stærk, 4 = meget stærk)		
- Regional udvikling	2.	Ansøger anfører, at den digitale løsning øger mulighederne for, at LGBTI+-miljøer og det regionale kulturliv i øvrigt øger samarbejde og kendskab til hinanden. Digitale løsninger sikrer fri, lige og almen tilgængelighed, og er et alternativ i fx en Corona-nedlukning.
- Afhængig af tilskud	2.	Ansøger anfører, at tilskuddet er afgørende for gennemførelse af projektet. Det kan hertil bemærkes, at Pride allerede har investeret betydeligt i digitale formater med bl.a. live streaming af ca. 100 arrangementer i Cph Pride Week og udvikling af virtuel hjemmeside. Prides ambition er at digitalisere alt. I tilfælde af et fx et mindre tilskud end søgt kunne man forestille sig, at en mindre ambitiøs model kunne være mulig.
- Udnytte eksisterende kapacitet	2.	Ansøger redegør for, at man samarbejder med alle LGBTI+ organisationer i landet og en lang række NGO'er, ligesom man vil aktivere egen organisation og frivillige i projektet.
- Bredt partnerskab	2.	Partnerskabet er tilstrækkeligt til at dække de centrale kompetencer. Man forventer, at de mange interessenter, der bidrager med aktiviteter/indhold, også vil træde ind i digitaliseringssporet.
- Nyskabende	2.	Ansøger har allerede mødt Corona-udfordringen ved at redefineret sine aktiviteter og sikre en ambitiøs, digital tilstedeværelse. Dermed er Pride allerede enestående i dansk festivalmiljø. Den position ønskes fastholdt igennem det ansøgte projekt.
Samlet vurdering	10.	
Yderligere bemærkninger <i>(om fx: Formalia, effektkæde og kritiske antagelser, organisering og milepælsplaner, kommunikation)</i> Projektet afhjælper i sagens natur en situation, hvor også sommeren 2021 måtte være påvirket af Corona-restriktioner. Kulturpuljen har tidligere ydet tilskud til World Pride og Euro Games i København i 2021, som har en anden leadpartner. Den aktuelle ansøgning vedrører IKKE disse begivenheder men derimod Copenhagen Pride og Winter Pride.		