

## **ANSØGNING OM PARTNERSKAB MELLEM SWOOP CHALLENGE (SC) OG KØBENHAVNS KOMMUNE (KK)**

*København, december 2014*

Peblinge Sø midt i København bliver i juni 2015 omdannet til en hæsblæsende faldskærmsarena, når 20 af verdens bedste faldskærmpiloter kaster sig ud fra helikoptere og suser ned mod søen med 150 km i timen. Lige inden de rammer vandet retter de skærmen op, skøjter henover vandet i vilde freestylers og lander på en platform foran Søpavillonen, hvor tilskuerne vil blive forkælet med verdens første professionelle faldskærmskonkurrence midt i en storby og hovedstad.



### **BAGGRUND**

Med udgangspunkt i København vil SC-organisationen skabe en af verdens fedeste ekstremsportsevents ved nyskabende brug af byens kulturelle hotspots samt en banebrydende liveproduktion.

Organisationen har arbejdet på projektet siden slutningen af 2013 med samarbejdspartnere som Teknik- og Miljøforvaltningen, Trafikstyrelsen, Naviair,



Wonderful Copenhagen, Dansk Faldskærms Union (DFU/3.300 medlemmer), Københavns lokale erhvervsliv med flere.

Arbejdet førte til afviklingen af beta-eventen SC Pre Tour den 2. august 2014, der tydeligt viste en enorm interesse for eventen.

Med et simpelt setup i år genererede SC Pre Tour en kæmpe interesse og buzz omkring faldskærmssporten i Danmark. 20.000 tilskuere mødte frem for at se faldskærmspiloter lande deres skærm midt på Peblinge Sø med 150 km i timen, og landsdækkende TV dokumenterede begivenheden live.

Eventen var blot en forsmag på SC-projektet. I 2015 vil København igen være midtpunkt i en unik sportsevent, der afvikles over flere dage, og vil samle op mod 60.000 tilskuere. Fredag præsenteres alle deltagerne under åbningsceremonien 'Friday Night Lights' ved Operahuset og Amalienborg. Lørdag vil 20 af verdens bedste swoopere gennem 6 timer dyste om den eftertragtede titel SC CPH Invitational 2015 Champion. Det er gratis at være tilskuer til eventen.

København brandes internationalt på spektakulær vis fra oven for sin nytænkende brug af smukke og historiske lokationer, og viser København som en trendy, kreativ og innovativ hovedstad, der har et meget mangfoldigt kulturliv.

KK vil gennem et samarbejde med SC-organisationen være first mover på et koncept, der kun har taget det første af mange skridt. I 2016 går SC ud over de danske grænser som en World Tour, hvor der udover København også vil indgå andre af verdens smukkeste og historiske storbyer.

## **FALDSKÆRM TIL FOLKET**

Filosofien bag SC går i al sin enkelthed ud på at bringe faldskærmssporten til folket. Ekstremporten tages til hjertet af byen og inviterer borgerne til at opleve en unik sportevent i unikke rammer. Idylliske urbane venues iscenesættes ved at blive omdannet til en levende arena, der for alvor bringer en puls til byen.

### **Tre ikoniske venues i København**

Organisationen har valgt tre af Københavns ikoniske områder, der vil blive aktiveret med eventen.

'Friday Night Lights' afvikles på Københavns Kanal ved de kulturelle monumenter Den Lille Havfrue, Operaen og Amalienborg. Lørdag afvikles konkurrencen og området omkring Peblinge Sø aktiveres gennem de seks timers hæsblæsende swooping på søen. Fælledparken bliver basen for de helikoptere, der bringer atleterne fra jord til luft i pendulfart. Kort fortalt forvandles hjertet af København til en luftarena både fredag og lørdag.



### **Omgivelser og faciliteter**

Selvom både havnefronten, Søerne og Fælledparken aktiveres vil borgerne ikke lide overlast som de er vant til fra de normale idrætsevents i København såsom motionsløb og triatlon. Hovedsageligt er logistikken omkring SC i luften og på vandet, og derfor kan københavnerne frit bevæge sig rundt i byen som var det en normal dag.

SC CPH Invitational 2015 er et kæmpe ekstremsportsmæssigt setup, og det første af sin slags i en storby nogensinde, men vil ikke efterlade et synligt aftryk, da byens faciliteter egner sig perfekt som ramme for eventen. Alt der er behov for er luft og vand – resten kommer SC med.

Det er vigtigt for organisationen, at faciliteterne afleveres tilbage til byen i ordentlig stand, hvorfor samarbejdet med Renhold fra i år ønskes udvidet yderligere, så vi ikke blot samler og bortskaffer affald, men også handler miljømæssigt korrekt med affaldssortering på venue.

### **AKTIVERING AF BORGERNE**

SC CPH Invitational 2015 præsenterer borgerne for en ny type event med maksimal aktivering. Det kulturelle aspekt indeholder fart, action og spænding, og eventen fungerer som klassisk tilskuersport med wow-faktor og tilbageholdt



åndedræt. Det er dog lige så meget en generel introduktion til faldskærmssporten og hvad den kan byde på.

SC CPH Invitational 2015 består af følgende fire bærende komponenter:

- **Friday Night Lights (FNL)**, der er åbningsceremonien,
- **Swoop Competition**, der er selve konkurrence-delen,
- **Swoop Arena**, der er venue og aktivering i ét,
- **Swoop 360 Production**, hvor vi sikrer os, at eventen eksponeres til et stort publikum, både on sight men også internationalt, så partnere brandes mest muligt, samt at folk forstår sporten og konkurrencen.

### **Friday Night Lights (FNL) åbningsceremoni, fredag**

Der er planlagt en storstilet åbningsceremoni dagen før selve konkurrencen, der aktiverer byens levende havnefront ved Den Lille Havfrue, Operaen og Amalienborg: Friday Night Lights er hvor SC bogstaveligt talt lander i København. Alle deltagere springer ud fra 1.500 meters højde og lander deres skærm en efter en lige foran publikum. Forud for og efter atleternes faldskærmsspring vil publikum blive stimuleret af musik, flyveopvisninger, faldskærmsopvisninger og andre sideevents.

### **Swoop Competition**

Gennem 6 timer vil 20 internationale og nationale atleter dyste om at blive SC CPH Invitational 2015 Champion. Om formiddagen foregår de to kvalifikationsrunder hvor 20 atleter bliver til 16, og om eftermiddagen findes vinderen efter tre konkurrencerunder. I alt gennemføres minimum 80 swoops hvor det bedste trick vinder. Der er flere danske atleter der kan være med i kampen om titlen. Peter Kallehave og Christian Webber ligger nummer 14 og 17 i verden og er de bedste danske kandidater.



## **Swoop Arena**

Målsætningen med Swoop Arena er at koble faldskærmsmiljøet sammen med værtsbyens kultur og erhvervsliv og skabe en unik ramme for faldskærmskonkurrencen.

Området omkring Peblinge Sø bliver omdannet til en arena, hvor der bliver mulighed for fuld aktivering af publikum.

Sideevents både på vand og på land vil underholde og inddrage folk i alle aldre. Eksempler på dette er atleterne der pakker deres faldskærme, DFU og de sjællandske klubber, der fortæller om sporten og lader publikum prøve faldskærmsudstyr, storskærme der viser liveproduktion og interviews, street art med fokus på grønt miljø samt de lokale idrætsforeninger, der bliver en del af det urbane sportsmiljø, når skateboardere indtager en flydende rampe og parkour gennemføres på vand og på land. Dette er blot nogle få eksempler på utallige muligheder for en helstøbt eventoplevelse.

SC undersøger mulighederne for design af arenaen ud fra adfærdsdesign og -videnskab (eksempelvis gennem den danske virksomhed KL.7) så det sikres, at folk ledes rundt til alle aktiviteter, opfordres til at bruge skraldespande med mere. Da vi samler en stor mængde borgere på relativt små arealer på relativt kort tid, kan de data og konklusioner der opnås under SC CPH Invitational 2015 bruges af KK i andre henseender – om det er til andre events eller i design og planlægning af byens faciliteter.

Ligeledes vil organisationen indgå aftaler med det lokale erhvervsliv for at sikre, at publikum kan købe mad og drikke undervejs.

## **Swoop 360 Production**

Med en banebrydende medieproduktion sikrer vi, at publikum føres ind i faldskærmsverden. Publikum kan følge atleterne live fra deres point-of-view (POV) når de hopper ud af helikopteren i 1.500 meters højde, til de swooper henover søen blot få meter foran publikum. Publikum får et helt nyt perspektiv på deres by, nemlig fra oven.

De danske produktionsselskaber CPHLive og Playground Production står bag udviklingen af medieproduktionen, der vil være på højde med produktioner til andre verdenskendte ekstrem sportsevents. Det er en produktion af højeste kvalitet som indbefatter elementer som; live POV atleter, kameradroner, superslow, live fra helikoptere, grafik, speak undervejs, interviews m.m.

Det samlede arbejde fra begge virksomheder vil resultere i en liveproduktion og flere postproduktioner. Den to timer lange liveproduktion af konkurrencen tilbydes TV og/eller internetkanaler. KK har her mulighed for at udvælge kulturelle



seværdigheder der ønskes promoveret af kameraer fra helikopter, som man kender det fra Tour de France.

De adskillige pre-produktioner vil ikke kun promovere SC og dens partnere, men også uddanne tilskuere i faldskærmssporten. Produktionerne bliver startet op i marts, hvor SC-organisationen og de to produktionsselskaber drager til Dubai, faldskærmssportens centrum, og tester setuppet og møder SC atleter. Når atleterne kommer til Danmark weekenden inden konkurrencen for at træne i en nordjysk faldskærmsklub, produceres yderligere videoer.

Al medieproduktion vil blive brugt aktivt i markedsføringskampagnen før, under og efter eventen, og er nøglen i at opnå international eksponering. Postproduktion, liveproduktion eller live-on-tape søges spredt på internationale TV-kanaler og internet. KK har derfor en unik mulighed for at brande byen til nye turister.

### **Målgruppe**

Erfaringer fra Pre Tourens tilskuere samt en opgørelse over trafikken på de sociale media har vist, at SC har to målgrupper;

Den primære målgruppe er de 18-30 årige, der bruger det som en social event, hvor de med en vennegruppe kan samles og nyde dagen sammen i solen.

Den sekundære målgruppe der var til Pre Tour var den danske børnefamilie med enten små eller unge børn, men det er tydeligt, at tilskuersegmentet er utrolig bredt.



Med op til 20.000 tilskuere i år til en to timers event, føler vi os sikre på, at vi i 2015 med et endnu stærkere setup på alle parametre, kan aktivere 40.000-50.000

mennesker til seks timers event ved Peblinge Sø, samt yderligere til Friday Night Lights og i Fælledparken. Et kvalificeret bud er, at mindst 60.000 personer vil se eventen live i København i 2015.

Da SC er en helt ny sport i helt nye rammer er det en unik mulighed for at opnå kontakt til nye kulturbrugere, der ikke finder de normale kulturtilbud tiltalende.

## **BRANDING AF KØBENHAVN**

### **Mediearbejdet**

Ved pre-eventen i år så vi, at medieinteressen for SC er meget stor. Med det optimerede setup og koncept for 2015 er potentialet enormt, og vi er i gang med at udvikle en strategi, så medierne kan fortælle vores historie om SC. Der er så mange gode historier at fortælle, at både lokale, regionale samt nationale medier vil dække eventen. Desuden er eventen så unik, og vi har så stærke atleter og forbindelser til udlandet, at vi kan opnå international før- og efteromtale, når store networks følger deres lands atlet(er) tæt undervejs i København.

Med liveproduktionen er det også en mulighed for medier at få adgang til vores feed – de skal blot koble deres sendevogn til. Samtidig er vi gået i dialog med TV 2 om at de sender live fra dagen samt/eller laver en live-on-tape produktion. SC organisationen arbejder også på at få konkurrencen vist live eller live-on-tape på internationale TV-kanaler og/eller internet. Et eksempel på dette er TV-kanalen Eurosport eller et netstream til Kina gennem virksomheden Arkena. Internationale TV-kanaler er SC's førsteprioritet, da de kan få billeder af København som aldrig er set før.

### **Sociale medier**

Sociale medier bliver også integreret før, under og efter eventen. Facebook, Twitter og Instagram vil blive brugt aktivt med masser af konkurrencer og fede billedmuligheder. Der vil være mulighed for at folk kan interagere direkte med atleter og fx se deres egne oplæg live på eventens storskærme.

### **Økonomi og budget**

Faldskærmseventen SC CPH Invitational i juni 2015 vil for alvor være med til at cementere København som Skandinaviens eventhovedstad.

Vi bringer faldskærmssporten til folket, hvor vi gennem vores aktiveringsarena samt liveproduktion guider tilskuerne ind i sporten og udbreder kendskabet til den, udnytter ikoniske Københavner-hotspots på nytænkende vis og brander København fra helt nye vinkler både nationalt og internationalt i samarbejde med stærke partnere.



Kultur- og Fritidsudvalget ansøges om finansiel støtte på 500.000 DKK af det samlede budget på 3.138.955 DKK.

## **Budget SC CPH Invitational 2015**

### **Udgifter**

1000 Administration og organisation	DKK 300.000
1100 PR/Markedsføring og sponsorship	DKK 325.000
1200 Produktion	DKK 900.000
1300 Sideevents	DKK 135.000
1400 Afvikling af konkurrence	DKK 393.920
1500 Venue	DKK 140.000
1600 Præmier og honorarer	DKK 220.000
1700 Transport	DKK 70.000
1800 Indkvartering	DKK 86.400
1900 Forplejning	DKK 55.275
2000 Receptioner og Hospitality	DKK 69.000
2100 Specielle udgifter	DKK 24.000
2200 Forsikringer	DKK 60.000
2300 Uforudsete udgifter: 10% af konto 1100-2200	DKK 277.860

### **Total**

**DKK 3.056.455**

### **Indtægter**

5000 Value In Kind (VIK)	DKK 871.675
5100 Finansiering sponsor	DKK 1.500.000
5200 Finansiering offentlig	DKK 750.000

### **Total**

**DKK 3.121.675**

## **[Reportage fra TV Avisen](#)**

### **Bilag**

Bilag 1: Tidslinje SC CPH Invitational 2015.



# TIDSLINJE SWOOP CHALLENGE CPH INVITATIONAL 2015



SUNDAY	Ankomst Danmark
MONDAY	Træning NJFK
TUESDAY	Træning NJFK
WEDNESDAY	Træning NJFK
THURSDAY	Træning NJFK
FRIDAY	Friday Night Lights
SATURDAY	CPH Invitational 2015
SUNDAY	Oprydning og afslutning

Fleksibilitet i afvikling i tilfælde af dårligt vejr

Mediekampagne



