



Ansøgning om støtte til CPH WORLD MUSIC FESTIVAL 2013-2014

Foreningen bag CPH WORLD MUSIC FESTIVAL (CPH WORLD) søger hermed om 900.000 kr. fordelt over 2 år fra Region Hovedstadens 'pulje med særligt fokusområde indenfor kulturområdet'. Støttebeløbet søges til udvikling og udbredelse af musikaktør-netværket bag CPH WORLD, samt til udvikling, gennemførelse og publikumsudvikling i forbindelse med afholdelsen af Copenhagen World Music Festival i 2013 og 2014.

Se desuden vedlagte finansieringsplan med oversigt over foreningens planer for funding og et budget for 2013 - 2015.

BAGGRUND

Foreningen bag CPH WORLD består af mere end 50 arrangører, spillesteder og musikforeninger fra Region Hovedstaden. Foreningen blev dannet i 2010 med det formål, at lave en årligt tilbagevendende festival med en nyskabende, mangfoldig og inkluderende profil og med både regionalt, internationalt og nationalt sigte og rettet en bred målgruppe.

Ønsket er, at netværket bag festivalen skal skabe en synergieffekt mellem både etnisk danske musikaktører og aktører med anden etnisk oprindelse end dansk ved, at de er en del af en større helhed. Herved får hvert arrangement en større effekt og synlighed blandt publikum, hvorved der skabes publikumsudvikling. Desuden er det målet, at såvel netværket bag festivalen som selve festivalen får en samfundsopbyggende effekt ved at bringe folk i hele Region Hovedstaden sammen på tværs af kulturer.

Festivalen afholdes for første gang i 2012 fra 30/8 – 2/9 med et program, der præsenterer mere end 65 danske og udenlandske world navne af højeste kvalitet på 18 af Region Hovedstadens spillesteder, festivaler og i det offentlige rum. Se programmet her: www.cphworld.dk

Foreningen bag CPH WORLD har fire målsætninger for 2013 - 2014:

1. Udvikling af netværket bag festivalen med fokus på hele Region Hovedstaden og inddragelse af flere etniske musikmiljøer.
2. Økonomisk 'bæredygtighed'
3. Markant publikumsudvikling i hele regionen.
4. Udvikling af nye typer af kulturarrangementer på tværs af og i samarbejde mellem hele regionens musikaktører.

De fire målsætninger for 2013 uddybes senere i ansøgningen.

Helt overordnet er det Copenhagen World Music Festivals (CPH WORLD) mål, at bære succesen fra WOMEX videre og sørge for, at den danner rødder i den danske muld, ved at lægge en stor årligt tilbagevendende verdensmusikfestival, som fra 2012 præsenterer den højeste kvalitet fra både Danmark og den internationale scene, netop i det 'hul' i efterårsperioden som WOMEX har efterladt sig. Herigennem er det også ambitionen, at sørge for, at det store netværksarbejde, som er blevet lagt fra arrangører og kunstnernes side under WOMEX, får en ny platform og et talerør også fremadrettet, både i form af selve CPH WORLD og igennem dennes partnerskaber med bl.a. Karnevallet og Smag Verden (tidl. Internationale Dage), som er nogle af de få andre aktører, der gør noget stort for verdensmusikken i Region Hovedstaden. Festivalen har allerede dannet



partnerskab med Smag Verden og CPH Arts Festival, hvor CPH WORLD i 2012 afholder optaktskoncerter for at publikumsudvikle og netværke i forhold til CPH WORLD. Under Womex har der desuden været meget lidt dansk musik repræsenteret. Dette ønsker foreningen bag Copenhagen World Music Festival at rette op på, ved at præsentere den højeste kvalitet af *både* danske og internationale world navne.

VISION

CPH WORLD's vision bygger på festivalens fem grundlæggende værdier:

- Kvalitet
- Fornyelse
- Publikums møde
- Inklusion
- Forførelse

Kvaliteten af musik og lyd er afgørende for CPH WORLD. Kvaliteten ligger desuden i selve oplevelsen, spillestedet og atmosfæren omkring koncerten.

Fornysen for lytteren i mødet med verdensmusikken er i højsædet for CPH WORLD. Målet er at forny gennem åbenhed, og dialog, og vi vil tage radikale chancer, der overrasker.

Publikumsmødet er centralt for CPH WORLD, der ønsker at udvikle og udvide publikumssegmentet samt involvere publikum som medspillere.

Publikumsmødet foregår både mellem scene og publikum samt publikum imellem.

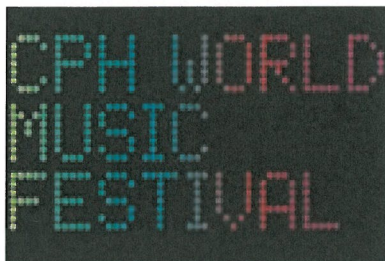
Det er også mødet mellem kulturer, hvor folk fra hele verden mødes. Samt mødet med andre musikkulturer.

Den røde tråd i publikumsmødet er følelsen af fællesskab og nye spændende møder. Det skal være let og positivt at træde ind over tærsklen til en – måske – fremmed (musik-)kultur.

Inklusion eller 'plads til forskellighed' hører under festivalens værdisæt, fordi CPH WORLD tager udgangspunkt i inklusionstilgangen, hvor mangfoldighed ses som en ressource. Det betyder, at CPH WORLD værdsætter og ønsker at udnytte hver musikkulturs forskellighed på en positiv måde. Fokus er på at sørge for, at alle hører under den danske worldscene. Dette kræver partnerskaber med og inddragelse af etniske musikforeninger. Inklusion og mangfoldighed lykkes, når hver enkelt musikmiljø under worldscenen i Danmark føler sig inkluderet på den danske musikscene, og når vi udnytter de muligheder, mangfoldighed giver, så det skaber vækst, sammenhængskraft og innovation.

Forførelsen af publikum er essentielt for CPH WORLD. Det er ønsket at vække betagelse, vildskab, lyst, sanselighed og sætte kroppen i spil. Forførelsen skal ske på alle fronter: Musikalsk, sanseligt, i mødet mellem musik og publikum, i mødet publikum imellem samt gennem CPH WORLDs æstetik og publikumsfornyelse. Forførelse samler derved vores øvrige fire værdier.

REPERTOIRE OG MÅLGRUPPE



CPH WORLD er målrettet en bred målgruppe og vil tilbyde et mangfoldigt program for en bred vifte af de mange kulturer som er repræsenteret i Danmark, og for både unge og ældre publikummer. Der er i Danmark og især i Københavnsområdet mange festivals- og musikarrangementer for unge mennesker, hvor indholdet har fokus på rock- og popgenrer. CPH WORLD ønsker derfor, at skabe en festival, hvor der kan præsenteres musikgenrer, som appellerer langt bredere end blot til unge. Der vil være cubansk salsa og afrikanske orkestre, som primært appellerer til de 30 - 70årige, som ofte også kan lide at danse. Der vil også være spændende og udfordrende balkan/klezmer-optrædener, som appellerer bredt til både børnefamilierne og unge ml. 15 og 30 og selvfølgelig også reggae, dancehall og dub for den brede ungdom fra 13-40-årige.

AFHOLDELSESTIDSPUNKT

Tidspunktet for festivalen er op til og under 1. weekend i september.

Første gang festivalen afvikles bliver i 2012, nærmere bestemt:

fra torsdag den 30. august – søndag den 2. september 2012.

I 2013 og 2014 som denne ansøgning er rettet imod, vil festivalen ligge henholdsvis den 29. august – den 1. september i 2013 og 4.-7 september i 2014.

MÅLSÆTNINGER FOR CPH WORLD 2013 og 2014

Nedenfor uddybes CPH WORLD's fire overordnede fokusområder i 2013 og 2014, henholdsvis udvikling af netværket bag festivalen, økonomisk 'bæredygtighed', publikumsudvikling og nyskabende samarbejdsprojekter på tværs af regionen. Eftersom publikumsudvikling og nyskabende samarbejdsprojekter hænger tæt sammen i praksis, beskrives disse under samme punkt neden for.

UDVIKLING AF MUSIKAKTØR-NETVÆRKET

Den konkrete målsætning i forhold til netværket bag festivalen, er at samle minimum 15 nye musikaktører fordelt over hele Region Hovedstaden, samt minimum 10 nye etniske musikforeninger. Herigennem er det ønsket, at arbejde mod at få hele regionens worldscene, der ikke tidligere har haft tradition for at samarbejde, til at stå sammen og styrke hinanden på tværs om at lave musikarrangementer på et højt kunstnerisk niveau. Det er desuden målet, at netværket og samarbejdet skal fortsætte igennem hele året, således at flere kulturaktiviteter opstår i kølvandet på festivalen.

Metode og strategi for udvikling af netværk

Foreningen bag festivalen har seks strategier for hvordan målet om udvikling af netværket bag festivalen skal opnås i 2013:

1. Opsøgende arbejde overfor spillesteder, musikforeninger og etniske foreninger i hele regionen
2. Samarbejde med kommuner og lokaludvalg i Region Hovedstaden
3. Nye partnerskaber
4. 'Karavane-koncerter'
5. Inspirations- og netværksmøder i foreningen



6. Udviklingspulje

Nedenfor beskrives hvert af ovenstående tiltag mere detaljeret.

1. Opsøgende arbejde

Festivalen vil arbejde målrettet mod fra 2013 at integrere flere af de etniske musikmiljøer og deres kulturarrangementer, således at de integreres i den offentligt tilgængelige danske worldscene. I dag eksisterer etniske musikarrangementer, som en form for 'lukket' parallelt kulturmiljø. CPH WORLD vil imidlertid gerne præsentere hele Danmarks publikummer for det rige musikkulturliv, som finder sted i de etniske musikmiljøer.

Ønsket fra foreningen er således, at de etniske musikmiljøer både skal inddrages som arrangører under festivalen, samt at der skal være arrangementer og koncerter under festivalen, som målrettes specifikt med det formål at skabe publikumsudvikling i forhold til danskere med anden etnisk herkomst end dansk.

I praksis skabes denne effekt gennem en særlig indsats, hvor foreningens koordinator og bestyrelse, tager rundt til de etniske miljøer og beskriver projektet, da dette er måden at henvende sig til disse grupper. Herudover tager koordinatoren kontakt gennem festivalens samarbejdspartnere og deres kontakter, bl.a. Smag Verden og Verdenskulturcentret, Missing Voices, Nørrebro Festivalen, Copenhagen Carnival m.fl.

Se listen sidst i ansøgningen over de 20 etniske kulturforeninger, samt 20 spillesteder, som CPH WORLD vil kontakte i 2012-2013.

2. Samarbejde med kommuner og lokalforeninger

CPH World vil arbejde målrettet mod at inddrage kommuner og lokaludvalg i hele regionen med henblik på lokal medfinansiering og samarbejde på tværs af kommunerne. På sigt stræbes imod at kommunerne overtager en del af den finansiering, som festivalen søger støtte til fra Region Hovedstaden i 2013 og 2014. Mere herom i afsnittet om 'økonomisk bæredygtighed' nedenfor.

3. Nye partnerskaber

I 2013 og 2014 er det målet at skabe minimum 15 nye partnerskaber med andre større kulturarrangementer i regionen og mellem aktørerne i foreningen bag festivalen.

Allerede i 2012 har der været fokus på nye partnerskaber mellem spillesteder, arrangører og musikforeninger, samt mellem danske og internationale musikere.

Eksempler i 2012 herpå er bl.a.:

- 4 dage med koncerter under Cuban Festival, som er en del af CPH WORLD, som er et nyt samarbejde mellem 2 musikforeninger og 2 spillesteder

- 4 dage med koncerter som er arrangeret af arrangørteamet 'Thank you for the music', som er et nyt samarbejde mellem 4 spillesteder og 6 arrangører og som fokuserer på mødet og integration med musik og musikere i forskellige genrer, bl.a. under koncertaftenen 'Global Mashup'

- partnerskabet med 'Smag Verden' (tidl. Internationale Dage) og Copenhagen Arts Festival, som begge fungerer som appetitvækkere for publikum og derved som 'publikumsudviklings-platformer' med gratiskoncerter i det offentlige rum op til koncerterne på spillestederne med entre.

4. Karavanekoncerter



For at inddrage aktører i regionen, som ikke har den store erfaring med at afholde verdensmusikkoncerter, tilbyder foreningen bag festivalen såkaldte 'Karavane-koncerter', hvor 2 orkestre tilbydes som en let 'pakkeløsning' med skolekoncerter om dagen og koncerter på spillesteder om aftenen. Fordelen ved Karavanen er for spillestederne og arrangørerne, at det er én samlet pakkeløsning, hvor festivalen sørger for alt for dem, og hvor der sikres publikumsudvikling ved at orkestrene spiller for børn om dagen, som senere trækker deres forældre ned på koncertstederne om aftenen. Desuden kan pakkeløsningen gøres billigere i og med at det er 2 koncerter på en dag, hvilket skaber en besparelse både i forhold til produktion og musikerne.

I praksis ønsker CPH WORLD i 2013 og 2014 at lave 3 karavaner med hver to orkestre, som skal tilbydes til hele regionen.

5. Inspirations-, netværks- og informationsmøder

Bestyrelsen vil løbende og inden festivalen løber af stablen, afholde netværksmøder for alle foreningens medlemmer. Til møderne inviteres alle foreningens medlemmer og folk, der overvejer at blive medlem. Formålet er, at alle der arrangerer koncerter og arrangementer kan møde hinanden og udveksle erfaringer, samt sætte samarbejdsprojekter op med hinanden. F.eks. er der flere arrangører, der ønsker at finde et spillested at samarbejde med og flere spillesteder ønsker at lægge lokaler til festivalen, men ønsker at få tilknyttet en lokal arrangør, som er ekspert i at booke musik en given genre.

Målet med netværksmøderne er desuden at koordinere festivalens indhold, således at man fordeler koncerter og arrangementer under hver genre ud over de 4 dage festivalen varer.

Formålet er, at der f.eks. ikke lægger 2 salsaarrangementer samtidig og konkurrerer med hinanden indbyrdes.

Udover netværksmøderne, hvor foreningens medlemmer kan få mulighed for at møde hinanden og skabe arbejdsnetværk på tværs, vil foreningens bestyrelse i samarbejde med koordinatoren, også løbende afholde informationsmøder med info om festivalens program. Til disse møder vil spillestederne, lokalforeninger og musikforeninger få mulighed for at få informationsmateriale i form af flyers, plakater og programavis med hjem til deres lokale spillesteder, således at informationen bringes ud til lokalbefolkningen rundt omkring i regionen

Bestyrelsen vil desuden løbende invitere foreningens medlemmer til oplæg med spændende foredragsholdere, som kan virke som inspiration for arrangører inden for diverse genrer.

I 2013 inviteres Christian Have til at holde oplæg om PR og markedsføringsstrategier.

6. Nye samarbejdsprojekter mellem kommuner og festivalen

CPH WORLD vil arbejde målrettet mod at styrke samarbejde på tværs af kommuner, arrangører og spillesteder i regionen. Herved at det ønsket at medvirke til at der i endnu højere grad, bliver mulighed for at skabe varige netværk på tværs i regionen og samtidig bliver det, når flere parter involveres i et samarbejde, økonomisk muligt for arrangører og spillesteder at skabe større arrangementstyper, samt at afprøve helt nye ideer/koncert-koncepter og muligheder under festivalen.



ØKONOMISK BÆREDYGTIGHED

Blandt foreningens målsætninger er naturligvis, at sørge for at festivalen bliver levedygtig økonomisk fremadrettet. Strategien herfor kan inddeles i tre foki:

1. Inddragelse af kommuner

Foreningen vil fra 2013 inddrage minimum 10 kommuner i Region Hovedstaden, som kan støtte op om aktørerne i netværket bag festivalen. Foreningen bag festivalen vil i denne forbindelse arbejde målrettet for, at få kommunerne til at samarbejde på tværs, både om markedsføring, koordination og udvikling af arrangementer.

2. Sponsorater

Foreningen vil arbejde målrettet for at få flere sponsorer tilknyttet festivalen. I 2012 er bl.a. Tuborg sponsor. Fra 2013 er det målet, at opsøge internationale virksomheder med et moderne syn på globalisering, som vil passe til festivalens positive syn på mangfoldighed. Eksempler herpå er f.eks. Saxo Bank og Benetton.

3. Øget billetsalg, samt mad og drikke

Foreningens målsætning er, at salg af billetter, drikke og mad vil stige i takt med at der arbejdes målrettet for publikumsudvikling og udbredelse af festivals-netværket.

PUBLIKUMSUDVIKLING OG NYSKABENDE KULTURARRANGEMENTER

Foreningen bag CPH WORLD har lagt en nøje planlagt strategi for publikumsudvikling i hele regionen, samt tiltag der kan fordre nye samarbejder om nyskabende kulturarrangementer i regionen. Strategien kan inddeles i 7 områder.

1. Transportabel regional 'promo-scene'

Den bedste promotion er at give publikum en forsmag på hvad de kan opleve under festivalen, der hvor de bor. CPH WORLD vil derfor frem mod festivalen i 2013 og 2014 derfor lave en transportabel scene i form af en lastbil, som skal køre rundt i hele regionen, og hvorfra der skal afholdes gratis promotion-koncerter på torve og pladser i det offentlige rum. I forbindelse med koncerterne vil programmet for festivalen og diverse flyers og merchandise blive uddelt.

2. Opsøgende arbejde gennem 3 frivilliggrupper

For at opnå publikumsudvikling vil festivalen fra 2013 også tilknytte tre forskellige grupper af frivillige med hver deres publikumsudvidende mission.

Den ene gruppe af frivillige, kalder vi '*street-teamet*', idet deres formål er at arbejde på gadeplan i det offentlige rum og bl.a. medvirke ved andre større kulturarrangementer, hvor de kan uddele flyers, merchandise, programmer og reklamere for festivalen.

Frivillig gruppe nummer 2 skal have fokus på diverse *sociale medier* og reklamere for og sprede ordet om festivalen online, bl.a. facebook og diverse musikblogs.



Den 3. og sidste frivilliggruppe, skal have fokus på 'uddannelsesinstitutioner', dvs. folkeskoler, universiteter, gymnasier og lignende. Ligesom de to andre frivilliggrupper, er det deres formål at sprede ordet om festivalen og dens arrangementer.

3. Karavane i det offentlige rum

Karavanen, som blev beskrevet ovenfor, er også en del af strategien for publikumsudvikling. Det er meningen at karavanen, bestående af en samle-pakke med musik, lys og lyd, også kan tilbydes til etniske musikforeninger, uddannelsesinstitutioner, børneinstitutioner og ikke mindst storcentre og stationer og andre steder i det offentlige rum. Formålet hermed er at møde folk der, hvor de er i deres hverdag.

4. Skole- og børnekoncerter

Fra 2013 et det et af foreningens mål, at inddrage projekter, der støtter skole og ungdomskoncerter, som en integreret del af festivalen.

Inddragelsen af arrangementer og koncerter, der henvender sig til børn og unge, er således allerede et nedskrevet mål i forbindelse med de samlede mål om publikumsudvikling.

CPH WORLD's bestyrelse vil desuden opfordre til, at arrangørerne laver flere børnearrangementer for de yngste, hvor børn og forældre bliver præsenteret for verdensmusik. LMS (Levende Musik i Skolen) har vist, ved deres udvælgelse af mange verdensmusikorkestre til deres skolekoncerter, at verdensmusik egner sig til børn i det, at man kan formidle musikken således at børnene inddrages og aktiveres. De bliver præsenteret for genrer, som de ellers ikke stifter bekendtskab med i deres dagligdag.

5. Ambassadører og mediedækning

Publikumsudvikling skal også ske ved at komme så bredt ud i medierne som muligt. Til dette formål er det strategien, at tilknytte en gruppe kendte ansigter, som kan virke som ambassadører for festivalen i diverse medier. I 2012 optræder Master Fatman f.eks. bl.a. som ambassadør for festivalen på TV, bl.a. TV2 Lorry.

6. Inddragelse af dansemiljøer

Flere af world genrerne har tilknyttet store grupper af danseforeninger, f.eks. salsa, tango, flamenco, afrikansk, brasiliansk samba. En af foreningens målsætninger er derfor, med henblik på at skabe publikumsudvikling, at inddrage så mange af de eksisterende danseforeninger i foreningen, således at de kan koble sig på diverse koncertarrangementer. F.eks. kan salsaforeninger koble sig på salsa-koncerter og f.eks. tilbyde undervisning inden koncerten. Herved får hvert arrangement en bredere målgruppe og større synlighed ved at komme ud i flere typer af kulturmiljøer.

7. Opsøgende arbejde overfor publikummer med anden etnisk herkomst end dansk

Opsøgende arbejde overfor Etniske grupper: Koordinatoren tager kontakt gennem festivalens kontakter gennem Smag Verden og Verdenskulturcentret, Missing Voices, Nørrebro Festivalen, Copenhagen Carnival



AFRUNDING

I 2012 løber festivalen lige akkurat rundt i en mindre version takket været et tilskud på 220.000 kr. i fondsmidler fra henholdsvis Statens Kunstråds Musikudvalg, Tuborg fondet, World Music Denmark og Nørrebro Lokaludvalg, samt en større tilskud fra entreindtægter.

For at udbrede festivalens netværk af musikaktører til hele regionen, samt for at skabe publikumsudvikling i hele regionen, således at festivalen bliver økonomisk bæredygtig fremadrettet, samt at den kan blive en rigtig stor succes og oplevelse for publikummer i hele regionen fra 2013 og frem, vil støtte fra Region Hovedstaden være en fantastisk hjælp.

Støtte fra Region Hovedstaden vil ikke alene gavne den danske worldscene og publikum, men også skabe varige netværk mellem kommuner, arrangører, etniske foreninger, publikummer, spillesteder og skoleinstitutioner i hele regionen.



Spillesteder i Region Hovedstaden der skal inddrages i 2013 og 2014

Toldkammeret Helsingør
Kulturværftet i Helsingør,
Muzikhuset på Bornholm,
Forbrændingen i Albertslund,
Gimle Føllenslev,
Viften i Rødovre,
Portalen i Greve,
Templet i Lyngby,
Gjethuset i Frederikssund,
Pilegården i Brønshøj
Vanløse Kulturhus
Loppen på Christiania København
Copenhagen JazzHouse i København
Baltoppen, Ballerup
Karens Minde Kulturhus, Sydhavnen
Amager Bio, København
Metronomen, Godthåbsvej 33, Frederiksberg
Bright Park Bornholm, Gl. Rønnevej 17A, Nexø
Gentofte Hovedbibliotek, Ahlmanns Allé 6, Hellerup
Forsamlingshuset Nødebo Kro, Nødebovej 26, Fredensborg
Herlev Medborgerhus, Herlevgårdsvej 18-20, Herlev

Etniske foreninger der skal inddrages i 2013 og 2014

ALBA DANSK

En albansk kulturforening der arbejder med sociale og kulturelle aktiviteter for dansk-albanere i København.

BURUNDI BØRNE- OG KULTURFORENING

Arbejder med formidling af burundisk kultur i Danmark.

CASA LATINOAMERICANA

Er et samlingspunkt for folk, der har interesse i Latinamerika. Foreningen udvikler og afholder forskellige slags aktiviteter relateret til Latinamerika.

www.casalatinoamericana.dk

COLOMBIA VIVA – Den Colombianske folkloredansegruppe i Danmark

Arbejder på at indvie danskere i colombiansk kultur og på at vise Colombia i et mere positivt lys.

www.colombia-viva.dk.

DANSK-ARMENSK FORENING

Arrangerer kulturelle aktiviteter, rejser, humanitært arbejde samt besøgsven- og mentorordninger, lektiehjælp og aktiviteter for unge.

www.danarmen.dk

DANSK-CUBANSK FORENING 3

Arbejder på at udbrede kendskabet til den cubanske revolution og på at udvikle venskabelige forbindelser mellem Danmark og Cuba.

www.cubavenner.dk

DANSK FLYGTNINGEHJÆLP – Netværksgruppen i København



Er en del af Dansk Flygtningehjælps netværk af frivilligrupper, der arbejder for at styrke integrationen af flygtninge og indvandrere i samfundet.

www.frivilligehuset.dk

DANSK-MAROKKANSK VENSKABSFORENING

Formidler oplysninger om Marokko og Danmark, samt arrangementer i Danmark og Marokko.

www.danskmorokkanssk.wordpress.com

DEN SPANSKE MUSIK- OG KULTUR FORENING

Arrangerer diverse komsammen-fester med spansk gastronomi, kultur og musik i centrum.

www.fritidsbutik.dk/sw53727.asp?StamkortId=107

DET KURDISKE INITIATIV I DANMARK - DK1

Afholder arrangementer af social og kulturel karakter.

adnanaga@gmail.com

DIALOG FORUM

Arrangerer forskellige arrangementer der bidrager til at skabe dialog, forståelse og gensidig respekt. www.dialogin.dk

FILIPINO ASSOCIATION OF DENMARK OG RADIO PINOYS VENSKABSFORENING

Arrangerer forskellige sociale og festlige aktiviteter og udgør et socialt netværk for herboende filippinere.

www.fad4u.dk

FOKUS A

Arrangerer bl.a. kulturelle arrangementer for unge kurdere i Danmark.

www.fokus-a.dk

GLOBAL GENERATION Er en platform for udveksling af interkulturelle idéer, traditioner og udtryk.

www.globalgeneration.dk

GLOBAL KIDZ

Tilbyder børn undervisning i dans fra alverdens lande. Det er professionelle herboende kunstnere, der underviser.

www.globalkidz.dk

HOVEDSTADENS RØDE KORS

Laver aktiviteter, der fokuserer på at fremme integration, afhjælpe ensomhed og yde omsorg.

www.hovedstaden.drk.dk

INTEGRATION & FRITID, KULTUR - OG FRITIDSFORVALTNINGEN, KØBENHAVNS KOMMUNE

Formidler hjælp, rådgivning og vejledning til og om integrationsarbejde på kultur- og fritidsområdet.

www.kk.dk/integrationogfritid

JAVANEH

Formidler information til børn og unge om forskellige begivenheder indenfor sportens, musikkens, politikens og kunstens verden.

www.javaneh.dk

KULTURVÆRKSTEDET DAGMAR

Iværksætter sociale, sportslige og kreative aktiviteter for, og sammen med, udsatte befolkningsgrupper.

www.kulturdagmar.dk

NØRREBRO LOKALUDVALG

Fungerer som bindeled mellem Københavns Borgerrepræsentation og Nørrebros borgere og sikrer således dialogen imellem Nørrebros borgere og politikerne på rådhuset.



www.noerrebrolokaludvalg.kk.dk

Samarbejdspartnerne i 2012

Foreningen Copenhagen World Music Festival består indtil nu af:

Copenhagen World Music Festivals bestyrelse:

Anders Tresselt, Støberiet (Formand)
Karsten Dawids, Club Mambo (Næstformand)
Annette Vinther, Koncertarrangør (bestyrelsesmedlem valgt for 2 år)
Maria Carelse, Formand World Music Denmark (bestyrelsesmedlem valgt for 2 år)
Kim Jezus Henriksen, Verdensklubben (bestyrelsesmedlem valgt for 1 år)
Peter Jønsson, Krudttønden (suppleant valgt for 2 år)
Annette Bellaoui, Missing Voices (suppleant valgt for 1 år)

Spillesteder

VEGA
Pumpehuset
Huset i Magstræde
Global Copenhagen
Spillestedet Stengade
Klaverfabrikken, Hillerød
Råhuset
Onkel Dannys Plads
RUST
Club Mambo
Krudttønden
Støberiet
Søpavillionen
Operaen
Kapelvej 44,
Korsgade
Brorsons Kirke
Karensminde Kulturhus

Festivaler

Copenhagen Carnival
Copenhagen Arts Festival
Smag Verden – Mangfoldighedsfest (Internationale Dage)
Cuban Festival
Sange Fra Broen

Koncertarrangører

Sky Juice Promotion
Cuban Culture Club
Koncertarrangør AVH Productions
Flamencoforeningen El Duende
Balkan Festudvalget
Ekko fra Cuba
Couleur Café Festival
Vesterbro Festival
Verdensklubben

Copenhagen World Music Festival 2013- 2014

www.cphworld.dk



M2Tango
Tango del Norte
Tranquebar Musikbutik
Verdenskulturcentret
Shelby Production
Crawford Media
Salsa Libre
Rub A Dub Sundays
Copenhagen Carnival
Rub A Dub Sundays
Al Agami – Repræsentant for nyt World Music Festival idé
DeMoov
Foreningen Urban Exploration
Missing Voices
Balkan beat Party
Foreningen Bantaba

Organisationer

World Music Denmark

Formelle oplysninger:

Foreningens CVR nr., projektansvarlig, kontooplysninger:

CVR nr.: 32 87 48 27

Reg. nr. / Konto nr.: 6735 1060594

Projektansvarlige:

Copenhagen World Music Festivals bestyrelse:
Anders Tresselt, **Støberiet** (Formand)
Karsten Dawids, **Club Mambo** (Næstformand)
Annette Vinther, **Koncertarrangør** (bestyrelsesmedlem valgt for 2 år)
Maria Carelse, Formand **World Music Denmark** (bestyrelsesmedlem valgt for 2 år)
Kim Jezus Henriksen, **Verdensklubben** (bestyrelsesmedlem valgt for 1 år)
Peter Jønsson, **Krudttønden** (suppleant valgt for 2 år)
Annette Bellaoui, **Missing Voices** (suppleant valgt for 1 år)

Budget & finansieringsplan 'Copenhagen World Music Festival 2013 - 2015

PROJEKT-INDTÆGTER

	2013		2014		2015
Region Hovedstaden	kr.	600.000	kr.	300.000	kr.
Statens Kunstråds Musikudvalg	kr.	300.000	kr.	300.000	kr.
Kommunale tilskud	kr.	350.000	kr.	550.000	kr.
Støtte fra fonde / offentlig støtte	kr.	120.000	kr.	300.000	kr.
Støtte fra sponsorer	kr.	200.000	kr.	300.000	kr.
Entréindtægter	kr.	1.260.000	kr.	1.600.000	kr.
Nettofor tjeneste fra salg af drikkevarer, mad mm.	kr.	120.000	kr.	300.000	kr.
					400.000
					-
					300.000
					750.000
					300.000
					300.000
					2.000.000
					400.000
I alt	kr.	2.950.000	kr.	3.650.000	kr.
					4.050.000

PROJEKT-UDGIFTER

	2013	2014	2015
Udviklings- og netværksarbejde			
Nye samarbejdsprojekter mellem kommuner og festivalen	400.000		
Udbredelse og styrelse af arrangør-netværket	kr. 75.000	850.000	1.000.000
Udvikling og etablering af 3 frivilligrupper	kr. 75.000		
Publikumsudvikling: Opsøgende arbejde skoler og uddannelsesinstitutioner	kr. 50.000		
Publikumsudvikling: Opsøgende arbejde etniske grupper	kr. 50.000		
Udviklings og fasttømring af foreningen bag festivalen gennem netværksmøder	kr. 50.000		
Inspirationsdage med oplæg v/ bl.a. reklame og marketingskonsulent Christian Have	kr. 50.000		
Udvikling og vedligeholdelse af fælles kontaktfølelsesmateriale	kr. 3.000		
Ansøgning om fondsmidler	kr. 5.000		
Generalforsamlinger	kr. 5.000		
Bestyrelsesmøder	kr. 7.000		
Transportabel regional promo-scene			
Leje i åben lastbil, leje af lys, lyd, lydmand, lysmand	kr. 40.000	90.000	90.000
Tariffer til musikere	kr. 50.000		
Musik-karavaner' med skole og aftenkoncerter			
3 karavaner med 2 orkestre hver, transport, lys, lyd, forplejning	kr. 200.000	200.000	200.000
Udgifter i forb. med koncerter og arrangementer			
Honorarer til musikere, DJ m.m.	kr. 940.000	1.612.000	2.150.000
Produktion (lydmand, lydmand, afvikling)	kr. 170.900		
Backline (leje af udstyr)	kr. 42.000		
Transport (af gear)	kr. 49.500		
Forplejning (bands)	kr. 68.500		
Ophold (hotel for udenlandske musikere)	kr. 117.500		
Leje af lokaler, samt security	kr. 179.500		
KODA	kr. 44.100		
PR og markedsføring			
Viralkampagner	kr. 40.000	140.000	200.000
24-siders programavis	kr. 20.000		
Plakater: grafik, tryk og distribution	kr. 20.000		
Flyers/postkort: grafik, tryk og distribution	kr. 10.000		
Annoncer	kr. 50.000		
Formidling, dokumentation og kommunikation			
Hjemmeside: programmering og opdatering	kr. 15.000	228.000	400.000
Kommunikations- og journalistisk arbejde	kr. 90.000		
Dokumentation af festivalen: video og fotos	kr. 50.000		
Koordination af PR og markedsføring	kr. 73.000		
I alt	kr. 2.950.000	kr. 3.650.000	kr. 4.050.000