

Titel og leadpartner	Den Store Dag - Kulturvielser i hele regionen
Projektbeskrivelse Målsætninger – lokaliteter – varighed - hovedaktiviteter – målgrupper – output - effekter	Hvor går vi hen, når vi skal sætte ord på og begribe kærligheden i 2025? Vi søger mod litteraturens ord, kunstens billeddannelser, musikkens melodier, kulturens sprog. Så hvorfor ikke fejre kærligheden her – i kunsten og kulturens rammer? Lørdag d. 13. september 2025 inviterer Golden Days og ti af regionens fremmeste kulturinstitutioner til årets største kærlighedsfest. Vi lader kulturen være medskaber, kærlighedsforkynder og bagtæppe, når vi afholder 50 helt særlige vielser på tværs af regionen. Alle borgere er dermed inviteret med til gratis kærlighedsfest med ekstraordinære og storladne programmer, der både byder på musik, taler og talks – alt sammen om den besværlige og brændende kærlighed. Med projektet 'Den Store Dag' giver vi et bud på et moderne, nyt kærlighedsritual, samtidig med at vi skaber forbindelser mellem borgerne og kulturens institutioner på en ny, personlig og autentisk måde. 100 x JA – og landets største globryllup Hvor drømmer du om at sige dit livs vigtigste ja? Mellem Rudolph tegners statuer? I Palmehuset? Eller i Karen Blixens grønne fuglereservat? Og vil du vies af Suzanne Brøgger? Andreas Odbjerg? Eller måske Sidse Babett Knudsen? Ti museumsparker, udstillingsrum og historiske bygninger danner ramme om 50 kulturvielser, når 100 mennesker siger ja til kærligheden. Giftefogeden eller præsten er denne dag skiftet ud med store danske kulturpersonligheder, der vil forestå vielserne som kærlighedsambassadører med deres personlige fortolkninger af rituallet. Desuden vil kunstneriske indslag som koncerter, performances eller oplæsninger give kulturvielserne en ekstra dimension, der desuden gør begivenhederne relevante, underholdende og givende for et bredt kulturpublikum. Med 'Den Store Dag' deler vi de store øjeblikke med hinanden, når vi gør vielsesritualet til en folkefest og skaber minder for livet. Sammensætning af setting, kærlighedsambassadør, indhold og scenografi bliver udviklet i samarbejde med de ti institutioner. Derved bliver de ti bryllupsfester både helt deres egne, og en del af det samlede arrangement og aftryk. 'Den Store Dag' samler mennesker på tværs over det smukke og forenende. Noget der måske falder på et tørt sted i en tid, hvor ensomheden vokser, og verden synes mere polariseret for hver dag, der går. Vi tror på, at projektets kunstneriske ambitionsniveau, overordnede budskab og geografiske omfang vil tiltrække både borgere, besøgende og mediernes opmærksomhed. At regionen dermed bidrager til og huser en begivenhed, der fokuserer på det, der forbinder mennesker, kan desuden være med til at understøtte regionens målsætning om at øge trivslen for alle regionens borgere. En del af Golden Days 'Den Store Dag' bliver et fyrtårnsarrangement under den kulturhistoriske festival Golden Days i 2025, hvor festivalen netop handler om det største af alt – kærligheden. Festivalen løber af stablen fra d. 5.-21. september og byder på et program på mere end 200 arrangementer, der er skabt i frugtbart samarbejde med mere end 120 kulturaktører og – institutioner. For at skabe mest muligt opmærksomhed omkring 'Den Store Dag' tyvstarter vi kærlighedsfejringen til festivalåbningen d. 5. september, hvor det første par i historien vil blive kulturelt viet fra åbningens største scene. At 'Den Store Dag' afvikles i forbindelse med festivalen, giver fyrtårnsprojektet en aktualiserende motor samt en formidlingsplatform, der kan løfte projektet i sin helhed.
Partnere og interessenter	Partnere: - Copenhagen Contemporary - Frederiksborgmuseerne - Karen Blixen Museum - Frederiksborg – Nationalhistorisk Museum

	- Statens Naturhistorisk Museum. - VEGA Samt i dialog med følgende: - Rudolph Tegnens - Museum, Sophienholm - Oluf Høst Museet - Ordrupgaard - Københavns Kommune - Frederiksberg Kommune - Beckett Fonden - Det Obelske Familiefond - Kommunale kulturpuljer i Region Hovedstaden Interessenter:
Økonomi Budget – Finansiering – RegionH-del	Samlet budget på i alt: 2.835.000 kr., som søges finansieret således: RegionH: 700.000 kr. (udgør 24,69 % af budgettet) Leadpartner Andre partnere 2.135.000 kr.
Vurdering i forhold til tildelingskriterier (pointskala: 1 = mangelfuld, 2 = OK, 3 = stærk, 4 = meget stærk)	
- Regional udvikling	3. Projektet bidrager til at skabe sammenhæng i kulturen samt at agere samskabelse mellem regionens borger og lokale kulturinstitutioner. Et rigt, kreativt og levende kulturtilbud for alle aldre og generationer, som kan bidrage til at styrke forbindelse til kulturen i regionen.
- Fremmer kultur i Region H	4. Eventet bliver afviklet på 10 kulturinstitutioner rundt i hele regionen og deltagelsen er samtidig gratis for alle regionens borger. Eventet kan tiltrække nye målgrupper til kulturinstitutioner og kan skabe grobund for en ny måde at tænke bryllupper på i fremtiden.
- Skaber stor synlighed og effekt	4. Golden Days er en stor festival, som er blevet afviklet igennem flere år med aktuelle tematikker. Deraf vil dette fyrtårnsprojekt naturligt få skabt stor synlighed både til allerede kulturbruger og til nye bruger. Temaet Kærlighed er noget alle kan relatere til og måske kunne samles omkring. Derudover vil projektet gøre meget ud af branding på diverse platforme.
- Bredt partnerskab	3. Relevant partnerskab på tværs af regionen.
- Innovativt og kreativt	4. Innovativt og meget kreativt at få inviteret nye brugere ind på kulturinstitutioner på en ny måde, og hvor alle kan være med på kærlighedsfest. Samtidig bliver arrangement meget inkluderende med velser af kendte og tillidsvækkende danske personligheder.
Samlet vurdering (max 20 point)	18
Yderligere bemærkninger (om fx: Formalia, effektkæde og kritiske antagelser, organisering og milepælsplaner, kommunikation)	

Projektbeskrivelse – Regionale udviklingsmidler

Region Hovedstadens kulturpulje- Kulturfremme

Telefon: +45 3866 5000
EAN-nr. 5798001040181

Vejledning til brug af denne formular

Hvis du har problemer med at hente, gemme eller udfylde skemaet, kan du prøve at downloade programmet Acrobat Reader og åbne skemaet igennem dette program.
[Installer Acrobat Reader \(Gratis\)](#)

Indsend skemaet

Udfyld ansøgningsskemaet og send med bilag til
kulturpulje.center-for-regional-udvikling@regionh.dk



Projekt				
Titel	Den Store Dag – kulturvielser i hele regionen			
Projektets budget Budgettet skal omfatte en plan for finansiering. Anvend Region Hovedstadens budgetskabelon.	Samlet budget (kr.):	2.835.000		
	Regionale udviklingsmidler fra Region Hovedstaden (kr.):	700.000		
	Øvrig finansiering (fordelt på partnere):	Projektets ti samarbejdspartnere (kulturinstitutioner) bidrager tilsammen med 185.000 kr. i timemedfinansiering. Øvrig finansiering findes via kommunale puljer og private fonde (se vedlagte budget).		
Projektperiode	Start	1. september 2024	Slut	31. december 2025

Oplysninger om lead-partner (projektholder)		
Stamoplysninger	Navn	Golden Days (Fonden ADBC)
	Adresse	Store Kongensgade 40. 4. sal, 1264 København
	Tlf.	26209398
	CVR	32776191
	Juridisk status (Sæt X)	Selvejende institution Offentlig myndighed Forening X Andet – skriv hvad: Erhvervsdrivende Fond
Tegningsberettiget	Navn og titel	Svante Lindeburg, Direktør
	Adresse	Store Kongensgade 40. 4. sal, 1264 København
	Tlf.	26209398
	E-mail	svante@goldendays.dk
	Navn og titel	Emilie Scherffenberg-Møller, Projektkoordinator

Kontaktperson	Adresse	Store Kongensgade 40. 4.sal, 1264 København
	Tlf.	51210384
	E-mail	emilie_moeller@goldendays.dk

Oplysninger om partnere i projektet		
Stamoplysninger på projektpartnere En partner er forpligtet økonomisk i projektet (kontante midler eller medarbejdertimer), og har indflydelse på projektets udformning og gennemførsel. Anvend Region Hovedstadens skabelon til partnererklæringer.	Partner 1	
	Navn	Copenhagen Contemporary
	Adresse	Refshalevej 173A, 1432 København
	CVR	36493003
	Partner 2	
	Navn	Frederiksbergmuseerne
	Adresse	Andebakkestien 5, 2000 Frederiksberg
	CVR	82330410
	Partner 3	
	Navn	Karen Blixen Museum
	Adresse	Rungsted Strandvej 111, 2960 Rungsted Kyst
	CVR	14915508
Indsæt flere hvis relevant	Partner 4	
	Navn	Frederiksborg - Nationalhistorisk Museum
	Adresse	Frederiksborg Slot 10, 3400 Hillerød
	CVR	60223513
	Partner 5	
	Navn	Statens Naturhistoriske Museum
	Adresse	Øster Voldgade 5-7, 1350 København
	CVR	29979812
Øvrige deltagere i projektet		
Liste over øvrige deltagere i projektet (dvs. deltagere, som ikke bidrager med kontant- eller timefinansiering til projektet)	Vi er desuden i positiv dialog med følgende kulturinstitutioner Rudolph Tegn timers Museum, Sophienholm, Oluf Høst Museet, Ordrupgaard og Vega.	

Beskrivelse af projekter ud fra de opstillede tildelingskriterier

1. Bidrager til den Regionale Udvikling

Der lægges vægt på at projektet på innovativ og kreativ vis bidrager til den regionale udvikling.

Med projektet 'Den Store Dag' inviterer Golden Days og ti af regionens kulturinstitutioner til årets største kærlighedsfest. Vi lader kulturen være medskabere, kærlighedsforkynder og bagtæppe, når vi lørdag d. 13. september 2025 afholder 50 helt særlige kulturvielser på tværs af regionen. Vielserne iscenesættes i samarbejde med de ti kulturpartnere, der ligeledes er medskabere og medafsendere af hver deres tætpakkede og storladne indholdsprogram der forener kærligheden med kulturen i en stor folkefest. Alle regionens borgere er inviteret med som gæst til denne ekstraordinære og gratis begivenhed, der lader os mødes om det nære, det forenende og livets store øjeblikke.

Golden Days er landets største kulturhistoriske festival og en institution i det danske kulturliv, der skaber stor værdi for både publikum og samarbejdspartnere. Festivalen er et mødested for de mere 30.000 kultur- og videbegærlige borgere på tværs af alder, demografi og interesser, der hvert år inviteres til en festival med mere end 200 arrangementer på programmet. Arrangementerne skabes i samarbejde med 120-150 partnere – fra de største statslige institutioner til de nyeste stjerneskrud og vækstlagsaktører. Med sin netværkskarakter er festivalen en platform, hvor kulturaktører og institutioner sammen står bag en festival, hvis samlede program overstiger, hvad aktørerne kan skabe på egen hånd.

Hvert års festival ledsages af et eller flere fyrtårnsprojekter, der sætter retning for festivalen og skaber store oplevelser for publikum. I 2022 realiserede vi – bl.a. med et generøst bidrag fra Region Hovedstadens kulturpulje – projektet '50 QUEENS', der med en omrejsende udstilling satte fokus på oversete kvinder i historien. Udstillingen rejste ud til ti museer i regionen og i alt oplevede 525.000 udstillingen på blot tre uger. Projektet fik omfattende mediedækning både her til lands og internationalt og vandt efterfølgende priser ved en lang række internationale awardshows for kreativ formidling. Og i 2025 håber vi meget på, at 'Den Store Dag' skal være festivalens markante og fællesskabsskabende fyrtårnsarrangement.

2. Bidrager til kulturens fremme i Region Hovedstaden

Der lægges vægt på at projektet bidrager til et mangfoldigt og varieret kulturtilbud til regionens borgere.

'Den Store Dag' bygger på ambitionen om at skabe en spektakulær og inkluderende begivenhed for et bredt kulturpublikum. Projektets skala og geografiske rækkevidde giver regionen et unikt event, der er med til fortsat at sikre et mangfoldigt kulturtilbud i regionen, og den partnerskabsbaserede organisering fordrer, at projektet når ud til et stort antal af regionens borgere.

Projektet vil desuden at skabe nye, nære forbindelser mellem regionens borgere og kulturinstitutionerne – både de nuværende brugere og ikke-brugere. Vi tror på, at den personlige indgangsvinkel kan spille en afgørende rolle i forhold til at invitere nye målgrupper ind på museer, spillesteder og teatre, mens målgrupper, der allerede føler sig hjemme på institutionerne, kan få tilføjet minder, der i højere grad går i maven og hjertet, til deres relation til en given kulturinstitution. Ved at holde alle begivenhederne gratis er den økonomiske barriere heller ikke en hindring for borgernes lige adgang.

3. Effekt

Der lægges vægt på at projektet skaber stor synlighed og effekt.

'Den Store Dag' er et kulturprojekt i helt stor skala. Det brede partnerskab bag projektet, den geografiske rækkevidde og projektets opbyggelige budskab har potentiale til at profilere regionens kulturudbud og desuden trække overskrifter i både danske og udenlandske medier.

Projektet introducerer den kulturelle vielse som et bud på et ceremonielt bryllupsalternativ, til folk der ønsker det højstemte og rituelle uden det religiøse og normativ – på lige fod med fx humanistiske konfirmationer. Det gør vi både for at starte samtalen om, hvordan vi markerer kærligheden i år 2025, men også for at undersøge, om det måske er fremtiden at forsegle kærligheden i kulturens hellige haller og således skabe et blivende format/produkt for både institutioner og borgere. I bedste fald kan Danmark igen blive et foregangsland i forhold til at udvide og udfordre vores forståelse af både vielsen, kærlighed og ægteskabet. Som vi var det i 1989, da samkønnede par endelig kunne blive viet.

Ti nyskrevne kærlighedstaler, som bliver forfattet og læst op af 10 kulturpersonligheder på dagen, bliver desuden publiceret i forbindelse med afviklingen af 'Den Store Dag', så projektets budskab får blivende karakter som en form for kærlighedsantologi.

4. Bidrager til at støtte brede partnerskaber

Der lægges vægt på at projektet gennemføres af et bredt partnerskab.

Projektets rygrad er partnerskabet med de ti kulturinstitutioner, der er med til at forme og huse den store kærlighedsfejring. Samskabelse er således et nøgleord i projektet, og i løbet af projektperioden afholdes workshops med hele partnergruppen, for at skabe et fælles afsæt, og de enkelte institutioner – for at skabe det bedste indhold til netop deres rammer, samlinger, fagligheder og fortællinger.

Vi er i positiv dialog med følgende ti institutioner: Rudolph Tegnens Museum, Copenhagen Contemporary, Cisternerne, Karen Blixen Museum, Sophienholm, Frederiksborg Nationalhistorisk Museum, Oluf Høst Museet, Ordrupgaard, Statens Naturhistoriske Museum og Vega.

Samtlige af ovenfor nævnte partnere har vi allerede en god samarbejdsrelation til, da de tidligere har været med til at skabe arrangementer under Golden Days. Et udpluk af dem var sågar med som partnere under projektet '50 QUEENS', som Region Hovedstaden støttede i 2022.

5. Regionens støtte kan maksimalt udgøre 25% det samlede budget

700.000 kr.

6. Der skal som minimum søges for 500.000 kroner

700.000 kr.

Oplysninger om projektet

Projektresumé

Kort opsummering af projektets formål, målgruppe, aktiviteter og forventede resultater.

Hvor går vi hen, når vi skal sætte ord på og begribe kærligheden i 2025? Vi søger mod litteraturens ord, kunstens billedannelser, musikkens melodier, kulturens sprog. Så hvorfor ikke fejre kærligheden her – i kunsten og kulturens rammer?

Lørdag d. 13. september 2025 inviterer Golden Days og ti af regionens fremmeste kulturinstitutioner til årets største kærlighedsfest. Vi lader kulturen være medskaber, kærlighedsforkynder og bagtæppe, når vi afholder 50 helt særlige vielser på tværs af regionen. Alle borgere er dermed inviteret med til gratis kærlighedsfest med ekstraordinære og storladne programmer, der både byder på musik, taler og talks – alt sammen om den besværlige og brændende kærlighed.

Med projektet 'Den Store Dag' giver vi et bud på et moderne, nyt kærlighedsritual, samtidig med at vi skaber forbindelser mellem borgerne og kulturens institutioner på en ny, personlig og autentisk måde.

100 x JA – og landets største globryllup

Hvor drømmer du om at sige dit livs vigtigste ja? Mellem Rudolph tegners statuer? I Palmehuset? Eller i Karen Blixens grønne fuglereservat? Og vil du vies af Suzanne Brøgger? Andreas Odbjerg? Eller måske Sidse Babett Knudsen?

Ti museumspark, udstillingsrum og historiske bygninger danner ramme om 50 kulturvielser, når 100 mennesker siger ja til kærligheden. Giftefogeden eller præsten er denne dag skiftet ud med store danske kulturpersonligheder, der vil forestå vielserne som kærlighedsambassadører med deres personlige fortolkninger af ritualen. Desuden vil kunstneriske indslag som koncerter, performances eller oplæsninger give kulturvielserne en ekstra dimension, der desuden gør begivenhederne relevante, underholdende og givende for et bredt kulturpublikum. Med 'Den Store Dag' deler vi de store øjeblikke med hinanden, når vi gør vielsesritualet til en folkefest og skaber minder for livet.

Sammensætning af setting, kærlighedsambassadør, indhold og scenografi bliver udviklet i samarbejde med de ti institutioner. Derved bliver de ti bryllupsfester både helt deres egne, og en del af det samlede arrangement og aftryk.

'Den Store Dag' samler mennesker på tværs over det smukke og forenende. Noget der måske falder på et tørt sted i en tid, hvor ensomheden vokser, og verden synes mere polariseret for hver dag, der går. Vi tror på, at projektets kunstneriske ambitionsniveau, overordnede budskab og geografiske omfang vil tiltrække både borgere, besøgende og mediernes opmærksomhed. At regionen dermed bidrager til og huser en begivenhed, der fokuserer på det, der forbinder mennesker, kan desuden være med til at understøtte regionens målsætning om at øge trivslen for alle regionens borgere.

En del af Golden Days

'Den Store Dag' bliver et fyrtårnsarrangement under den kulturhistoriske festival Golden Days i 2025, hvor festivalen netop handler om det største af alt – kærligheden. Festivalen løber af stablen fra d. 5.-21. september og byder på et program på mere end 200 arrangementer, der er skabt i frugtbart samarbejde med mere end 120 kulturaktører og – institutioner.

For at skabe mest muligt opmærksomhed omkring 'Den Store Dag' tyvstarter vi

	kærlighedsfejringen til festivalåbningen d. 5. september, hvor det første par i historien vil blive kulturelt viet fra åbningens største scene. At 'Den Store Dag' afvikles i forbindelse med festivalen, giver fyrtårnsprojektet en aktualiserende motor samt en formidlingsplatform, der kan løfte projektet i sin helhed.
Projektets formål Beskriv hvad projektet skal opnå, og hvorfor det er vigtigt.	Projektet 'Den Store Dag' arbejder med tre overordnede og internt forbundne formål, der uddybes her: 1. At skabe spektakulære, overraskende og forenende oplevelser på tværs af regionen Med 'Den Store Dag' vil vi skabe et ambitiøst kulturarrangement i stor skala, der får borgerne til at mødes over det samlende og opbyggelige. Projektet får flyvehøjde af samspillet mellem festivalen og de ti kulturpartnere, der tilsammen skaber en begivenhed, der overstiger hvad aktørerne kan tilbyde på egen hånd – både i forhold til program, publikumsgrundlag, rækkevidde og mediepotentiale. 2. At skabe nye og nære forbindelser mellem kulturinstitutioner og borgere Projektet tager udgangspunkt i det personlige og det mellemmenneskelige, hvilket vi vil bruge til at åbne kulturen op og gøre den mere tilgængelig – både for nuværende og nye målgrupper herunder ikke-brugere. Vi tror på, at den personlige indgangsvinkel kan spille en afgørende rolle i forhold til at invitere nye målgrupper ind på museer, spillesteder og teatre, mens målgrupper, der allerede føler sig hjemme på institutionerne, kan få tilføjet minder, der i højere grad går i maven og hjertet, til deres relation til et givent kulturhus. 3. At introducere et nyt kærlighedsritual med blivende potentiale Med 'Den Store Dag' ønsker vi at give et bud på et anderledes kærlighedsritual. Et ritual for dem, der savner det højtidelige, men ikke ønsker det religiøse, og hvor der er plads til alle, da det ikke bygger på prædefinerede normer. En ceremoni der åbner livets store øjeblikke op og spørger til, hvordan vi som moderne mennesker markerer og foreviger kærligheden til de nærmeste – sammen med de mange. Måske kulturvielserne kan vise sig at være en blivende form for bryllup – på lige fod med fx humanistiske konfirmationer – og dermed et format, som kulturinstitutionerne kan indoptage som et blivende format, der skaber værdi for og varige relationer mellem kulturen og borgerne.
Projektets målgruppe Beskriv projektets målgruppe. Herunder hvordan projektet vil få fat i målgruppen, og hvordan projektet vil engagere målgruppen i at deltage.	Golden Days vil som platform for 'Den store dag' henvende sig til et mangfoldigt publikum på tværs af alder, geografi og køn. Det er netop en af festivalens styrker, at der under festivalen opstår møder, oplevelser og samtaler på tværs af generationer. Golden Days har de seneste år haft godt fat i den yngre målgruppe – med 48,1% af publikum under 36 år i 2023. Golden Days arbejder målrettet på at skabe alternative indgange til kulturen og

	for at nå målgrupper, der har svagere tilknytning til klassiske kulturinstitutioner, eller som ikke på forhånd er storforbrugere af kultur. F.eks. folk, der ofte ikke går på museum, eller unge, hvis kulturforbrug ikke er højt, eller som kan opleve barrierer til de traditionelle institutioner. Dette gør vi ved at nedbryde barrierer for publikums deltagelse såsom at give gratis entré, skabe en personlig og hjertevarm grund til at deltage, samt invitere indenfor til nye og anderledes formater. Golden Days arbejder også med at bringe kulturbegivenheder ud i de lokalområder, hvor folk bor, for at øge festivalens tilgængelighed for flere publikumsgrupper. Festivalen har gennem de seneste fem år opbygget en stabil balance mellem at tiltrække nye publikumsgrupper og fastholde et loyalt kernepublikum. 40-45% deltager i festivalen for første gang, og 40-45% er gengangere. I den årlige publikumsevaluering kan vi desuden se, at publikum deltager i festivalen fra store dele af Region Hovedstaden – både fra Brønshøj, Lyngby, Amager, Hillerød, Valby, Allerød, Holte, Frederikssund, Vanløse, Rungsted Kyst, Høje Taastrup, Rødovre, Hørsholm, Gladsaxe og København – en geografisk spredning, vi agter at bygge videre på med 'Den Store Dag'. At tilbyde de kulturinstitutioner, vi indgår samarbejde med, nye indgange til andre brugere end deres sædvanlige publikum er en del af Golden Days' eksistensberettigelse og en måde for os at skabe værdi for hele regionens kulturliv. Gennem festivalens kommunikationsindsatser og det samlede program får vores samarbejdspartnere adgang til brugergrupper, de ikke når ud til på egne platforme således når vi sammen stadigt nye målgrupper.
Hovedaktiviteter og milepæle Beskriv de centrale projektaktiviteter og milepæle. (Vedhæft uddybende projektplan inkl. detaljeret aktivitets- og milepælsplan) Anvend Region Hovedstadens skabelon til aktivitets- og milepælsplanen.	Aktiviteter 1. Udviklingsworkshops med projektets 10 kulturpartnere – her konceptualiseres projektets indholdsmæssige afsæt og arbejdet med de specifikke kulturvielser og programmer på hver af de 10 kulturinstitutioner påbegyndes. 2. Rekruttering og booking: Vi rekrutterer 50 brudepar til Den Store Dag og indgår aftaler med 10 kulturpersoner om at være kærlighedsambassadører på dagen. I denne proces er det centralt at finde gode match mellem brudepar, kulturinstitution og kærlighedsambassadør, som går op i en højere enhed. 3. Kulturvielser: 50 kulturvielser på 10 kulturinstitutioner. Vielserne er åbne for publikum og ledes af 10 toneangivende kulturpersoner, der i dagens anledning er både giftefogeder og kærlighedsambassadører. 4. Kulturprogram: Gratis offentlige kulturprogrammer på alle partnerinstitutionerne – med unikke oplevelser som særudstillinger, koncerter, performances, omvisninger, talks og oplæsninger. 5. Golden Days: 17 dages festival med mere end 150 kulturarrangementer under temaet 'kærlighed'. I forbindelse med festivalen skabes desuden en udgivelse, der foreviger tekster og taler skabt til 'Den Store Dag'. 6. Kommunikation og markedsføring: Alle aktiviteter og arrangementer aktiveres gennem både digitale initiativer, outdoor markedsføring og trykte publikationer, der kommunikerer 'Den Store Dag' som en samlet oplevelses- og opmærksomhedsindsats. Søsættes d. 14. februar og afrundes medio november.

Milepæle

- 30. januar: Udviklingsworkshops med kulturpartnerne er afholdt.
- 14. februar: Lancering af 'Den Store Dag' og indledende kampagne
- 30. maj: Rekruttering af kærlighedsambassadører er fuldendt
- 1. juli: De 50 brudepar er udvalgt
- 5. september: Golden Days festival skydes i gang med folkelig fejring i København.
- 13. september: Afvikling af 'Den Store Dag' – 50 kulturvielser og 10 unikke kulturprogrammer på 10 kulturinstitutioner i Region Hovedstaden.

Effektkæde Beskriv på et overordnet niveau projektets output, hovedaktiviteter og forventede effekter. Anvend Region Hovedstadens skabelon til effektkæder.	<i>Se effektkædeskema</i>
Kommunikation Beskriv på et overordnet niveau, hvordan projektets erfaringer og resultater tænkes kommunikeret.	‘Den Store Dag’ kommunikeres gennem en storstilet og inddragende aktiveringskampagne, der strækker sig fra lancering den 14. februar til afvikling den 13. september. Gennem outdoorkampagner, sociale medier og digital annoncering samt aktivering af vores store partnernetværks kanaler skal indsatsen sikre bredt kendskab og tilslutning til projektets oplevelsestilbud. Kommunikationsindsatsen bakkes op af en ambitiøs presseindsats, der både sigter mod lokale, nationale og udenlandske medier. ‘Den Store Dag’ vil ligeledes være en del af den samlede kommunikation om Golden Days, der i 2025 byder på mere end 200 arrangementer under festivalens overordnede tema om kærlighed i kulturhistorisk perspektiv.
Evaluering Beskriv på et overordnet niveau, hvordan projektet tænkes evalueret.	Projektet evalueres af en ekstern leverandør ud fra kriterier som publikumstilfredshed, projektets kvalitet samt projektets evne til at formidle ny viden og skabe engagement blandt publikum. Golden Days foretager både en publikumsevaluering og en partnerevaluering, der bliver til en samlet evalueringsrapport og deles med samtlige af festivalens partnere og bidragsydere. Dette giver både Golden Days et større vidensgrundlag til at planlægge fremtidige projekter, men det giver også vores samarbejdspartnere ny viden om, hvordan forskellige målgruppe responderer på deres indhold og formater under festivalen.
Projektets organisering	Projektorganisering Golden Days: Styregruppe, projektledelse, kommunikationsstrategi, udvikling og afvikling af kulturvielser på ‘Den Store Dag’. De ti partnerinstitutioner i Region Hovedstaden: Udvikling og afvikling af arrangementer i forbindelse med kulturvielser og kulturprogrammet til ‘Den store dag’, lokale kommunikationskampagner og presseindsatser. En del af Golden Days Golden Days arbejder for at skabe bred og blivende værdi på tværs af kulturlivet og for borgere i hele Region H. Vi arbejder tværdisciplinært og sjældent alene; vores projekter skabes i netværk og partnerskaber med fokus på kollektiv nytænkning. Projektet ‘Den Store Dag’ bliver et fyrtårnsarrangement under den kulturhistoriske festival Golden Days i 2025, og kan med sin signaturkarakter blive et indholdsmæssigt pejlemærke for publikum i festivalens tætpakkede program.

Tilbage i 2022 fik festivalen regionale midler til at realisere udstillingsprojektet '50 QUEENS', der satte fokus på historiens oversete kvinder ved bl.a. at inddrage publikum og ved at sende udstillingen på tur på tværs af regionen. Festivalen skabte store publikumsoplevelser i 12 kommuner på Sjælland - fra Allerød, Rungsted Kyst og Frederiksberg til Jægerspris, Birkerød og Kongens Lyngby. Fra den 2.-18. september oplevede 525.000 publikummer udstillingens 50 piedestaler på 'Dronningens Nytorv'. 50 QUEENS øgede bevidstheden blandt regionens borgere om repræsentation i byrummet og formidlede gratis viden om betydningsfulde kvinder, der har bidraget til vores samfund og historie. Festivalen lykkedes også med at skabe en lang række nye kultursamarbejder på tværs af kommunegrænser i regionen.

Med en massiv kommunikationskampagne for 50 QUEENS sikrede festivalen stor synlighed og bred omtale i dansk såvel som international presse. På nationalt plan var Golden Days omtalt i så godt som alle større nationale medier i både interviews, kunstanmeldelser, reportager, læserbreve og debatindlæg. Årets kampagne fik også internationalt gennembrud med omtale i bl.a. Bloomberg, The Times, Monocle samt via Reuters, AFP, Associated Press og Kinas største nyhedsbureau Xinhau. Indsatsen resulterede i 289 presseklip og et samlet reach på 291 millioner mennesker på verdensplan. Også den digitale kampagne skabte flotte resultater; Golden Days' SoMe-kampagne opnåede at blive eksponeret 368% mere end tidligere år, over 40.000 mennesker lagde vejen forbi vores website -en stigning i trafik på 179% -og nyhedsbrevet opnåede en gennemsnitlig åbningsrate på hele 44,8%. Som kronen på værket, har projektets aftryk spredt sig som kulturpolitiske ringe i vandet. Både daværende overborgmester Sophie Hæstorp Andersen og senest kulturminister Jakob Engel-Schmidt har taget staffen videre og vil nu kigge på, hvordan repræsentationen af kvinder i byrummet skal forbedres og tage sig ud i fremtiden.

Projektet skal overholde Region Hovedstadens "Standardvilkår for tilskud til projekter fra regionale udviklingsmidler", som findes på Region Hovedstadens hjemmeside: <https://www.regionh.dk/til-fagfolk/Kultur/Sider/An%C2%ADnon%C2%ADce%C2%ADring-af-mid%C2%ADler.aspx>

Obligatoriske bilag:

- Budget og finansieringsplan
- Effektkæde
- Partnererklæringer (såfremt der er mere end en part i projektet)

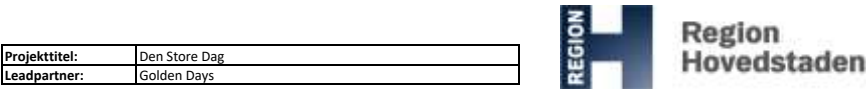
Underskrift: Svante Lindeburg

Dato: 30. august 2024

Underskrift fra lead-partner (projektholder):

Svante Lindeburg

Budget - skabelon for regionale udviklingsprojekter i Region Hovedstaden



Projekttitel:	Den Store Dag
Leadpartner:	Golden Days

Projektperiode		[sep 2024 - dec 2025]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Overordnet projekt varetagelse							
0,1	Løn til overordnet projektledelse	300.000,00 kr.					300.000,00 kr.
0,2	Research, bøger, billetter	4.300,00 kr.					4.300,00 kr.
0,3	Lancering	25.000,00 kr.					25.000,00 kr.
0,4	Programavis, billedrettigheder, korrektur, tryk, distribution	90.000,00 kr.					90.000,00 kr.
0,5	Print af evalueringsskemaer	2.500,00 kr.					2.500,00 kr.
0,6	Frivillige	3.500,00 kr.					3.500,00 kr.
0,7	Ekstern evaluering	40.000,00 kr.					40.000,00 kr.
0,8	Regnskab og afrapportering	30.000,00 kr.					30.000,00 kr.
0,9	Overhead af lønudgifter i projektet (maksimalt 18 %)	144.000,00 kr.					144.000,00 kr.
Leverance 1: Den Store Dag							
1,1	Løn til projektledelse	250.000,00 kr.					250.000,00 kr.
1,2	Timemedfinansiering Kulturinstitutioner Den Store Dag	185.000,00 kr.					185.000,00 kr.
1,3	Udviklingsworkshops m. kulturinstitutioner	20.000,00 kr.					20.000,00 kr.
1,4	Udvikling af design af scenografi	40.000,00 kr.					40.000,00 kr.
1,5	Materialer til scenografi	200.000,00 kr.					200.000,00 kr.
1,6	Transport og logistik	35.000,00 kr.					35.000,00 kr.
1,7	Skilte og formidling	25.000,00 kr.					25.000,00 kr.
1,8	Produktion, teknik m.m.	120.000,00 kr.					120.000,00 kr.
1,9	Materialer til afvikling	35.000,00 kr.					35.000,00 kr.
2	Outdoor markedsføring (hele Region H)	30.000,00 kr.					30.000,00 kr.
2,1	Digital markedsføring	15.000,00 kr.					15.000,00 kr.
2,2	Visuel identitet	25.000,00 kr.					25.000,00 kr.
2,3	Annoncering i lokal presse	25.000,00 kr.					25.000,00 kr.
2,4	Dokumentation - foto og video	30.000,00 kr.					30.000,00 kr.
2,5	Honorar til 'giftefogeder'	120.000,00 kr.					120.000,00 kr.
2,6	Indhold på 'Den store dag', honorar og rejseudgifter	125.000,00 kr.					125.000,00 kr.
2,7	Tilskud til kulturpartnere	120.000,00 kr.					120.000,00 kr.
2,8	Udgivelse (tryk el. digital)	45.000,00 kr.					45.000,00 kr.
Leverance 2: Golden Days åbningsfest							
2,9	Løn til projektledelse	50.000,00 kr.					50.000,00 kr.
3	Honorar - litteatur	10.000,00 kr.					10.000,00 kr.
3,1	Honorar - musik	45.000,00 kr.					45.000,00 kr.
3,2	Honorar - kunst	35.000,00 kr.					35.000,00 kr.
3,3	DJ	8.000,00 kr.					8.000,00 kr.
3,4	Produktion - teknik, lyd og lys, afvikling	60.000,00 kr.					60.000,00 kr.
3,5	Bar personale	8.000,00 kr.					8.000,00 kr.
3,6	Vært	12.000,00 kr.					12.000,00 kr.
Leverance 3: Kommunikation og markedsføring							
3,6	Løn til kommunikation	200.000,00 kr.					200.000,00 kr.
3,7	Visuel identitet og design af elementer	110.000,00 kr.					110.000,00 kr.
3,8	Kampagnebilleder	30.000,00 kr.					30.000,00 kr.
3,9	Grafisk designer	35.000,00 kr.					35.000,00 kr.
4	Plakter, tryk	21.000,00 kr.					21.000,00 kr.
4,1	Plakter, opsætning	15.000,00 kr.					15.000,00 kr.
4,2	Strøgbannere, produktion og opsætning	30.000,00 kr.					30.000,00 kr.
4,3	Infostandere, leje, tryk og opsætning	26.700,00 kr.					26.700,00 kr.
4,4	Hjemmeside	15.000,00 kr.					15.000,00 kr.
4,5	SoMe annoncering	40.000,00 kr.					40.000,00 kr.
[Kopier og udfyld, hvis der er flere leverancer i projektet]							
							2.835.000,00 kr.

Udbetalingsplan:	Evt. opstart	Periode 1	Periode 2	Periode 3	Periode 4	Periode 5	Periode 6	I alt
Region Hovedstadens andel af periodens budget		700.000,00 kr.						700.000,00 kr.
Udbetalingsdstidspunkt (typisk 1-4 mnd. efter periodeafslutning)	[fx apr 2023]	maj-26	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	

	Kontant	Timer	I alt
Ansøgt finansiering fra Region Hovedstaden	700.000,00 kr.		700.000,00 kr.
Copenhagen Contemporary		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Frederiksbjergmuseerne		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Karen Blixen Museum		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Frederiksborg - Nationalhistorisk Museum		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Statens Naturhistoriske Museum		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Rudolph Tegnér's Museum		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Sophienholm		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Oluf Høst Museet		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Ørdrupgaard		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Vega		18.500,00 kr.	18.500,00 kr.
Københavns Kommune	1.500.000,00 kr.		1.500.000,00 kr.
Frederiksborg Kommune	100.000,00 kr.		100.000,00 kr.
Beckett Fonden	150.000,00 kr.		150.000,00 kr.
Det Obelske Familiefond	150.000,00 kr.		150.000,00 kr.
Kommunale kulturpuljer i Region H	50.000,00 kr.		50.000,00 kr.
			2.835.000,00 kr.

Kontrol

Kontrol
0,00 kr.

Effektkæde og kritiske antagelser

Vejledning til brug af denne formular

Hvis du har problemer med at hente, gemme eller udfylde skemaet, kan du prøve at downloade programmet Acrobat Reader og åbne skemaet igennem dette program.

[Installer Acrobat Reader \(Gratis\)](#)

Indsend skemaet digitalt

Udfyld ansøgningsskemaet og gem det på din computer.

Skemaet er et tillæg til ansøgningen 'Ansøgning om regionale udviklingsmidler' og sendes sammen med dette.

Der skal udarbejdes en klar og logisk effektkæde, hvor de vigtigste årsags-virkningssammenhænge i indsatsen beskrives.

I skemaet nedenfor beskrives sammenhængen mellem de aktiviteter, der igangsættes og de opstillede effekter. Endvidere skal de kritiske antagelser for, hvordan indsatsen kommer til at virke efter hensigten, beskrives. I alt max 2 sider.

Aktiviteter:	Output:	Effekter:
A. Kulturvielser på 10 kulturinstitutioner over hele regionen. B. 10 gratis kulturprogrammer med bl.a. musik, særudstillinger, talks, taler og omvisninger. C. En fælles workshop samt individuelle udviklingsmøder afholdes af Golden Days for de ti partnerinstitutioner D. En storstilet, inddragende rekrutteringskampagne med efterfølgende kommunikation af projektets oplevelsestilbud E. Golden Days festival, d. 5. – 21. september (sideløbende aktivitet)	A. 100 mennesker lader sig vie af ti kulturpersonligheder ved et offentligt arrangement. B. Forventet besøgstal til den samlede begivenhed på tværs af regionen: 8.000-10.000 C. Fælles afsæt skal skabe kollektivt ejerskab og fordrer samskabelse, sparring og deling D. Kampagnen skal skabe stor mediebevågenhed på tværs af regionen med et digitalt reach på minimum 200.000 personer og 30 presseklip. E. 17 dages festival om kærlighed. 200+ arrangementer. Min. 35.000 gæster. 150+ samarbejdspartnere.	A1. Konceptuel spydspids accentuerer projektet. Skaber uforglemmelige oplevelser for de 50 par. A2. Afprøvning af kulturvielsen som koncept samt oplæg til debat om moderne kærlighedsritualer. B. Skaber store fælles oplevelser fra Gudhjem og Frederiksberg til Hillerød og Dronningmølle. Samler borgere om det nære, skaber nye bånd og letter adgang til kulturen – også for ikke-brugere. C. Stadfæster det brede partnerskabsafsæt og skaber varige relationer og fremtidige samarbejder. D. Øger kendskab til kulturudbudet og starter samtalen om, hvordan vi fejrer kærligheden i 2025. E. Giver projektet et bagtæppe af nuancerede perspektiver på det overordnede tema.

Kritiske antagelser

For at tiltrække de 50 par, der skal lade sig vie d. 13. september, vil Golden Days og partnerinstitutionerne engagere de største navne på den danske kulturscene som kærlighedsambassadører. Det er afgørende at finde de helt rette, så de – i kombination med både venue og det omkringliggende program – bliver det tungtvejende argument for at lade sig vie kulturelt. Golden Days har et omfattende netværk af både forfattere, skuespillere, kunsterne og musikere, der sættes i spil for hele partnerkredsen bag projektet.

'Den Store Dag' er et nyskabende kulturprojekt, der med sin særegne karakter, skala og budskab antages at appellere til både partnere og publikums nysgerrighed, deltagelse og engagement. Begivenheden tilbyder en ekstraordinær bred vifte af indgange til indholdet og 'reasons to go', der skal sikre, at et stort og mangfoldigt publikum deltager i både vielser og kulturprogrammer.

Golden Days har over 30 års erfaring med at skabe spektakulære begivenheder i netværk og partnerskaber med fokus på kollektiv nytænkning. Som en partnerdrevet festival arbejder vi ofte tværfagligt og sjældent alene. Derfor har vi også omfattende erfaring med at forme samskabelsesprocesser, der både skaber solide kulturprodukter og relationer der fortsætter efter deadline og afvikling.

'Den Store Dag' rummer flere konceptuelle og kommunikative greb, der tilsammen skaber grobund for en landsdækkende mediemæssig interesse. Disse greb er samtidig medvirkende til stor folkelig opbakning. Golden Days Festival vil med det gennemgående kærlighedstema fungere som bagtæppe og understøtte disse fortællinger med 17 dages festival i Region Hovedstaden i september 2025.

Kritiske antagelser

Golden Days arbejder ud fra det princip, at kunst og kultur kan være med til at øge livskvaliteten for borgerne i regionen og sammenhængskraften i samfundet. Dette gør vi ved at give borgerne store oplevelser og ny viden gennem kvalitetsarrangementer, som er værd at bruge tid på, og som giver dem lyst til at lære mere om festivalens tematik.

Antagelse bygger bl.a. på erfaringer fra det tidligere regionsstøttede projekt '50 QUEENS' (2022). I publikumsevalueringen fra dét år kan vi se, at publikum i gennemsnit giver festivalen en score på 8,9 ud af 10 i spørgsmålet om festivalen er af høj kvalitet, en score på 9,1 ud af 10 på om de mener festivalen er værd at bruge tid på, en score på 8,8 ud af 10 på om de har opnået ny viden samt en score på 8,8 ud af 10 på spørgsmålet om deres oplevelse har givet dem lyst til at lære mere om årets tematik.

Ydermere tror vi på, at når man som borger kan møde disse oplevelser dér, hvor man bor - som det var tilfældet med 50 QUEENS – og ligeledes vil være tilfældet med 'Den Store Dag' – giver det grobund for større lokal tilknytning og øger fastholdelsen af borgere i regionen.

Om kritiske antagelser: En kritisk antagelse er knyttet til årsagssammenhængen i effektkæden. En kritisk antagelse kan oftest beskrives ved hjælp af "hvis...så...fordi"-sætninger. Fx: Hvis vi igangsætter denne aktivitet, så opnår vi denne effekt, fordi målgruppen påvirkes sådan og sådan.

'Projektplan: Den Store Dag – kulturvielser i hele regionen (2025)

Ansøgning til Region Hovedstadens kulturpulje – Kulturfremme

September - oktober 2024

- Projektet 'Den Store Dag' **konceptualiseres**, afgrænses og defineres
- **Rekruttering** af ti partnerinstitutioner
- Indgåelse af **partnerskabsaftaler** – herunder partnerskabserklæringer – med fx Rudolph Tegnens Museum (i dialog), Copenhagen Contemporary (i dialog), Cisternerne (i dialog), Karen Blixen Museum (i dialog), Sophienholm (i dialog), Frederiksborg Nationalhistorisk Museum (i dialog), Oluf Høst Museet (i dialog), Ordrupgaard (i dialog), Statens Naturhistoriske Museum (i dialog), og Vega (i dialog).

November - december 2024

- **Ekstern finansiering** påbegyndes – ansøgninger sendes til relevante fonde
- **Invitation** til fælles workshop sendes til partnerkredsen, der i denne periode også skal pege på hver deres projektansvarlige.
- **Kommunikationsstrategi og -mål** udvikles og fastsættes

Januar 2025

- Udarbejdelse af **fælles workshopformat** for de ti samarbejdspartnere – evt. forventninger om forberedelse afstemmes med partnerkredsen forud for workshop
- Endelig **kommunikationsplan** fastlagt (Region Hovedstadens konsulenter adviseres)
- Opstart af **dialog med kommuner** om vielser og tilladelser
- Arbejdet med projektets **visuelle identitet** og eksterne kernefortælling påbegyndes

Februar 2025

- I dialog med partnerinstitutioner udpeges og bookes de **ti kærlighedsambassadører**
- **Fælles udviklingsworkshops** med partnerkredsens projektansvarlige er afholdt (senest 1. februar)
- Lancering/ **indledende kampagneaktivitet**, der præsenterer projektet (14. februar)
- **Løbende udviklingsmøder** med de individuelle partnerinstitutioner om deres respektive programmer og aktiviteter
- **Rekruttering af brudepar** opstartes
- Udvælgelse af kunstner/designer til udvikling af projektets **scenografiske koncept**

Marts - april 2025

- **Scenografisk koncept er landet**, og produktionsleverandør involveres
- Samtlige **koncepter for de ti kærlighedsfejring**er er på plads og godkendt af Golden Days, hvorefter den endelige bookingfase kan gå i gang.

Golden Days

- **Løbende udviklingsmøder** med de individuelle partnerinstitutioner om deres respektive programmer og aktiviteter

Maj – juni 2025

- Briefing af de ti kærlighedsambassadører, der påbegynder **taleskrivningen** i redaktionel sparring med festivalens team
- Aftale om kulturvielser med de involverede kommuner er på plads (senest 1. juni)
- **Kommunikationskampagne** igangsættes – og long lead presseindsats opstartes

Juli 2025

- Endelig udvælgelse af de **50 brudepar**, der skal vies d. 13. september (senest 1. juli)
- **Fragtfirma** er fundet til håndtering og opsætning af scenografi
- Udgivelse med kærlighedstekster- og taler er redigeret færdig og klar til produktion

August 2025

- **Scenografiske elementer er færdigproducerede** og fragtes til partnerinstitutionerne
- Produktion af udgivelse med kærlighedstekster og -taler skrevet til d. 13. september
- Publikumsrettet **programkommunikation** intensiveres – herunder presseaktiviteter

September 2025

- **Opsætning af scenografi** til kulturvielser på partnerinstitutioner
- Golden Days festival skydes i gang med en stor, **folkelig åbningsfest** (5. september)
- **Den Store Dag** – afvikling af 50 kulturvielser og 10 unikke kulturprogrammer på 10 kulturinstitutioner i Region Hovedstaden (13. september)
- **Publikation** af kærlighedstekster og -taler udgives i forbindelse med festivalen
- 5. -21. september 2025: **Golden Days festival**

Oktober – december 2025

- **Evaluering af projektet** med inddragelse af resultater fra både publikums- og partnerevaluering
- Endelig **afrapportering** til bidragsydere og fonde

PARTNERERKLÆRING

Nedennævnte organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening

Navn: Copenhagen Contemporary

med CVR-nr. 36493003

bekræfter hermed at være partner i projektet: Den Store Dag JA

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bidrager med:

Kontant medfinansiering 0 kr. og/eller

Medarbejdertimer omregnet til kr. 75

Andet Glæde og marketing

Juridisk status for organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening:
(A/S, ApS, I/S, K/S, personligt ejet virksomhed, erhvervsdrivende fond, selvejende institution,
offentlig myndighed, forening, eller andet)

Juridisk status: Fond

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bekræfter, at

- være bekendt med formålet og indholdet af projektet
- være forpligtet til at dokumentere rigtigheden og projektrelevansen af egne afholdte og betalte udgifter til fx ekstern konsulentbistand eller løn, herunder at lønnen faktisk er betalt til den ansatte
- være bekendt med, at dokumentationen skal videregives til:
 - [tilsagnsmodtager], som er projektets tilskudsansvarlige partner.

Dato: 10. sep 2025

Navn: Christina Thiemer

Underskrift 

PARTNERERKLÆRING

Nedennævnte organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening

Navn:

___Frederiksborgmuseerne___

med CVR-nr. _____82330410_____

bekræfter hermed at være partner i projektet: Den Store Dag_____

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bidrager med:

Kontant medfinansiering _____kr. og/eller

Medarbejdertimer omregnet til kr. ___24500_____

Andet_____

Juridisk status for organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening:

(A/S, ApS, I/S, K/S, personligt ejet virksomhed, erhvervsdrivende fond, selvejende institution, offentlig myndighed, forening, eller andet)

Juridisk status: _____selvejende institution_____

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bekræfter, at

- være bekendt med formålet og indholdet af projektet
- være forpligtet til at dokumentere rigtigheden og projektrelevansen af egne afholdte og betalte udgifter til fx ekstern konsulentbistand eller løn, herunder at lønnen faktisk er betalt til den ansatte
- være bekendt med, at dokumentationen skal videregives til:
 - [tilsagnsmodtager], som er projektets tilskudsansvarlige partner.

Dato: 9.9.24

Navn: SIDSEL RISTED STAVN

Underskrift 

PARTNERERKLÆRING

Nedennævnte organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening

Navn: Frederiksborg – Nationalhistorisk Museum

med CVR-nr. 60223513

bekræfter hermed at være partner i projektet: Den Store Dag

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bidrager med:

Kontant medfinansiering _____kr. og/eller

Medarbejdertimer omregnet til kr. 75 timer

Andet Kommunikations- og markedsføringsindsats af eventet via egne kanaler

Juridisk status for organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening:

(A/S, ApS, I/S, K/S, personligt ejet virksomhed, erhvervsdrivende fond, selvejende institution, offentlig myndighed, forening, eller andet)

Juridisk status: Frederiksborg er en del af Carlsbergfamilien og fungerer som en underafdeling af Carlsbergfonden

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bekræfter, at

- være bekendt med formålet og indholdet af projektet
- være forpligtet til at dokumentere rigtigheden og projektrelevansen af egne afholdte og betalte udgifter til fx ekstern konsulentbistand eller løn, herunder at lønnen faktisk er betalt til den ansatte
- være bekendt med, at dokumentationen skal videregives til: Golden Days, ADBC, som er projektets tilskudsansvarlige partner.

Dato: 11. september 2024

Navn: Pia Rost Rasmussen

Underskrift



PARTNERERKLÆRING

Nedennævnte organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening

Navn: Statens Naturhistoriske Museum

med CVR-nr. 2997 9812

bekræfter hermed at være partner i projektet:
Golden Days Festival 2025

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bidrager med:

Kontant medfinansiering kr. og/eller

Medarbejdertimer omregnet til kr.

Andet	75 timer
-------	----------

Juridisk status for organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening:
(A/S, ApS, I/S, K/S, personligt ejet virksomhed, erhvervsdrivende fond, selvejende institution,
offentlig myndighed, forening, eller andet)

Juridisk status: Statslig Institution

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bekræfter, at

- være bekendt med formålet og indholdet af projektet
- være forpligtet til at dokumentere rigtigheden og projektrelevansen af egne afholdte og betalte udgifter til fx ekstern konsulentbistand eller løn, herunder at lønnen faktisk er betalt til den ansatte
- være bekendt med, at dokumentationen skal videregives til:
 - [tilsagnsmodtager], som er projektets tilskudsansvarlige partner.

Dato: 10-9-2024

Navn: Anne Katrine Gjerløff, formidlingschef

Underskrift _____

PARTNERERKLÆRING

Nedennævnte organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening

Navn: VEGA

med CVR-nr. 19233774

bekræfter hermed at være partner i projektet: Den Store Dag

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bidrager med:

Kontant medfinansiering kr. og/eller

Medarbejdertimer omregnet til kr.

Andet 75 medarbejder timer

Juridisk status for organisation/virksomhed/myndighed/fond/forening:

(A/S, ApS, I/S, K/S, personligt ejet virksomhed, erhvervsdrivende fond, selvejende institution, offentlig myndighed, forening, eller andet)

Juridisk status: Erhvervsdrivende Fond

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen bekræfter, at

- være bekendt med formålet og indholdet af projektet
- være forpligtet til at dokumentere rigtigheden og projektrelevansen af egne afholdte og betalte udgifter til fx ekstern konsulentbistand eller løn, herunder at lønnen faktisk er betalt til den ansatte
- være bekendt med, at dokumentationen skal videregives til:
 - [tilsagnsmodtager], som er projektets tilskudsansvarlige partner.

Dato: 10/09-24

Navn: Louise Dalby

Underskrift 