

Til Københavns Kommunes Kultur- og fritidsudvalg
Festivalpuljen



Ansøgning til Vanløse på den 2. Ende 2019, 1. juni

2017.08.17
CJ/MH
cj@gev2720.dk

Vanløse på den 2. Ende 2018

På vegne af GEV Vanløse Erhvervsforening, ansøges der hermed om midler til afholdelse af den årlige byfest i Vanløse d. 2. juni 2018.

Arrangør: GEV Vanløse Erhvervsforening, momsregistreret, cvr. 34685827

1. Vanløse på den 2. Ende

Vanløse på den 2. Ende har i 9 år, været afviklet i Vanløse i starten af juni. Festen har altid været arrangeret af Vanløse Erhvervsforening og i nogle år, i samarbejde med Vanløse Lokaludvalg og i de sidste 3 år økonomisk støttet af Vanløse Lokaludvalg.

Der har sidste år været ca. 25-30.000 besøgende. I 2019 forventes der med det udvidede program, at komme mindst 35.000 besøgende.

Fotos, video mv. kan findes på Facebook: <https://www.facebook.com/Vanløse-på-den-2-ende-2018-1393563364297312/?fref=ts>

Dagens festlige arrangement indledes med march med musik af et dygtigt tamburkorps, efterfulgt af en åbningstale. I 2017 blev talen holdt af Kultur- og fritidsborgmesteren i Københavns Kommune, Carl Christian Ebbesen.

2. Aktiviteter og loppeboder for borgerne

Her efter åbner de mange loppeboder for både børn og voksne, ligesom de lokale butikker rykker ud på gaden, med både tilbud og aktiviteter af al slags, konkurrencer, hoppeborge, rodeotyr og andre kreative indslag, musik foran cafeer og restaurationer, gøglere og dans i gadebilledet og andre aktiviteter til underholdning for byens borgere og de mange gæster.

Vi har traditionelt fokus på, at især de lokale sports- og idrætsforeninger samt andre lokale kræfter, er til stede og viser alle de tiltrækkende muligheder der er for et aktivt foreningsliv, der er for det store antal børn og unge, vi har i bydelen og som ses på en dag som denne. Også de politiske partier har en betydningsfuld plads i gadebilledet, hvor de kæmper for deres mærkesager og fremtidens visioner for byens borgere.

Jernbane Alle fyldes med boder og aktiviteter og der lukkes for trafik i forbindelsen Vanløse Torv, Jernbane Alle og Vanløse Alle. Vi forventer at måtte udvide denne lukning i 2019 ned til Bogholder Allé, på grund af tidligere set pladsmangel.



3. Gratis musik i Vanløse

Vanløse Torv / Vanløse Alle er ramme om den store scene, hvor lokale amatørorkestre og mange andre får mulighed for at udfolde sig. Blandt andet børnesangkonkurrencer afvikles og der er muligheder for udfoldelse for unge talenter på en stor professionel scene.

Fra klokken 17.00 og indtil midnat afholdes det store professionelle musikprogram og erfaringer viser at der vil være fuldt af festglade borgere, som nyder både musik, mad og drikke fra de lokale boder.



4. Formål/målgruppe

Vanløse på den 2. Endes målsætning er at samle bydelen Vanløse i et stort fælles arrangement. Vi viser at Vanløse er en betydningsfuld del af hovedstaden med stigende antal tilflyttere. Festens formål er blandt andet at vise borgerne fra nær og fjern, hvad Vanløse kan byde på. Både med hensyn til kultur, sport og erhverv men også at arrangementet kan virke som en "brobygger" imellem borgerne og det lokale forenings- og erhvervsliv.

Festen skal vise et bredt udsnit af de aktiviteter, der er i Vanløse, så som boldspil, dans i diverse former, teater og meget mere. Festen integrerer det lokale erhvervsliv i et fællesskab med borgerne, ved at være med på gadeplan og lave en masse aktiviteter for børn og barnlige sjæle med andre aktiviteter end de normalt er forbundet med, som fx hoppeborg, ansigtsmaling, flødebollekast, rodeotyr og meget mere.

Den store scene skal fyldes om dagen af lokale amatørmusikere, teatergrupper og dans.

På den måde forventer vi at være bindeledet mellem borgere, klubber og foreningerne, samt at styrke

selvforståelsen i Vanløse, som en by vi alle er glade for at bo i.

Det store musikprogram om aftenen, skal samle alle i én stor folkefest, hvor Vanløse torv og Vanløse Alle er fyldt med glade mennesker. Vi er desuden ganske bevidste om at støtte musiklivet blandt de store musikere på den danske musikscene, som naturligvis ikke er store uden at blive hyret til store arrangementer som netop Vanløse på den 2. ende

Med alle aktiviteterne i løbet af dagen, er vores erfaring, at vi kan tiltrække børn og voksne i alle årgange hele dagen.



5. GEV Vanløse Erhvervsforening

Vanløse Erhvervsforening (GEV) – er platform af frivillige selvstændige erhvervsdrivende, hvis formål er at udvide kendskabet til, opfinde og udvikle kontakten mellem erhvervslivet og dets kunder og borgerne i Vanløse og omegn.

Vores styrke er vores fælles netværk og viljen til at sikre et godt erhvervsklima, for vores medlemsvirksomheder. Vi prioriterer et stærkt netværk af engagerede virksomheder, med fingeren på pulsen, og som forening fungerer vi som erhvervslivets talerør, overfor kommunen og lokaludvalget.

Erhvervsforeningen er i de senere år, vokset til at have over 80 medlemmer, som spænder fra butikker, håndværkere, tandlæger, advokater, sportsforeninger og mange flere. Foreningen er fuldt momsregistreret.

GEV er en unik forening i København. Ingen andre bydele kan præsentere en forening som deltager i, og samarbejder om udadvendte aktiviteter, arrangementer og tiltag til glæde byens borgere, deres gæster, og familier, pendlere og naturligvis borgere fra andre dele af København og omkringliggende kommuner.

GEV Vanløse Erhvervsforening • Dronninglundvej 10 • 2720 Vanløse
CVR 34685827 • Telefon: 21723090, www.gev2720.dk, email: kontakt@gev2720.dk



Vi ser os selv som forbindelsen mellem det offentlige, erhvervslivet, klublivet og borgerne. Og vi vil meget gerne være med der hvor "rakterne" bliver fyret af. Der hvor initiativ og idérigdom findes.

6. Planlægningen af Vanløse på den 2. Ende

Hele festen planlægges fra Styregruppen under GEV Vanløse Erhvervsforening og arbejdet med og afviklingen af festen, udføres som 100% frivilligt arbejde af foreningens medlemmer.

Der bygges bro til andre organisationer i bydelen, hvilket gør at stort set hele bydelen inddrages i festen. Fx står spejderne for den løbende oprydning, håndbold foreningen deler flyers ud, VIF fodbold står for mange praktiske opgaver i løbet af dagen etc.

7. 10 års jubilæum for Vanløse på den 2. ende

Vi ønsker i anledning af 10 året, for dette fantastisk velbesøgte arrangement, at give Vanløses borger og gæster fra omegnen, en fest af nye dimensioner. I vores planlægning går tankerne i retning af Gnags, Birthe Kjær, Shu-bi-dua og Jørgen de Mylius som er nogle af de økonomiske tunge navne i branchen.

Der vil lige som de sidste 3 år, som den allersidste finale, være et kæmpe **festfyrværkeri**, til glæde for de mange som dagen igennem, har haft en dejlig dag i deres lokale "landsby" Vanløse. Fyrværkeriet er i øvrigt sponsoreret af et af vores medlemmer. Det giver god mening i vores ånd om frivilligt arbejde og som vi plejer at sige "vi giver tilbage til Vanløse".

Fra år til år bruger vi erfaringer til at videreudvikle arrangementet. Her er tilbagemeldinger fra deltagerne meget vigtige. Og der har været stor ros til dette års fest og mange glade hilsner på mails, tilbagemeldinger fra kunder i butikkerne og på de sociale medier.

Allerede nu kan vi se, at vi har et behov for en større del af Jernbane Allé, så vi også får plads til arbejdende kunstnere samt bedre plads til nogle af sportsklubberne. De har brug for mere plads til eksempelvis boldspil og andet som kan være upraktisk at foretage blandt de mange mennesker. Vi har estimeret at der var et gennemløb af deltagere på 15-20 tusinde mennesker til byfesten i 2017 og forventer endnu større deltagelse i den kommende fest, som kan blive et mindeværdigt 10 års jubilæum for Byfesten.

8. Mål og Evaluering

Som altid sætter vi os nogle mål for byfesten. Deri indgår formål, målgruppe, jvf: pkt 4, fokusområder er naturligvis alt fra sikkerhed, terrorsikring og forhold. Vi har ligeledes fokus på fornuftig inddeling af hele området hvor de private, henholdsvis de momsregistrerede handlende opererer. Vi søger at få fremhævet de mange kunsthåndværkere som Vanløse også har. Foreningerne i Vanløse er et yderligere og meget stort fokusområde. Vi gør stor brug af hinanden, ikke mindst i de store opgaver med oprydning og renholdelse som vi betaler flere foreninger for at hjælpe med.

Afvikling af det ganske omfattende arrangement er naturligvis afhængig af det enorme planlægningsarbejde vores forenings frivillige lægger, en værdisættelse heraf er umulig. Vi bruger mange hundrede timer, så alt fra planlægning, ansøgninger, tegningsmateriale, afmærkning af salgsområder, kølecontainere, toiletvogne, terrorsikring, scene og alt muligt andet er på plads i tide.

Budget til et så stort arrangement, er et job i sig selv, omsætningen er naturligvis vejrafhængig, men



udgifterne har vi altid godt styr på. Succeskriterier til en byfest er ret klare: Godt vejr. Mange mennesker. Gode musiknavne på scenen. Og det gode humør? Den ser vi at Vanløses borgere er ret gode til selv at bidrage med.

Forventninger til næste års jubilæumsbyfest er store, da vi både ønsker at udvide festens areal og få endnu mere prominente kunstnere på scenen til aftenens fest.

I vores evaluering lægger vi vægt på om vores mål blev nået og eventuelle udfordringer, som der skal tages højde for næste gang, samt om vores succeskriterier er opnået. Vi oplever eksempelvis at efter antallet af deltagere er steget, er behovene til sanitære forhold steget, der genereres mere affald, hvor vi igen næste år vil lægge pres på kommunes affaldshåndtering, så vores grønne grundidé også her bliver fulgt.

9. Vi kan – og vil gerne - bringe Vanløse på den 2. Ende til en ENDNU større succes

Som beskrevet, mener vi, at vi i Vanløse har et koncept på en byfest, som tilgodeser alle borgerne på alle niveauer. Vi formår at skruer en kæmpe folkelig fest sammen uden involvering af politi og vores bydel er ryddet, når vi går hjem om natten.

Vi håber, at Festivals Puljen vil støtte op omkring vores bydel, og være med til at gøre vores 10 års jubilæums byfest til noget helt specielt og ud over det sædvanlige.

Vi er selvfølgelig gerne uddybe og begrunde vores ansøgning og budget yderligere i håb om en positiv modtagelse af denne ansøgning. Det skal sige at vores indtægter er baseret på erfaringstal fra 2017. Men vi må forvente et større salg af boder, hvis vi får festen til Next Level. Vi håber også, at vi kan indhente større sponsorater på baggrund af, at Byfesten efterhånden er et velfunderet og stabilt, voksende arrangement og da vi kan høste af de erfaringer vi har haft som arrangører af byfesten igennem de seneste 4 år.

Med venlig hilsen
/Bestyrelsen GEV Vanløse Erhvervsforening
Formand Michael Hansen, Tang Sko
Næstformand Camilla Johansen, Den Gyldne Okse



10. Budget Vanløse på den 2. Ende 2019 1. juni

Udgifter

Musik	495.000
Scene/lyd etc.	175.000
Oprydning/afspærring (erfaringstal fra 2017)	47.000
Børneunderholdning	23.500
Toiletter/borde/stole	45.500
Annoncering/markedsføring mm	55.000
Uforudsete udgifter	20.000

Samlet udgifter 861.000

Indtægter:

Bodesalg	125.000
Forventet sponsorater	20.000

Samlet indtægter 145.000

Manglende midler 716.000

Ikke værdi satte indtægter

Frivilligt arbejde	200.000
Fyrværkeri	100.000

VANLØSE BYFEST
10
ÅRS JUBILÆUM
VANLØSE på den **2.** ende
2. JUNI 2018 ER DET
10. GANG VI HOLDER
VANLØSE BYFEST



GEV Vanløse Erhvervsforening • Dronninglundvej 10 • 2720 Vanløse
CVR 34685827 • Telefon: 21723090, www.gev2720.dk, email: kontakt@gev2720.dk



**Tjekliste til din ansøgning til Festivalpuljen
– KULTURARRANGEMENTER**

Din ansøgning skal være så kort og præcis som muligt. Følgende information bør dog som minimum indgå:

- Kontaktoplysninger
GEV Vanløse Erhvervsforening
Dronninglundvej 10
2720 Vanløse
Tlf.: 21723090
mailto: cj@dengyldneokse.dk / Michael@tangsko.dk
- Da ansøgningerne offentliggøres på kommunens hjemmeside - Kultur- og Fritidsudvalgets mødemateriale – skal I undgå personlige oplysninger som cpr-nummer, telefonnummer og bankkonto i jeres ansøgning.
- Oplys om du/I som arrangører er fuldt momsregistreret eller ej
Fuldt momsregistreret
- Titel på projektet, der søges om tilskud til
Vanløse på den 2. Ende
- Oplysning om hvor og hvornår projektet finder sted
2. juni 2018, fra kl 10 til 24. Vanløse Torv, Jernbane Alle samt Vanløse Alle
- Uddybende projektbeskrivelse (formål, omfang og forventede resultater/succeskriterier)
Se punkt 4, 2, 3, 7 og 8
- Forventet antal deltagere samt forventet antal publikum
Min. 30.000 deltagere
- Beskrivelse af projektets relevans for København - I hvilket omfang og hvordan skaber projektet værdi for København? (eksempler: nye samarbejder, opkvalificering af foreningslivet, side-events, nye målgrupper, publikum mv.)
Vanløse skal på Københavner kortet og VPD2E vil bidrage til at gøre Vanløse til en spændende og levende bydel at bo og færdes i. Festen bringer borgerne, foreningerne samt erhvervslivet sammen om gode positive fælles oplevelser i gadebilledet og via musikalske oplevelser
- Samarbejdspartnere i projektet (institutioner, organisationer, foreninger, frivillige m.fl ., som sammen med dig står bag projektet og deltager forpligtende i gennemførelsen)
GEV Vanløse Erhvervsforening herunder deres mange medlemmer, Vanløse Idrætsforening (VIF), Vanløse Håndbold, Spejderne, Vanløse Lokaludvalg samt div. butikker, foreninger som bidrager eller yder en indsats omkring festen
- Information om i hvilket omfang du/I som arrangør har erfaring med planlægning og afvikling af lignede projekter
Teamet bag planlægningen er de samme som har arrangeret festen de sidste 3 år



- Beløbet der ansøges
Kr 716.000

- Finansieringsplan med oplysning om, hvorvidt der er søgt og/eller bevilget støtte fra anden side
Se punkt 10. Der er ikke søgt andre steder men vi forventer at ville søge arrangement puljen til oprydningen/renhold.

- Hvis projektet tidligere har modtaget tilskud fra Københavns Kommune, skal du/I oplyse til hvilket formål samt beløbets størrelse.

Vi har de andre år modtaget støtte fra Vanløse Lokaludvalg samt arrangement puljen til oprydning/regnhold. 2017 er endnu ikke færdigbehandlet.

Du skal minimum vedlægge følgende bilag til din ansøgning:

- Et specificeret budget skal vedlægges ansøgningen. Alle forventede indtægter og udgifter skal fremgå, herunder evt. egen finansiering og forventet støtte fra anden side.

Se punkt 10

- Hvis projektet foregår i byrummet, skal du på forhånd have undersøgt om budgettet er retvisende i forhold til eventuelle merudgifter til renhold og lign.. Dette afklares med Teknik- og Miljøforvaltningen på tlf. 3366 3304 eller arrangementer@tmf.kk.dk

OBS! ANSØGNING OG BILAG SKAL SENDES I EN SAMLET PDF-FIL.





GEV Vanløse Erhvervsforening • Dronninglundvej 10 • 2720 Vanløse
CVR 34685827 • Telefon: 21723090, www.gev2720.dk, email: kontakt@gev2720.dk



Ansøgning om støtte til afholdelse af
VILD MAD Festival 2019 fra Kultur- og
Fritidsudvalget festivalpulje



København d. 1. oktober 2018

Ansøger:

Komitéen for MAD Symposium

Strandgade 93

1401 København K.

CVR: 34542236

Kontaktperson:

Direktør Melina Shannon-DiPietro

Tlf: 3160 7570

Email: msd@madfeed.co

Komitéen for MAD Symposium søger Kultur- og Fritidsudvalgets festivalpulje om 700.000 DKK eks. moms til produktion og afvikling af VILD MAD Festival 2019.

VILD MAD Festival

VILD MAD Festival er en offentlig festival, der sætter fokus på den vilde, spiselige natur. De grønne områder i og omkring byen er noget af det, der gør København til en helt særlig storby med en særlig profil. Naturen er nemlig en af byens helt store ressourcer for dens borgere og turister. For den enkelte, kan det at komme ud og bruge tid i naturen være kilden til nye oplevelser i byen og en bedre livskvalitet. VILD MAD Festival er en invitation til københavnernes om at komme ud og opleve sensommerens storslåede - og spiselige - natur i Naturpark Amager. Det er Danmarks største gastronomi- og naturbegivenhed, og den finder sted søndag d. 25. august 2019.

Sammen med foreninger, mikro-producenter, dygtige kokke og naturvejledere fra hele landet kan gæsterne på VILD MAD Festival lære at sanke vilde råvarer i naturen - og selvfølgelig at tilberede og spise råvarerne. Festivalen forvandler Amager Fælled til et eventyrland af spiselige oplevelser for børn og voksne. Området er som altid åben for alle, og størstedelen af oplevelserne kan man møde op på dagen og deltage i, helt gratis. Derudover er der til de særligt interesserede et udsnit af oplevelser, som man på forhånd kan købe billet til. Herudover er der boder med mad og drikke, sanketure i landskabet og meget mere. Ved at bringe byens borgere ud i naturen søger VILD MAD Festival at støtte op om Københavns Kommunes ambition om at skabe en rig og mangfoldig by med et sprudlende kulturliv.



Aktiviteter på festivalen

Festivalen åbner kl. 10 om formiddagen og lukker kl. 18. Festivalen er bygget op omkring en central plads, der fungerer som festivalens udgangspunkt. På pladsen kan man hele dagen lytte til samtaler om vild mad og musikalske indslag, og købe en familievenlig frokost baseret på vilde råvarer. I naturbaren kan man dagen igennem købe særlige drikkevarer, for eksempel saft, øl, vin og vilde cocktails med og uden alkohol. Herudover byder foreninger og organisationer fra den vilde verden rundt omkring på viden, inspiration og gratis smagsoplevelser. Når solen nærmer sig horisonten slutter VILD MAD Festival med en fælles middag tilberedt med udgangspunkt i sæsonens vilde planter og bær.

Fra festivalpladsen kan gæsterne dagen igennem begive sig ud i landskabet på planlagte ruter og blive klogere på hvilke spiselige oplevelser, de forskellige naturtyper byder på. Langs ruterne er der indlagt formidlingsaktiviteter og spiselige indslag befolket af kokke og naturvejledere, der dagen igennem åbner landskabernes spiselighed op.



Et udsnit af oplevelserne

- Hovedscenen med taler, debatter, oplæg og musik;
- En vifte af workshops om alt fra at samle svampe til fermentering af grøntsager;
- VILD MAD-aktiviteter med ildsjæle og foreninger;
- Guidede sanketure med kokke og naturvejledere;
- Et særligt område og urteskattejagt for børn.

Mad og drikke

- Madboder med vilde retter;
- Bar med særlige drikkevarer, fx saft, vilde øl, vin og vilde cocktails med og uden alkohol;
- Kaffe og vild kage;
- Smagsoplevelser på vilde råvarer fra nogle af verdens bedste kokke, bartendere, mikro-producenter og baristaer;
- Afslutningsmiddag for 300 gæster.

Aktiviteter inden festivalen

For at skabe opmærksomhed på festivalen og for at åbne byboernes øjne for byens grønne områder, vil vi ugen inden festivalen finde sted, afholde gratis sanketure på tværs af København under navnet "Byen sanker." Her vil VILD MAD-formidlere afholde ture i forskellige offentlige grønne områder, hvor det er muligt og lovligt at sanke, som Amager Fælled, Kongens Have, Østre Anlæg, Refshaleøen, Amager Strandpark, Fælledparken, Christianshavns Vold, Christiania, m.m.

Forventet antal deltagere

Det forventes at VILD MAD Festival 2019 vil have:

- Minimum 4000 deltagere;
- 50 aktører;
- 100 frivillige;
- 250 deltagere til sanketure afholdt inden festivalen.



VILD MAD Festival 2017

I 2017 blev VILD MAD Festival afholdt for første gang med stor succes. Her præsenterede vi navne som Geranium, Kong Hans Kælder og Amass ved siden af naturvejledere og lokale foreninger. Med erfaringerne og resultaterne fra VILD MAD Festival 2017 er det ønsket med VILD MAD Festival 2019 at afholde et arrangement med det samme høje niveau af veludvalgte oplevelser og bredde i gruppen af deltagende aktører, men at nå endnu flere deltagere og komme bredere ud.

Festivallen 2017:

- Festivallen talte mere end 50 aktører fra ind-og udland (se vedlagte deltagerliste fra 2017, bilag 2), herimellem naturorienterede foreninger og organisationer, restauranter, lokale mikro-producenter, kafferisterier m.m.;
- Mere end 2000 gæster deltog på festivalen;
- Over 40 frivillige fra hele verden, var med til at realisere arrangementet;
- Festivalen strakte sig tværs over den del af Naturpark Amager, som hedder Amager Fælled;
- Daværende Miljø- og fødevarerminister Esben Lunde Larsen deltog på en guidet sanketur.

Succeskriterier for 2019

Visionen bag VILD MAD Festival er at få flere af byens borgere ud i naturen og give dem unikke og engagerende oplevelser. I år er vores ambitioner blevet større. Ambitionerne for VILD MAD Festival 2019 er derfor at skabe en endnu mere tillokkende, informerende, velsmagende og sjov festival for flere gæster end tidligere. I 2019 er de nye succeskriterier:

Vi vil nå flere Københavnerne end før

Vores målsætning er at kunne tiltrække 4000 gæster, som er dobbelt så mange som i 2017. Herudover vil vi lave et område med særskilte aktiviteter for børn og børnefamilier.

Vi ønsker at skabe en informerende, velsmagende og sjov festival

Derfor sigter vi på at have minimum 50 bidragende aktører fra et bredt udsnit af alt fra naturorienterede foreninger og organisationer, restauranter, lokale mikro-producenter, kafferisterier m.m.

Vi vil repræsentere spændet fra vækstlag til høj gastronomi

Derfor vil vi både indbyde Danmarks bedste restauranter, såvel som lokale ildsjæle, foreninger og nystartede virksomheder.

Vi vil være en Festival med et internationalt præg

Derfor vil vi invitere internationale talere, sankere og top-kokke tilbage og præsentere dem på festivalen. Vi forventer tre til fem udenlandske eksperter og talere ligesom vi forventer mindst fem internationale kokke.

Vi vil have en bred mediedækning og opmærksomhed på sociale medier

Derfor vil vi involvere MADs kommunikationseksperter til at eksekvere en SoMe- og PR-plan. Dette indebærer at sørge for minimum fem artikler om festivalen i nationale medier samt minimum ti artikler i lokale medier. Vi vil også sætte særligt fokus på at engagere minimum fem "influencers" eller bloggere til det nye tiltag "Byen Sanker". Herudover vil vi engagere minimum ti "influencers" eller bloggere til selve festivalen.

Vi vil afholde en bæredygtig festival

Derfor vil vi engagere eksperter i forbindelse med at udvikle den mest bæredygtige afviklingsplan muligt. Herunder affaldssortering, komposterbar service m.m.

Vi vil have fokus på oplevelse og hospitality

Vi vil styrke og øge kvaliteten af oplevelsen for festivalens gæster. Derfor vil vi arbejde med eksperter fra øverste hylde. Vi vil således inddrage de bedste aktører indenfor service, oplevelse og gæstfrihed, herunder restaurant Noma.



Bag om festivalen

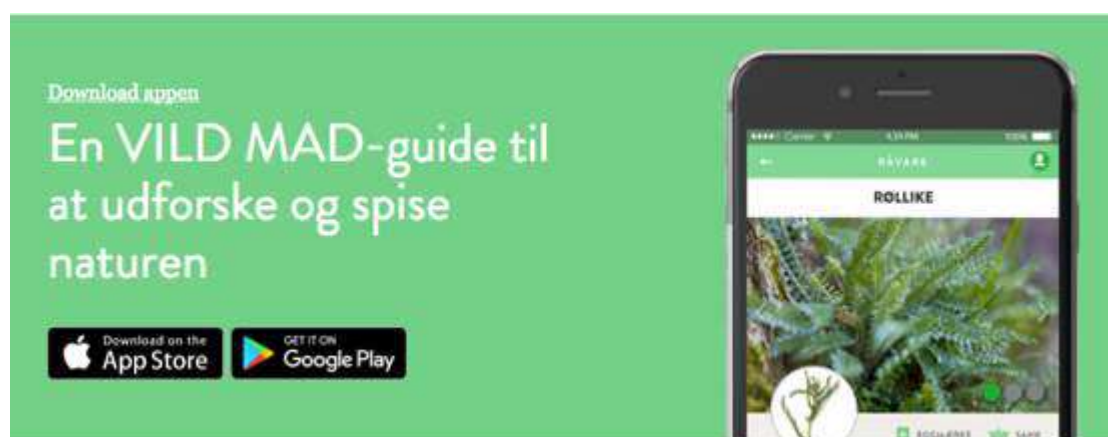
VILD MAD Festival er forankret i foreningen MAD (se beskrivelse herunder) og er en del af projektet VILD MAD. VILD MAD-projektet er blandt andre støttet af Nordea-fonden, og arbejder tæt sammen med en række andre partnere, herunder Friluftsrådet, Naturvejlederforeningen og Byhøst. Formålet med VILD MAD-projektet er at øge interessen for vild mad, og derigennem skabe bedre forståelse for naturen og øget incitament for at passe på den. Mere info på www.vildmad.dk.

Om MAD

MAD er en forening stiftet af René Redzepi, chefkok på og ejer af restaurant Noma, for at samle mennesker fra hele den kulinariske verden omkring social ansvarlighed, nysgerrighed og appetit på forandring. Siden 2011 har MAD afholdt årlige, internationale symposier for kokkebranchen i København, som af the Wall Street Journal er anerkendt som madverdens G20-topmøde. Siden 2014 har foreningen forøget størrelsen på sekretariatet for at kunne skabe yderligere indflydelse igennem nye initiativer og begivenheder. I 2017 afholdte foreningen i et bredt partnerskab den første VILD MAD Festival som et led i lanceringen af det landsdækkende projekt af samme navn, i et forsøg på at udbrede noget af dén viden, der har akkumuleret på MAD Symposierne og restaurant Noma til den brede befolkning.

VILD MAD-projektet og festivalen

Som en del af VILD MAD-projektet er der udarbejdet en gratis app og en hjemmeside, der gør det lettere at finde frem til de spiselige planter i naturen, og et omfattende undervisningsmateriale til folkeskolerne. Desuden er 50 naturvejledere fra hele landet blevet videreuddannet til VILD MAD-formidlere. Fra projektets lancering i 2017 er appen downloadet over 50.000 gange og mere end 20.000 mennesker har årligt deltaget i sanketure over hele landet. Til festivalen vil vi hente de bedste VILD MAD-formidlere fra hele landet og VILD MAD-appen bliver en integreret del af formidlingen rundt om i landskabet, således at festivaldeltagerne selv har mulighed for at bruge appen til at tage ud og sanke vilde råvarer resten af året.



VILD MAD-projektet lancerede i juni en gratis app, som alle gæster på festivalen lærer at bruge, og som gør naturen lettere at læse. Med VILD MAD-appen i hånden kan alle lære at sanke.

Partnerskabet bag VILD MAD Festival

VILD MAD Festival bliver til i samarbejde mellem de primære partnere som foreningen MAD, Friluftsrådet, foreningen Byhøst, Naturvejlederforeningen og restaurant noma. I løbet af det næste halvår vil MAD arbejde på at etablere flere partnerskaber for at styrke festivallens styrkemæssige udgangspunkt og outreach i forhold til aktører og deltagere.

Potentielle partnerskaber:

- Hotel og restaurantskolen (Har MAD samarbejdet med før)
- Food Organization of Denmark (Har MAD samarbejdet med før)
- Copenhagen Cooking and Food Festival (Har MAD samarbejdet med før)
- FOCOSO (Har MAD samarbejdet med før)
- Fritidsakademiet FRAK (Har MAD samarbejdet med før)
- Haver til Maver (Har MAD samarbejdet med før)
- NatuiriByen (Har MAD samarbejdet med før)
- Nordic Food Lab (Har MAD samarbejdet med før)
- Smag for Livet (Har MAD samarbejdet med før)
- Amager Naturskole (Nye samarbejdspartnere)
- ByBi (Har MAD samarbejdet med før)
- Danmarks Designskole (Nye samarbejdspartnere)
- Dansk Arkitektur Center (Nye samarbejdspartnere)
- Københavns Universitet - Botanisk Have (Nye samarbejdspartnere)
- De Danske Spejdere (Nye samarbejdspartnere)

VILD MAD Festivals relevans for byen København

Målgruppe og outreach

VILD MAD har en etableret målgruppe, der er demografisk spredt, men forenes i interessen for gastronomi og natur. Til sidste festival observerede vi at festivalen tiltrak gæster på tværs af alder, køn og baggrund. Interessen for mad og gastronomi har ligesom interessen for friluftsliv og natur været støt stigende igennem de sidste mange år. Med VILD MAD Festivalen sammensmeltes de to områder i et nyt krydsfelt, som tiltaler en bred målgruppe af både mad- og naturinteresserede.

På den ene side appellerer VILD MAD Festivals gastronomiske profil til den madinteresserede Københavner og introducerer dem til den vilde spiselige natur i deres by. På den anden side tiltrækker festivalens naturfaglige profil friluftsmennesker og naturinteresserede som her møder den Københavnske madscene. Derudover er en afledt effekt af festivalens brede appel, at borgere på tværs af sociale skel, mødes om en fælles interesse på Festivalen, og samtidig bliver introduceret for nye kvaliteter og aktører i byen, som de muligvis ikke kendte til før festivalen.

VILD MAD Festival og København

Arrangementer som VILD MAD Festival, som på den ene side beskæftiger sig med en snæver, men voksende interesse som sankning og på den anden er dybt forankret i byens gastronomiske scene, er med til at fremvise København som en alsidig og spændende by, hvor udeliv, gastronomi og natur kan spille sammen på en helt særlig måde. Samtidig er udsnittet af aktører som deltager med til at underbygge Københavns internationale styrkeposition indenfor mad og gastronomi.



VILD MAD Festivals aktører

En af ambitionerne med VILD MAD Festival er at kunne præsentere et bredt udsnit af aktører. Vi arbejder med at engagere både opkommende og etablerede aktører på tværs af brancher, interesser og organisationsformer. Vi har et mål om at involvere relevante foreninger og nonprofit-organisationer, der navigerer indenfor interessefeltene natur, mad og oplevelse. Samtidig har vi gennem MADs vidtrækkende netværk muligheden for at bringe aktører fra alle dele af restaurationsbranchen i spil, nationalt såvel som internationalt. Det mener vi både skaber unik mulighed for netværk mellem aktører og partnere, samtidig med at det styrker Festivalens udbud af oplevelser.

Finansieringsplan

Ligesom MAD har haft succes med til tidligere arrangementer, vil økonomien til VILD MAD Festival blive indhentet fra forskellige kilder. I skrivende stund arbejder MAD primært på at etablere nye partnerskaber og sikre finansiering af Festivalen. Herunder har vi redegjort for finansieringskilderne til VILD MAD Festivalen.

Festivalens samlede omkostninger udgør 2.375.000 kr. eks. moms.

Oversigt over samlede indtægter (se detaljeret budget under "Samlet budget")

400.000 kr. eks. moms. - Egenfinansiering fra MAD

300.000 kr. eks. moms. - Partnerskaber og sponsorater

900.000 kr. eks. moms. - Fonde og puljer

75.000 kr. eks. moms. - Festivalindtægter

700.000 kr. eks. moms. - Københavns Kommunes Festivalpulje

2.375.000 kr. eks. moms. - Samlede indtægter

Egenfinansiering fra MAD

MAD vil primært dække interne timer til projektledelse, samt aflønning af Noma-ansatte under festivalen.

Partnerskaber og sponsorater

MAD har tidligere indgået økonomiske partnerskab med organisationer som FOOD organisation of Denmark, der forbindelse med Copenhagen Cooking and Food Festival, har sponseret en del af MADs arrangementer. Herunder VILD MAD Festival, hvor FOOD støttede med et sponsorat på 200.000 kr. eks. Moms. Vi forventer at indgå lignende sponsoraftaler med lignende organisationer.

Fonde og puljer

Størstedelen af finansieringen forventes at komme fra ansøgte fonde og puljer. Herunder fra en større, samlet bevilling til VILD MAD-projektet fra Nordea-fonden, som MAD på nuværende tidspunkt er i dialog med. Der søges ligeledes midler fra flere puljer til udgifter i forbindelse med naturfaglig formidling på festivalen hos vores partner Friluftsrådet.

Festivalindtægter

Som en del af finansieringsplanen forventes det ligesom sidste år at en række aktiviteter og boder vil generere indtægter til festivalen. På baggrund af sidste års succes i salg og indtægter, forventer vi at kunne fordoble det indkomne beløb herfra.

Kultur og Fritidsforvaltningens Festivalpulje

VILD MAD Festival blev i 2017 støttet med 100.000 kr. eks. moms fra Københavns Kommune arrangementspulje. For at kunne realisere VILD MAD Festival 2019 søger vi Kultur og Fritidsforvaltningens festivalpulje. Primært vil midlerne anvendes til at afstå udgifter i forbindelse med produktion, materiel og logistik, børneaktiviteter og -faciliteter samt afvikling af "Sankt Byen."

Samlet budget for VILD MAD Festival 2019

Udgifter

Produktion	DKK. Eks. Moms.
Produktion, materiel og logistik	700.000
Dekorationer, skiltning og projektledelse	150.000
Råvarer til gratis spiseoplevelser	50.000
Bæredygtig festival affaldshåndtering, komposterbart service m.m.	40.000
Børneaktiviteter og faciliteter	50.000
Byen Sanker (kommunikation afvikling og materialer)	20.000
Mandskab	
Event producer	200.000
Frivilligkoordinationer & producer-assistent	150.000
MAD-sekretariat	230.000
Noma-hold	160.000
Eksterne håndteringsomkostninger	150.000
Transportomkostninger og overnatning til naturvejledere og formidlere fra Dø	100.000
Transportomkostninger og overnatning til internationale formidlere og kokke	50.000
Kommunikation	
Design og layout	75.000
Merchandise, tryk, skilte og anden produktion	100.000
Medieindrykning + SoMe-reklamer	50.000
Andet	
Forplejning til frivillige og andet mandskab	50.000
Forsikringer og juridisk assistance	50.000
VILD MAD Festival omkostninger i alt	2.375.000

Finansiering

Egenfinansiering fra MAD	400.000
Partnerskaber og sponsorater	300.000
Fonde og puljer	900.000
Festivalsindtægter	75.000
Københavns Kommunes Festivalpulje	700.000
VILD MAD forventede indtægter	2.375.000

Bilag 2

Deltagere på - og bidragydere til - VILD MAD Festival

Jakob Mielcke (Mielcke & Hurtigkar)	Byhøst	Kristin H. R. Nielsen (Håndplukk NO)
Matt Orlando (Amass)	NaTur i Byen	Prolog
Karlos Ponte (Taller)	Friluftsrådet	Sasu Laukkonen
Rasmus Kofoed (Geranium)	Naturvejlederforeningen	Jacob & Jakob
Mark Lundgaard (Kong Hans Kælder)	Haver til Maver	Roddie Sloan
Philipp Inreiter (Slurp Ramen)	Wild Fooding	Mirabelle
Aamanns	Smag for Livet	Bornholms Mosteri
S T O R K / Søren Krogh	Nordic Food Lab	Den Klodsede Bjørn
Ruby	Søren Lorenzen	Vi Er Akvavit
Lidkøb	Bryggens Børne og Ungdomscenter	Skotlander
Balderdash	Supertusch / Genius Bar	Emperical Spirits
Blüme	Æblerov	Hernø Gin
Kølster	Zenia Samlensen	Melzer Soda Co.
Rosforth & Rosforth	Rødder	Kyro Distillery
Café Europa	Anita Dietz	Postevand
Rosio Sanchez (Hijo de Sanchez)	Søren Espersen	Gølgin
Noma	Benjamin Marcher / Vildt	

Brøndby, den 21. september 2018

Europa Cup i åbent vand svømning i forbindelse med TrygFonden Christiansborg Rundt

TrygFonden Christiansborg Rundt skal blive et internationalt tilløbsstykke og samtidig et af de største motionsevents i Danmark. Siden 2015 har nogle af de bedste europæiske åbent vand svømmere deltaget i åbent vand Europa Cup i forbindelse med TrygFonden Christiansborg Rundt og eventen er blevet en fast del i rækken af det europæiske svømmeforbunds samlede åbent vand Europa Cup.

Vi har på baggrund heraf gennem de seneste fire år opnået, at 10% af alle tilmeldte deltagere har anden nationalitet end dansk, svarende til knap 400 deltagere. Der er ingen tvivl om, at det vækker opsigt i udlandet, at man i København kan svømme i midten af centrum i rent havvand og vi mener, at denne positive udvikling vil vi gerne fortsætte med ved atter i 2019 at søge om støtte til afholdelse af en Europa Cup i åbent vand svømning i forbindelse med TrygFonden Christiansborg Rundt.

Vi følger sporet fra de foregående år med at koble et elite- og breddearrangement, og hvor en Europa Cup vil promovere eventen i hele Europa med København som en unik destination for åbent vand svømmere.

Det søger vi om

Dansk Svømmeunion ansøger Københavns Kommune om **kr. 250.000** til afvikling af Europa Cup i åbent vand svømning i forbindelse med TrygFonden Christiansborg Rundt lørdag **den 31. august 2019**.

Afvikling af en Europa Cup betyder, at der skal afsættes ressourcer og lægges et budget, som overstiger et "normalt" budget for TrygFonden Christiansborg Rundt. Der skal blandt andet tages højde for følgende omkostninger:

- Betaling af licens til LEN (det europæiske svømmeforbund)
- Betaling af overnatning, forplejning og dagligt fee for et antal delegerede fra LEN
- Ekstra logistik-omkostninger til transport af atleter, internationale officials og presse
- Tekniske forbedringer af ruten, pladsen og tidtagning
- International markedsføring

Dertil kommer, at vi i 2019 ønsker at sætte endnu større fokus på, at voksne motionister kan prøve kræfter med åbent vand svømning forud for TrygFonden Christiansborg Rundt via åbne træninger i samarbejde med lokale klubber. I 2018 afprøvede vi således i samarbejde med vores medlemsklub Copenwater at afholde tre åbne træninger henover juli og august for nye åbent vand svømmere med stor succes. Erfaringer fra 2018 skal danne grundlag for det videre arbejde med de åbne træninger i 2019, og vi ved nu, at det kommer til at kræve økonomisk ressourcer til både trænere (uddannelse og aflønning) og udstyr (våddragter og havtasker) og kommunikation.

Budget for LEN Europa Cup 2019 vises i bilag 1.

Den unikke event

- TrygFonden Christiansborg Rundt er en helt unik event i centrum af København med knap 4200 deltagere i 2018 og cirka dobbelt så mange tilskuere. Derudover kommer de forbigående til eventen, som ikke kan undgå at se de mange svømmere i vandet og blive en del af eventen.
- Det er unikt, at en international eliteevent i åbent vand afvikles i forbindelse med et så stort motionsfelt. Det er fortællingen om rent vand i en hovedstad. Det er en god historie – internationalt og nationalt.
- Åbent vand-svømning er en disciplin i tydelig vækst nationalt og internationalt. Der er således set en stigning af antallet af deltagere til TrygFonden Christiansborg Rundt på fra 260 deltagere i 2006 til knap 4200 deltagere i 2018 – svarende til en stigning på knap 4000 deltagere over en periode på 12 år. I åbent vand svømning har vi som idrætsforbund fat i en helt særlig målgruppe, som vi ellers ikke ser som medlemmer i vores klubber – nemlig de 25-60 årige motionister, som udgør størstedelen af deltagerne til eventen. Denne gruppe af åbent vand svømme motionister er støt stigende, og vi lader til at have et produkt de efterspørger.

Aktivisering af medlemsklubber og motionister

Flere af vores svømmeklubber er engageret i begge events som frivillige hjælpere og dommere, og derudover har vi engageret vores sportslige sektioner til at arrangere gratis vandaktiviteter for børn på eventpladsen i løbet af dagen som et sideevent.

For den almindelige københavnere betyder det en seværdig event midt i byen med et professionelt set-up, en mulighed for selv at deltage og for at medbringe familien til gratis aktiviteter på eventpladsen.

Vi har i flere år arbejdet på at åbne op for træningsmuligheder for nye som øvede åbent vand svømmere i København, og vil i 2019 gøre en yderligere indsats på at få aktiveret endnu flere af byens borgere i det åbne vand. Dette i samarbejde med vores medlemsklubber.

Vi har tidligere modtaget støtte fra Københavns Kommune til Europa Cup i åbent vand svømning:

2015: 150.000 Kr.

2016: 150.000 Kr.

2017: 150.000 kr.

2018: 150.000 kr.

Kontaktoplysninger

Caroline Kleemann Falster, Projektleder Dansk Svømmeunion

ck@svoem.dk

Telefon: 4439 4480/6112 8187

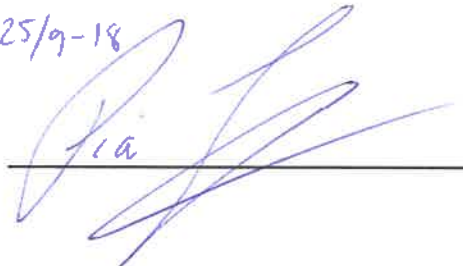
Vi håber Københavns Kommune finder satsningen relevant også i forhold til jeres egen målsætning om København som en attraktiv, international oplevelsesscene og vi ser frem til at høre fra jer. Vi står naturligvis til rådighed for yderligere oplysninger.

Venlig hilsen

Dansk Svømmeunion

Pia Holmen
Direktør

25/9-18



Caroline Kleemann Falster
TrygFonden Christiansborg Rundt – Projektleder

25/9-18



Bilag 1

LEN cup	Budget
Chairman og Event Coordinator	kr. 50.000,00
Kommunikation og markedsføring	kr. 10.000,00
Træningstiltag for voksne motionister	kr. 50.000,00
Forplejning svømmere og delegerede	kr. 5.000,00
Fri transport til alle i delegationen og officials	kr. 10.000,00
Medaljer og præmier til 1., 2. og 3. pladsen i hvert løb	kr. 10.000,00
LEN delegerede overnatning og forplejning	kr. 12.000,00
LEN delegerede dagligt fee	kr. 10.000,00
Rejseudgifter for LEN delegerede	kr. 12.000,00
Rejseudgifter nationale hjælpere	kr. 10.000,00
Hotel for deltagere	kr. 75.000,00
Overnatning nationale hjælpere	kr. 10.000,00
Licens-gebyr på 5000 euro	kr. 38.000,00
Tidtagning (inkl. transport og logi)	kr. 15.000,00
Plads (målplade, præmie, fodring)	kr. 8.000,00
Total	kr. 325.000,00

Indtægter	
Deltagergebyr	kr. 75.000,00
Sport Event Denmark	
Københavns kommune	kr. 250.000,00
Total	kr. 325.000,00

Ansøgning til
København kommunes festivalpulje
-Ildrætsbegivenheder

Event Navn: Global Goals World Cup -Europe.

Dato: 14. Maj 2019

Location: BLOX –Dansk Arkitekturcenter / Bryghuspladsen

Ansøger:

Eir Org
Gammel Kongevej 3D
1610 Copenhagen V
Denmark
Forening
Reg. nr. 32921272
Momsfri Forening.

Kontaktpersoner:

Rikke Rønholt Albertsen

Mail rr@eirsoccer.com

Majken Gilmartin

Mail mmg@eirsoccer.com



(Vinderne af GGWCup NYC 2018 med trofæ designet af Olafur Eliasson)

Indhold:

s. 3-10 Ansøgning

Bilag 1: Overordnet budget

Bilag 2: Detaljeret budget for ansøgte beløb

Bilag 3: Invitationsbrev til trænere i forbindelse med Erasmus+ ansøgning.

Bilag 4: Præsentation af projektet.

Bilag 5: Evaluerings Rapport for Erasmus+ Ansøgningen.

Bilag 6: Medie Analyse NYC 2018



GLOBAL GOALS

WORLD CUP & IMPACT GAMES BY *eir*

Verdens første amatør VM –For verden!

Executive Summary:

Global Goals World Cup er en nytænkende sportsevent, hvor deltagerne konkurrerer inden for lige dele fodbold, socialt ansvar, kreativitet og aktivisme. Eventen skaber et laboratorium for videns-udveksling, inspiration og refleksion over innovative løsninger på Verdensmålenes udfordringer, sportens rum i en moderne by og sportens rolle i global udvikling.

Baggrund: Eir Soccer har arrangeret fodboldturneringer for kvinder siden 2004. Vi stod bla. bag Europas største rene kvindeturnering på Roskilde Festival med 120 hold. Siden 2016 har vi holdt 7 Global Goals World Cup turneringer på 4 kontinenter og startet to Global Goals Girls Leagues, og tre Global Goals World Clubs. 1400+ kvinder har spillet efter de innovative regler i vores turneringer. Eir vandt IOC's pris for Kvinder og sport for Europa i 2017

Leverancer:

Hovedevent: Årligt tilbagevendende mediestærk fodbold event for kvinder. 24 hold (Spilles på små 5v5 street baner i byrummet) celebrity dommere, High-level talere. 5.000+ tilskuere/deltagere.

Koncept:

Hold af 6-8 amatør kvinder fra forskellige sektorer og EU lande vælger et af FN's 17 Verdensmål at spille for, og kvalificerer sig ved at gennemføre aktivistiske eller innovative tiltag som fremmer dette mål, samt ved at mobilisere deres lokalmiljø og netværk til at støtte op om deres hold.

Særligt point system:

Alle kampe i Global Goals World Cup afgøres baseret på 4 points:

- 1. Action:** Holdene kommer ind i turneringen rangeret baseret på kvaliteten af deres aktiviteter for det Verdensmål de har valgt. –I hver kamp vinder det hold med den højeste action score pointet.
- 2. Crowd:** Pointet gives baseret på holdets evne til at mobilisere deres bagland til at bakke op om deres mål.
- 3. Kreativ stil:** Pointet gives baseret på holdets nytænkning af deres visuelle udtryk (uniformer, flag etc.) og eller deres ageren på banen (Slagsange, danske osv).
- 4. Mål:** Pointet gives til vinderen af kampen efter konventionelle fodboldregler.

Sideevents:

- Børneaktiviteter for Verdensmålene –Løbende over året i DAC's skoletjeneste, som når 12.000 børn, samt ved turneringen.
- Coaching clinic for trænere der arbejder med at engagere kvinder fra boligområder og befolkningsgrupper med lav sportsdeltagelse. Deltagelse af trænere fra min. 10 EU lande, samt lokale trænere fra

Danmark. Mødes ultimo 2018 og igen i forbindelse med turneringen, hvor de hver bringer et hold af 6 kvinder fra deres hjemland.

- Symposium om aktive og inkluderende byrum, og udvikling af fremtidens mobile urbane sportsarena i samarbejde med DAC, LOA og Real Dania (tbc)
- Girls Lounge (program med panel debatter om ligestillings og sportstemaer) ved The Female Quotient. I forbindelse med turneringen.
- Verdensmålsudstilling i DAC med fokus på mål 11: Sustainable Cities and Communities, løber fra Marts til Maj.

Overordnet målsætning:

- ✓ Skabe en massemobiliserende event
- ✓ Positionere København som hovedstaden for Progressiv, borgerdrevet innovation for Verdensmålene
- ✓ Fejre Sportens evne til at mobilisere og engagere
- ✓ Fremhæve kvinders rolle som forandringsledere i samfundet.
- ✓ Teste nye prototyper af inkluderende byrum og sportsformater, som appellerer til kvinder.

Aktivitets oversigt:

- **22. Oktober:** Kick-off mini-konference om GGWCup for erhvervslivet (potentielle sponsorer) og relevante aktører. Hostet af SAP, med deltagelse af 100 virksomhedsledere og studerende i SAP's innovations program.
- **November/ December 2018:** Coaching clinic med trænere fra 12 EU lande. Invitation vil desuden gå ud til trænere fra lokale foreninger som arbejder i sociale boligområder og studerende fra institut for idræt og idrætshøjskolerne med interesse for at nedbryde barrierer for piger og kvinders idrætsdeltagelse. (Se tentativt program i bilag 3.)
- **Februar 2019:** Tilmeldingskampagne føres bredt i hele landet via vores partneres kommunikationsplatforme, med spændende grafisk design, og en opfordring til alle kvinder om at komme ind i kampen og spille for den verden de gerne vil have.
- **Dec-Maj –og videre fremad:** Skoleaktiviteter. Uddannelsesmateriale udvikles i samarbejde med DAC's skoletjeneste. Primært baseret på vores Impact games program: se www.ggimpactgames.com som har detaljerede beskrivelser af lege og fodboldøvelser for hvert verdensmål, som lærere og trænere kan integrere i deres idrætsundervisning og i folkeskolens bevægelsesbånd. Afholdelse af seminar for interesserede lærere, samt personalet som er tilknyttet DAC's skoletjeneste.
- **Februar-Maj 2019:** Regelmæssige trænings-samlings i Global Goals World Club (uformelle træningsfællesskaber for Verdensmålene arrangeret gennem Meetup) Faciliteret af de trænere som deltog i trænerseminaret i November. Holdes i de områder trænerne kommer

fra i samarbejde med den lokale idrætsforening. Med henblik på at tiltrække nye målgrupper ved at tilbyde et andet type træningsfællesskab som også handler om at arbejde for Verdensmålene i sit lokalmiljø, og anerkende kreativ stil og evnen til at engagere andre som lige så vigtige kvaliteter som fodboldevner. De forskellige klubber får mulighed for at stille et hold ved Global Goals World Cup turneringen. Og deres handlinger for Verdensmålene bliver profileret på GGWCup, DAC og UNDP's kommunikationsplatforme som en del af optakten til turneringen.

- **April/ Maj 2019: Bred kampagne**, som formidler holdenes ideer og handlinger. Vores målsætning er at identificere gode medie partnere, som vil dele holdenes historier. Desuden meget gerne et modemagasin, som vil lave en feature historie om spillernes stil. Samtaler er indledt med Danish Fashion Institute, som har hovedkvarter lige ved Bryghuspladsen og som afholder Sustainable Fashion Summit i dagene umiddelbart efter turneringen. Vi sigter på at involvere en række af deres højt profilerede gæster som "stil-dommere" ved turneringen, og håber at det hold der vinder bedste stil bliver eksponeret ved Fashion Summit.

EU Vinkel: Eftersom EU er hovedsponsor på eventen, og eventen ligger umiddelbart før valget til EU parlamentet, vil der som en del af kampagnen indgå en opfordring til alle om at udøve deres demokratiske ret til at stemme ved EU parlamentsvalget. Deltagelsen af hold fra 12 EU lande vil være en påmindelse om at den frie bevægelse af mennesker og ideer over grænser ikke kan tages for givet.
- **12-16 Maj 2019:** Vi har booket Bryghuspladsen og BLOX huset, og alt efter niveauet af finansiering vil vi ud over selve turneringen d. 14.5 udvide med et træner symposium, som formidler de erfaringer vi har gjort i løbet af projektet, en event om Byens inkluderende aktive rum, og hvad der skal til for at piger og kvinder er aktive i byrummet, samt skole events, med Impact Games lege og evt. en mini turnering på den opstillede arena.
- **Juni 2019:** Deltagelse ved Women Deliver konferencen i Vancouver med fremlæggelse af projektets erfaringer med at nedbryde barrierer for piger og kvinders deltagelse i sport. –Produktion af event film i høj kvalitet.
- **September 2019:** Deltagelse af vinderholdet i Global Goals World Cup finalen i New York, under FN's Generalforsamling. Men udstilling af foto og video-dokumentation fra eventen.
- **Oktober/November 2019:** Online publikation om projektets takeaways.

Projekt Beskrivelse baseret på de 9 Evalueringsparametre

1) Økonomisk Bæredygtighed

Projektets bygger på en organisk forretningsmodel, som ikke forudsætter høj likviditet. Vores venue er forbundet med meget lave omkostninger, og med EU bevillingen er vi sikret et sundt økonomisk udgangspunkt. Eir Soccer er et etableret brand i Danmark, og selv uden et stort markedsføringsbudget vil vi kunne mobilisere hold og opmærksomhed.

Målsætningen med at skabe en højt profileret event med meget bred deltagelse og opmærksomhed er at etablere en kendskabsgrad og opbakning som gær det muligt at grundlægge en langsigtet tilbagevendende tradition for at holde Global Goals World Cup i København. Primært finansieret af sponsorer og evt. med lidt offentligt tilskud/fondsmidler. (Se overordnet budget bilag1)

Billet indtægter: Deltagelse i selve eventen er som udgangspunkt gratis. Dog vil vi opkræve en deltagerafgift for trænerseminarer og evt. symposier. DAC forventer dog et øget besøgstal til deres udstilling og øget omsætning i deres cafe på dagen.

Risici: Hvis vi af en eller anden årsag skulle miste vores EU bevilling, men modtager tilskud fra Kultur og Fritidsforvaltningen vil eventen stadig kunne gennemføres med et stærkt reduceret budget. Det vil betyde at vi ikke kan invitere tilrejsende hold fra EU. Og vil betyde en mindre omfattende formidling af projektet. Vi vil dog stadig have mellem 24-30 hold fra regionen, som selv betaler deres rejseomkostninger. (Hvilket er vores almindelige model.)

Vigtigste Partneres bidrag:

Dansk Arkitekturcenter:

- Inkluderer Impact games i skoletjeneste med 12.000 børn årligt. Aktivering af skoletjeneste
- Ansøger i fællesskab med os Regionens Vækstpulje med henblik på at styrke eventens markedsværdi og langsigtede økonomiske bæredygtighed gennem øget synlighed og virksomhedsinddragelse.
- Stiller lokaler til rådighed til mini-konferencer
- Bidrager med design af event pladsen, arena samt verdensmålsudstilling.
- Markedsfører eventen tilde res netværk af arkitekter, samarbejdspartnere og studerende.
- Deltager i projektstyring af event.
- Har sikret adgang til Bryghuspladsen hos BLOX.

Wonderful Copenhagen

- Endorser eventen overfor potentielle fundere.
- Rådgiver om udformning af ansøgninger, samt hjælper med at

identificere funding muligheder.

- Markedsfører eventen til deres netværk og på deres platforme

Lokale og Anlægsfonden

- Projektforslag til langsigtet samarbejde om udvikling af fremtidens mobile urban-arena under udvikling.
- Samarbejdet bygger videre på vores fælles event ved folkemødet om inkluderende aktive byrum.

SAP Next Gen

- Dækker udgifter ved kick-off event
- Bidrager med adgang til deres store netværk af potentielle virksomhedspartnere
- Endorser (dvs. siger god for, og udtaler sig positivt om) Global Goals World Cup, og hostede Finalen i New York i 2018.
- Inddrager Global Goals World Club i deres innovations-spaces i hele verden.

UNDP

- Global partner.
- Assisterer med og finansierer delvist deltagelse af UNDP goodwill ambassadører ved Global Goals World Cup events.
- Endorser Global Goals World Cup i deres kommunikation
- Bidrager til markedsføring af events

Project Everyone (Organisationen bag Global Goals Kampagnen, etableret af Filmskaber Richard Curtis –Notting Hill, Bridget Jones Dagbog etc.)

- Formidler kontakt til potentielle partnere
- Formidler kontakt til potentielle ambassadører (–Eg Bono U2)
- Endorser og Promoverer eventen på deres kommunikationsplatforme.

Grundfos

- Bidrager til finansiering af event
- Markedsfører/ Endorser event (CEO Mads Nipper indspillede en videohilsen til New York) på sine kommunikationskanaler
- Sætter særligt fokus på hold der spiller for mål 6 g mål 13

Shamballa

- Har designet et støttearmbånd. Overskud fra salget bidrager til Global Goals World Cup.
- Endorser Global Goals World Cup i deres kommunikation og på sociale medier

GANNI

- Har designet en unik støtte T-shirt til Global Goals World Cup. Overskud fra salget bidrager til Global Goals World Cup.
- Endorser Global Goals World Cup på deres kommunikationskanaler. Samt stiller hold ved turneringen.



(Finansminister Kristian Jensen Pledger "to Brign GGWCup Home to Denmark" ved GGWCup i New York 25. Sept. 2018)

Herudover har vi forløb og aktiviteter i samarbejde med:

The Female Quotient, GAIN Health, Red Barnet, Muuto, DANIDA, Arla Food Ingredients (Argentina), Goodwings, Verdens Bedste Nyheder, Implement Consulting Group. -I dialog med BL Almene Boliger (vedr. Global Goals World Clubs)

2) Miljømæssig Bæredygtighed

Vi anvender FN's Verdensmål som framework for eventen og inviterer proaktivt virksomheder og videns-institutioner med særlig ekspertise inden for de forskellige mål til at komme med bud på hvordan vi, og sports events generelt kan accelerere fremskridt mod målene. Eventen vil fungere som en showcase og inspiration for andre ift. hvordan bæredygtige løsninger kan implementeres ved en sportsevent.

3) Faciliteter

Vi anvender standard street baner, som stilles op på Bryghuspladsen. Vi kommer til at udsmykke pladsen som en nytænkende udforskning af sportens fysiske rum under hensyn til bæredygtighed og mangfoldighed. Men alle konstruktioner vil være designet med henblik på mobilitet og fleksibilitet, og kræver ikke opbygning af nye faciliteter.

4) Relevans for Idrætslivet i København

Vores målsætning er at inspirere flere kvinder til at deltage aktivt i samfundet og i idrætslivet. Gennem trænerseminaret og eventen sigter vi mod at opbygge et community af trænere, der ønsker at udvide deres repertoire og etablere nye

former for idræts-fællesskaber. Med en årligt tilbagevendende turnering er det vores håb at idrætsforeningerne vil motiveres til at etablere Global Goals World Cup hold, som er klubbens kreative "CSR" division, der har som målsætning at excellere inden for alle de 4 point kategorier i Global Goals World Cup. Vi vil samarbejde med DIF og DGI om at formidle projektet til forbund og klubber.

5) Relevans for Borgere

Global Goals World Cup synliggør at almindelige borgere også kan være "eliteatleter" når de kaster sig ind i kampen for at realisere FN's Verdensmål i deres eget nærmiljø. Det er vores ønske at skabe en præstige fyldt event, som fremhæver en ny type af rollemodeller, som folk let kan identificere sig med. Med vores valg af venue har vi sikret at eventen er let tilgængelig. Desuden er vores venue resultatet om et bevidst ønske om at bygge bro imellem sportens folkelige udtryk, og den mere elitære arkitektur. Borgerne skal opleve BLOX og Dansk Arkitekturcenter som deres hus, og opdage at ord som "Sustainable Cities and Communities" faktisk handler om dem, og de skal inviteres til at byde ind med visioner om den by de gerne vil leve i. Derudover sikrer målenes mangfoldighed en tilsvarende mangfoldighed i deltagende aktører. Lige fra beslutningstagere til virksomheder, uddannelsesinstitutioner, civilsamfund and sports organisationer. Gennem eventen synliggør vi Verdensmålenes mange facetter, og inspirerer deltagerne til at finde deres egen vej ind i den bæredygtige udviklingsdagsorden.

6) Aktivering

Se punkt 4. Vi kommer desuden til at inddrage Højskolerne og Spejderne i projektet. Derudover har vi et samarbejde med [Art2030](#) – et projekt initieret af Louise Fauerschou, som aktiverer kunstnere omkring Verdensmålene. Senest havde vi performance kunstner Lilibeth Cuenca til at åbne vores turnering i New York, med en performance der handler om vores overforbrug af tøj, dedikeret til mål 12: Responsible Consumption and Production. Vi inddrager altid musik og mad i eventen, og vi vil bringe vores trofæ, designet af Olafur Eliasson hjem fra New York, så det kan komme på display i DAC's udstilling.

7) Branding og Markedsføring

Vi udvikler en genkendelig visuel profil og brand for eventen, som vi kommer til at profilere igennem alle GGWCup aktiviteter. Vi brander eventen gennem vores partner organisationer, og arbejder desuden på at få annoncer i livsstilsmagasiner og aviser. Evt outdoor, hvis budgettet tillader.

Internationalt:

Hvis vi modtager støtte fra Kbh Kommune vil vi have synlige displays med GGWCup Europe visuel identitet og en invitation om at "Join us at GGWCup Copenhagen" ved følgende lejligheder (ændringer kan forekomme):

- Global Goals World Cup Dominica (November)
- Design for Change kids event Vatikanet (November)
- Global Citizen Festival Johannesburg, (December)
- World Economic Forum i Davos (tbc)
- GGWCup India (Februar)
- Erasmus+ Information meeting, Bruxelles (Februar)
- GGWCup Bangkok (Februar)

- Women Deliver Vancouver (Juni)
- GGWCup Final New York (September)

8) Estimeret Medie Interesse.

Alt efter niveauet af celebrity endorsements og deltagelse har vores events et medie reach på omkring 100mil. (Se medieanalyse fra New York Bilag 6). Ved Global Goals World Cup København har vores event et nyt og højaktuelt fokus på at nedbryde parallelsamfund og få engageret kvinder fra udfordrede miljøer i idræt og i samfundsdebatten. Vi forventer stor medieinteresse for projektet fra medier og vil dels forsøge at formidle historier om vores trænerprojektet og om hvordan vores virksomhedspartnere og sports organisationer kan engagere deres medarbejdere og medlemmer i Verdensmålsdagsordenen. Desuden forsøger vi gennem vores samarbejde med Danish Fashion Institute og med mobilisering af kendte profiler at fange modemagasinerne og dagbladenes interesse.

Potentielle ambassadører for projektet:

Olafur Eliasson (Kunstner) Nikolaj Coster-Waldau (Skuespiller og UNDP Goodwill ambassadør), FN's SDG Advocates (heriblandt Erna Solberg, Leo Messi og Shakira), Nadia Nadim, Ihan haydar, Emma Holten, Iben Hjejle, Cyron Melville m.fl.

9) Estimeret Tilskuerinteresse

Vi forventer minimum 5.000 mennesker på dagen. Derudover vil vi livestream eventen, så de tilrejsende holds netværk kan følge med. Efter som det er den første Global Goals Euro Cup, og vi inddrager sports organisationer fra hele Europa forventer vi en del tilrejsende gæster. Men vi har ikke nogen præcedens at basere et estimat på. Men konservativt tror vi på 100-200 tilrejsende gæster.



Bilag 1

Budget oversigt:

Udgift	Sekretariat*	Event Produktion	Show/Konferencer Udsmykning	Coaching Clinic/ tilrejsende hold	Vinder hold til NY	Skole aktiviteter	Marketing/ Formidling	Total
Kr.	2.000.000	950.000	800.000	500.000	350.000	200.000	1.000.000	5.400.000
Indtægt								
Erasmus +	850.000	350.000	400.000	500.000		200.000	500.000	2.800.000
Ansøgning Reg. H (tbc)	350.000**	200.000	400.000		50.000		200.000	1.200.00
Sponsorater***					300.000			(300.00)
kbh. ansøgning	668.800	400.000					331.200	1.4000.000
DAC**** (In-Kind)		100.000	50.000			200.000	50.000	
Total	-131.200*****	0	0	0	0	0	+31.200	+200.000

***GGWCup CPH Sekretariat Aktiviteter:**

Administration
Koncept udvikling
Outreach nationalt/ Internationalt
Partnerskabs facilitering
pr/media
Content /Team profiler
Monitorering og Evaluering.

**Expo kuratering sker i samarbejde med DAC og er en del af ansøgningen sendt til region Hovedstaden.

*** Vi har en målsætning om at rejse 500.000kr i sponsorindtægter, som en buffer for usikkerheder i andre funding kilder, samt en investering i næste års events. Alt overskud går ind i GGWCup 2020 budgettet..

****I tilfælde af at vi mister vores funding er DAC med til at sikre eventens gennemførelse

*****Budget for sekretariatet indeholder en post for udgifter til fundraising for at sikre de næste års events. Men er ikke en afgørende del af at afholde dette års event

Bilag 2 Event budget breakdown

Detaljeret budget for ansøgt beløb. Global Goals World Cup	
Aktivitet	Estimeret omkostning
PR/Markedsføring/ Online kampagne	kr. 331.200,00
Projektledelse hold projekter, partnere, kommunikation ca. 420 timer à 800kr	kr. 334.400,00
Projektledelse Produktion ca. Ca. 420 timer à 800kr	kr. 334.400,00
Opdatering af website	kr. 15.000,00
Baner (leje)	kr. 16.000,00
tilskuer pladser	kr. 40.000,00
Kommentatorer/dommere/VIPs (Forplejning og transport på dagen)	kr. 20.000,00
Produktions bus	kr. 12.000,00
Synlighed/print	kr. 24.000,00
Musik/DJ setup (antager at de donerer tid)	kr. 10.000,00
Fælles holdmiddag plus adgang til elektricitet/vand	kr. 50.000,00
Verdensmåls-Erindringsgave til hold "Do good bag"	kr. 7.500,00
Toilet/ bad	kr. 6.000,00
Oprydning og rengøring af området	kr. 5.000,00
førstehjælp	kr. 3.000,00
Fotograf	kr. 10.000,00
Film hold og editing på dagen	kr. 20.000,00
Sports udstyr, bolde ure scoreboard etc.	kr. 8.000,00



VIP/holdområde	kr. 14.000,00
Borde stole til middag	kr. 8.000,00
Varevogne	kr. 15.000,00
Lastbil afhentning af baner etc,	kr. 10.000,00
Biler	kr. 2.000,00
elektricitet	kr. 2.000,00
Ca 50 frivillige transport evt overnatning	kr. 30.000,00
Tøj frivillige	kr. 15.000,00
Forplejning frivillige	kr. 10.000,00
tilladelser, venue, musik etc.	kr. 6.000,00
Global Goals entre/deltager armbånd til hold	kr. 4.000,00
opsætning og nedtagelse af arena og udstilling	kr. 17.500,00
Storskærm/resultattavle	kr. 20.000,00
I alt:	kr. 1.400.000,00

Bilag 3:

Invitationsbrev til deltagende organisationer i forbindelse med Erasmus+ ansøgningen.

Will you be one of our sending organisations?

We are applying for the Erasmus + Grant for non-profit sports events to hold a European Global Goals World Cup in Copenhagen next year. The new application guidelines do not allow for partner organisations in non-profit sports events, but it gives us the opportunity to involve "sending organisations" which will supply participants for the event.

We have integrated a development program in the run up to our event, which will both secure the meaningful inclusion of women with fewer opportunities in our event, and will consolidate and develop new knowledge on how to engage marginalized women in sport. For this we need your help.

The program:

In the run-up to the event we convene female coaches from 10-12 EU countries, who are passionate about inspiring women with fewer opportunities to play football (or potentially other types of sport). Each Coach will be tasked with developing and testing an idea on how to attract more women to participate, and with selecting a team of players from their own country of residence that will play in the Global Goals World Cup EU in Copenhagen in May 2019

Why?

While there is no lack of data showing the unfortunate correlation between low social status and inactivity, not many solutions to breaking this cycle exist. With our ambassador program we wish to connect, qualify and encourage female coaches who are already working with marginalized groups, or wish to develop a program for women with fewer opportunities. We are reaching out to all the organisations who have experience in this area, asking them to select an ambassador coach to join us for an intensive clinic with the following objectives:

- Listen, learn and share best practices and experiences.
- Share the Eir Model and our Impact Games methodology with the coaches, offering them additional tools in their work.
- Provide social media tools and support to share inspirational examples of norm breakers across Europe: Women with fewer opportunities, unlikely to participate in sport who have somehow overcome their barriers to find their way of being active. –Thus creating new and much needed role models for others to be inspired by.
- Co-Create and test innovative approaches to attracting and engaging more women with fewer opportunities in sport.
- Offering each coach the attractive incentive of being able to select a team of women to participate in Global Goals World Cup Europe.

Why this way?

We believe, that this approach will help us to move beyond theorizing about creating social

inclusion in sport and instead providing some real examples of approaches that work and accelerated feedback on our ideas. We wish to combine the know-how and experience of the **best current actors (we mean you)** in the field.

We are viewing this intervention as similar to a change management project in the business world, and use an approach inspired by the methodology of our competence partner [Implement Consulting Group](#)*. So, instead of creating a large scale, long-term change project, which statistically has a success rate of only about 30%, we create a series of low risk, low cost prototypes. Managed directly by the people who have envisioned them and supported by a collaborative community of likeminded practitioners. Collecting continuous feedback from subjects of the projects, and working towards a set deadline and an attractive incentive. (participation in GGWCupEU). -All intended to increase the likelihood of the projects staying on track and producing useful results.

* read more here. <http://implementconsultinggroup.com/inspiration/articles/accelebrate-change/>

What we need from you now. Please send to rr@eirsoccer.com

- 1) Let us know if you want to participate. Application Deadline is April 5th, so **please let us know by April 3rd** –We apologize for the short notice. But your indication of participation will be tentative. **We will formalize our agreements once we know if we have received the grant.**
- 2) Send us a very brief description (1 paragraph) of your organisation and your work in the area of sport and marginalized women.
- 3) Let us know what European country is your primary area of operation from where you would expect your ambassador coach to come from.

What will you get:

- Your ambassador coach will be invited to participate in a 4 day intensive clinic in Copenhagen November/December 2018 tbd.
- Your ambassador coach will become part of an international network of likeminded practitioners, who will inspire and support each other.
- Your ambassador coach will be able to select a team of 5 female players (minimum 3 with fewer opportunities) who will travel to GGWCup EU in Copenhagen May 2019 tbd. (room and board covered)
- Your ambassador coach will be part of the EU Dream Team, who will play in the GGWCup Global in New York City in September 2019
- Your organisation will be invited to contribute to, and will be credited as co-creator of the content of the clinic and the final report on our findings.
- Your organisation will be credited as participating organisation in the Global Goals World Cup Europe.


What will be expected of you:

- You will be responsible for collecting feedback and data from the local initiative tested by your coach. This can both be an existing initiative where new ideas are tested, or a new initiative that you start.
- You will be responsible for supervising and mentoring the ambassador coach and support her initiative.
- You will help create visibility and awareness about the project, sharing #ggwcupEU branded content on your social media channels and in your newsletters. (We will provide you with content, and you will also be able to create your own if you wish)
- You will help organise the travel plans and registration of the team.
- Your organisation is welcome to participate with additional participants and players in the coaching clinic and the tournaments at your own expense.

Requirements for the coach

- Female (or transgender identifying as female) over 18 years.
- Some coaching experience. (Not necessarily football).
- Experience with, or a strong desire to work with women with fewer opportunities or in multi-ethnic, low-income areas.
- Available to participate in the coaching clinic in November, the GGWCup in May and the GGWCup Global -each event will require 3-4 days of travel.
- Have the nationality, legal status and physical ability to travel within Europe and obtain visa to the US.
- Be willing to participate in sharing feedback and reflections from the project in surveys, interviews and on social media.

Draft content of the Coaching seminar

Day	Key Activities	Expected outcome
1	<p><i>Introduction to the Eir model. And www.ggimpactgames.com</i> Used in training sessions each day</p> 	<p>Challenging the conventional rationale in soccer clubs that each year should be a progression towards elite status, narrowing the number of participants and alienating those who are less competitive. Integrating an added sense of meaningfulness through the objectives of the Sustainable development goals in training through playful games and dialogue.</p>
2	<p><i>Training women with fewer opportunities</i> Learning points from asylum.united. Guest speakers from past soccer programs and partner organisations.</p>	<p>Inspiring Ambassadors to use their skills to empower women who are normally excluded from participating in sport. Giving them tactics to handle barriers and confidence that they can make a difference.</p>



	<i>What is the power and challenges of multiculturalism and diversity in sport?</i>	Sharing stories of impact
3	<i>How to tell your story and engage others</i> Strategies for promoting new and nuanced narratives, recruiting players for their programs and promoting a new kind of active female role model. social media training and basic video journalism.	Strengthen the storytelling ability of the ambassadors, helping them mobilise their network and create social media content. Help them recognise their own extraordinary stories. And share the stories of others.
4	<i>Visionary Aspirations –Evolutionary steps. -What will you take home?</i> As a final assignment the coaches are introduced to our action innovation tool, and design their own action plan and monitoring method to try to test new ideas.	Provide the Ambassadors with clear next steps and a support-team to realise their project.

Bilag 4:
Præsentation af projektet



SCOR VERDENSMÅL!

FNs 17 Mål for bæredygtig udvikling (Verdensmål eller Global Goals) blev underskrevet af 193 nationer i 2015

Med disse mål har verdens nationer lovet hinanden at samarbejde om at afskaffe fattigdom, bekæmpe ulighed og stoppe klimaforandringerne.

I hele verden går byer, virksomheder, regeringer og udviklingsorganisationer sammen om at finde måder hvorpå vi kan accelerere fremskridt og engagere den brede befolkning i denne dagsorden.

For Eir Soccer er der gået sport i det!





HVAD VI HAR GJORT INDTIL VIDERE...

Eir Soccer vandt IOC's pris for kvinder og sport i 2016. Vi har udviklet et nytænkende koncept - en moderne version af en World Cup, som har vist sig i stand til at tiltrække en bred og divers skare af spillere, meningsdannere virksomheder og ledende organisationer i det internationale samfund, i kulturen og i sportsverdenen.

Data:

94.6% af vores spillere ville deltage i en GGWCup igen

74% tror på at deres deltagelse har haft social, politisk eller miljømæssig indflydelse alt efter hvilket Verdensmål de kæmpede for.

75% af spillerne siger, at deres deltagelse har givet dem mod på at være mere aktive ambassadører for de sager de tror på.

35% af spillerne så ikke sig selv som fodboldspillere før turneringen

78% Siger at deres deltagelse har gjort dem mere motiverede for at dyrke sport.

Vi har:

Holdt 6 turneringer

På 4 kontinenter

Med 1200 kvindelige spillere

10.000 tilskuere

Og op mod 300 millioner I medie reach!*

*Sidste års event i New York havde 117 "mentions" i medie outlets inkl. Bloomberg News, Billboards, NBC News, Reuters, ABC News, Mashable, Paris Match, Vogue and In-Style. Især båret af deltagelse af profiler så som Nikolaj Coster-Waldau, Kronprinsesse Mary og Olafur Eliasson.

DET SIGER VORES PARTNERE



Wonderful Copenhagen vil i de kommende år arbejde med udvikling af bæredygtig turisme. Global Goals World Cup vil, som en årlig tilbagevendende begivenhed i København, værdifuldt understøtte Københavns brand, som en af verdens mest bæredygtige destinationer. Arrangementet vil være et forbilledligt eksempel på hvordan man kan kombinere sport, lokalt engagement og arbejdet for FN's verdensmål, i et event til glæde for både tilreisende og lokale.



The Global Goals World Cup is an incredible event and has a huge advocacy impact for the Sustainable Development Goals. Eir Soccer have done an excellent job of creating this unique soccer tournament that combines sports and activism for the Goals seamlessly, and UNDP is very proud to partner with the GGWCup



DAC er engageret i dagsordenen vedrørende FN's verdensmål for bæredygtig udvikling, og med samarbejdet får DAC skabt fokus på denne dagsorden gennem en konkret aktivitet. GGWC har allerede demonstreret, at turneringen mobiliserer lokale aktører gennem borgerdrevet innovation. Der er et stort engagement omkring GGWC og en høj grad af frivillighed. Samarbejdet kan dermed give DAC en mere aktivistisk rolle.





VERDENS FØRSTE AMATØR WORLD CUP – FOR VERDEN

Hvad nu, hvis sport ikke bare handlede om at være den stærkeste og hurtigste. Men også handlede om at være det mest fantastiske menneske, og om at skabe den verden vi gerne vil leve i?



HVAD VI GØR:

VI GENOPFINDER SPORT

Vores 360° tilgang integrerer flere lag af meningsfuldt engagement i en sports event: Vi blander socialt ansvar med legende, kunstnerisk inspiration og aktivisme.

VI GENOPFINDER ARENAEN

Vores event er et laboratorium for videns udveksling, inspiration og refleksion over sportens rolle i global udvikling. Vi vælger en venue, hvor selve arenaen repræsenterer en diskussion om fremtidens aktive og inkluderende byrum.

VI NYTÆNKER DEN GLOBALE TURNERING I EN LOKAL KONTEKST.

GGWCup København bliver en Dansk event med Europæisk og Globalt udsyn. Turneringen kommer til at mobilisere lokale aktører gennem borgerdrevet innovation for konkret bæredygtig udvikling i deres eget miljø. Men den vil også tiltrække internationale hold og stakeholders, som sætter Verdensmålenes temaer i et globalt perspektiv.



HVORFOR KUN KVINDER?

UDVIKLING FOR KVINDER -AF KVINDER

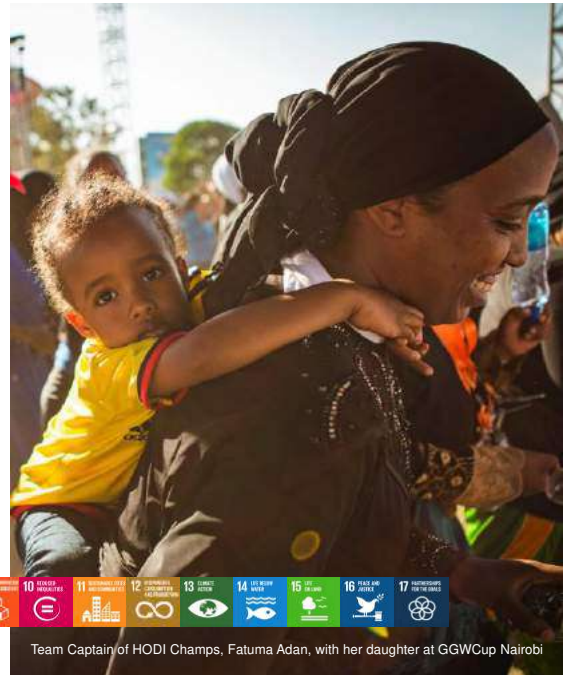
På trods af en grundlæggende bevægelse i retning af større ligestilling, så er kvinders stemmes fortsat underrepræsenteret på en række felter. Derfor er det afgørende at kvinder mere proaktivt tager teten når nye løsninger på verdens udfordringer skal defineres.

KVINDER SKAL VÆRE AKTIVE I BYRUMMET:

Selv om kvinder er gode til at være fysisk aktive, så lykkes vi dårligt med at designe vores byer og sportsklubber, så kvinder føler sig inviteret til at indtage dem. **Vi har brug for en event, som undersøger hvordan fremtidens inkluderende sportskulturer og sportsarenaer skal se ud.**

FORDI...

Studier fra Cambridge viser at moderens aktivitetsniveau er den vigtigste afgørende faktor for børns aktivitetsniveau. Derfor er aktive kvinder en vigtig investering i næste generations sundhed.



Team Captain of HODI Champs, Fatuma Adan, with her daughter at GGWCup Nairobi



01

ACTION

Det handler om at tage det første skridt i den rigtige retning. Og så et til og et til. Derfor anerkendes holdene for deres aktive indsats for deres valgte Verdensmål. Frem mod turneringen optjener holdene en action score. Og i hver kamp får det hold med den højeste score, Action pointet.

02

STIL

Vi tror på, at der skal kreativ inspiration til, hvis vi skal finde innovative løsninger på verdens problemer. Så vi sætter legebarnet fri, og belønner med et stilpoint for at bryde normerne og tænke uniformerne udenfor boksen. Sange, danse og skøre maskotter tæller også.

03

CROWD

Hvis Verdensmålene skal nås inden 2030, så har de brug for verdens største fanklub! Derfor belønner vi vores hold for at mobilisere den sejeste crowd som support for deres hold.

04

MÅL

Og selvfølgelig får holdene et point for at vinde kampen.

SÅDAN SPILLER VI

Vi udfordrer vores hold til at komme ind i kampen allerede inden de sætter foden på banen. For at kvalificere sig skal hvert hold vælge det af de 17 Verdensmål de er mest passionerede omkring, og beslutte hvordan de vil kæmpe for det mål.

Holdenes action kampagner kulminerer i en tempofyldt endags turnering hvor der spilles 5 v 5 på street baner. Alle kampe afgøres ved fordeling af disse fire points:



GLOBAL GOALS WORLD CUP & IMPACT GAMES BY *eir*



Arkitekter fra Bjarke Ingels Group - med cheerleadere, spillede for mål 11: Bæredygtige byer og Lokalsamfund I New York



Founders Majken Gilmartin & Rikke Renholt, Annie Lennox & Helle Thorning-Schmidt



Didier Drogba



Pele and daughter: Kely Nascimento-DeLuca



Victor Cohen & Nikolaj Coster-Waldau



Bjarke Ingels & Lars Lykke Rasmussen



Njiri Matu, Malala Yousafzai & Bill Gates

VI STARTEDE MED AT DESIGN EN BOLD... NU ER DEN BLEVET ET IKON FOR DEN FÆLLES FREMTID VI HÅBER AT SKABE.



Ban Ki-moon & Tai Woo Jeong Nyum



Erna Solberg & Shinzo Abe



The SDGs Dream team and HRH Princess Mary



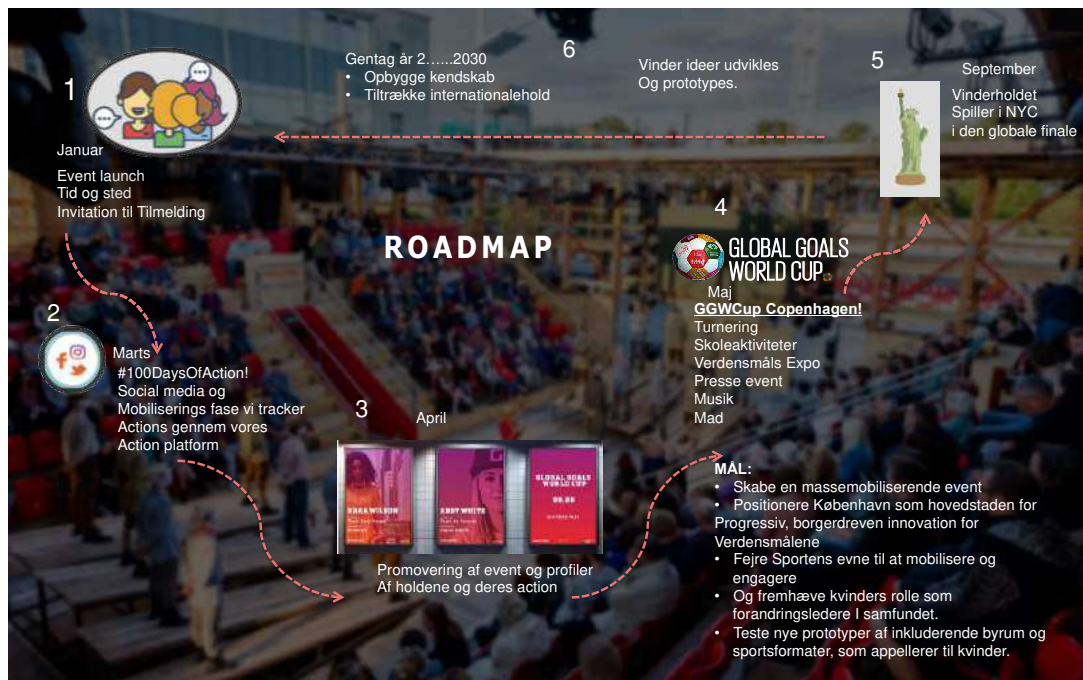
Nadia Nadim



John Abraham & Raha Moharrak



GLOBAL GOALS WORLD CUP & IMPACT GAMES BY *eir*





Bilag 5
Erasmus+ Evaluering



Education, Audiovisual and Culture Executive Agency

Erasmus+: Sport, Youth and EU Aid Volunteers

Annex 1

Evaluation report

Call EAC-A05-2017 Erasmus+ Sport

Award criteria	Experts' comments	Score	Max score
Relevance of the project	<p>The project addresses, through the organisation of a European sport event, the issues of female underrepresentation in sport and social inclusion in sport.</p> <p>The project is based on the findings from the EU Sport Forum in Sofia which recognised that current measures are insufficient and lack originality. The proposal is backed up by research publications and academic data putting forward the issue of women being reluctant and not confident or financially limited to go into sports. In particular mothers feel guilty about spending time on themselves rather than with their families.</p> <p>The project is set to reach its objectives through a different approach to mobilizing physical activity in women which will add a social contribution to the sport activity and also changing the traditional sport narrative by creating prestigious sport events for amateur women.</p> <p>Innovative aspects are focused on the sustainable development of sports and for this reason it uses an adapted original point system that helps the participants to play, engages the crowd to participate with their favourite team, promotes the creative style of the outfits improving cultural social engagement and it integrates this European event into a network of world-wide events. Indeed this is an innovative approach that interacts with all groups involved promoting engagement and status of the proposal according to its objectives.</p> <p>The EU value is that it will promote sport as a necessity in the EU agenda and encourage citizens for the EU elections by raising awareness of the right to vote as the timing of the project is before the upcoming elections.</p>	27,5	30
Quality of the project design and implementation	<p>The project design and methodology are high quality and are presented in great detail.</p> <p>The work programme is clear and lists the main elements of the project with the various phases as well as the various aspects of each phase that determine each outcome and objective to be delivered: date, duration, participants, countries involved, clear</p>	37,5	40



	<p>preparation of activities, numbers of female participants per country. All phases of the project are described, preparatory meeting, detailed project development schedule. Project phase 2 includes the content of all seminars and involved organisations are defined and their participation is secured. The implementation phases are clearly described, by graphs and charts giving a trustworthy overview of the proposal. The chart on a collaborative model of all organisations involved, named by exact name and company name, provides an excellent overview of the whole project in human dynamic. It is nonetheless not fully clear how exactly the players from each country will be selected by the ambassador coach and what exact criteria will define the players that must be with 'fewer opportunities'.</p> <p>Moreover, additional information would have been useful on the detailed event schedule (Phase 5): in particular for this phase, it would have been important to provide a better description of the volunteers mobilisation and training plan and a competition schedule. The volunteers' participation and development of volunteering is one of the objectives of the Erasmus+ programme and in this project further details on this aspect would have contributed to steering it towards being 100% on target.</p> <p>The experience in organising the same event in different countries gives further chances for the success of the project, especially because relevant data from previous events has been provided in the proposal.</p> <p>The presentation includes precise reference to the budgeted costs. Each objective of the methodology is accompanied by its budget efficiency which makes the proposal strong as to the costs and quality evaluation. It is important to note that the project is already on going and has secured substantial funding for its entire pre-phase: promotion, concept testing and partnership.</p> <p>The risk analysis presents a large range of risks, their likelihood and impact as well as their direct action to a solution.</p> <p>All roles and responsibilities are identified and already assigned. Subcontractors have been selected and their scope of work clearly defined. Very reasonably the subcontractor for the graphic and art management shows the high, VIP, prestigious vision for this event towards gender equality.</p>		
<p>Impact and dissemination</p>	<p>The project includes a description of the impact on the target groups and very specific outputs are identified. Each project activity is connected to a specific impact factor and all measures of effect are detailed and connected to a specific and realistic indicator.</p> <p>The prestigious VIP Media coverage has been emphasized throughout the whole proposal.</p>	<p>25,5</p>	<p>30</p>



GLOBAL GOALS

WORLD CUP & IMPACT GAMES BY *eir*

	<p>However the dissemination strategy is only briefly presented. A project of this size has the potential of reaching very far if a strong dissemination plan is put in place. As the promotion of the event, the securing of VIP ambassadors and the creation of a media hype are key success factors, more details on the overall communications strategy would have been an important asset to the project description. It would have been important to give details of the media strategy, which is defined as “Focused and professional”.</p> <p>Online media channels are mentioned in the strategy, rather than Newspapers and TV. The event is very likely to catch the interest of national EU countries televisions and newspapers and to detail a strategy to reach out to media outlets would have been beneficial to the project.</p> <p>The EU visibility will be in the centre of all visible communication as well as the main international event in New York, which brings a great impact of sustainability and quality impact on the project and its action to impact women sport participation and engagement.</p> <p>Regarding the dissemination plan for the online publication that will be drafted, a concrete description as to how and to whom it will be disseminated would have been important.</p>		
	Total:	90,5	100



Global Goals World Cup

TOTAL MENTIONS

149

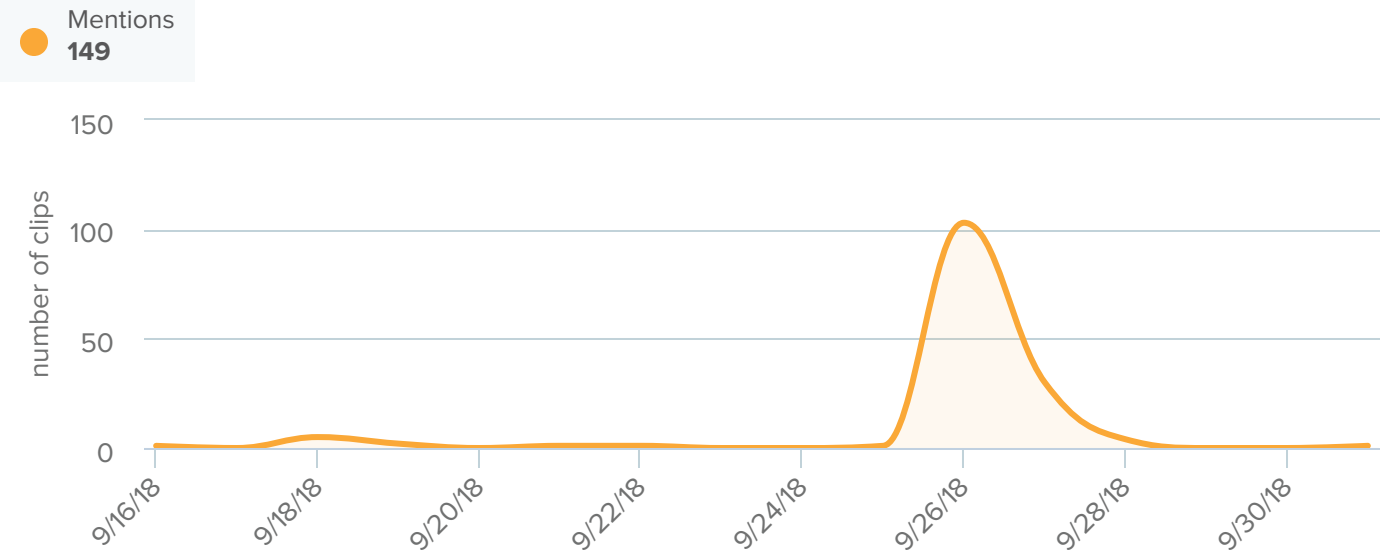
TOTAL REACH

184.7M

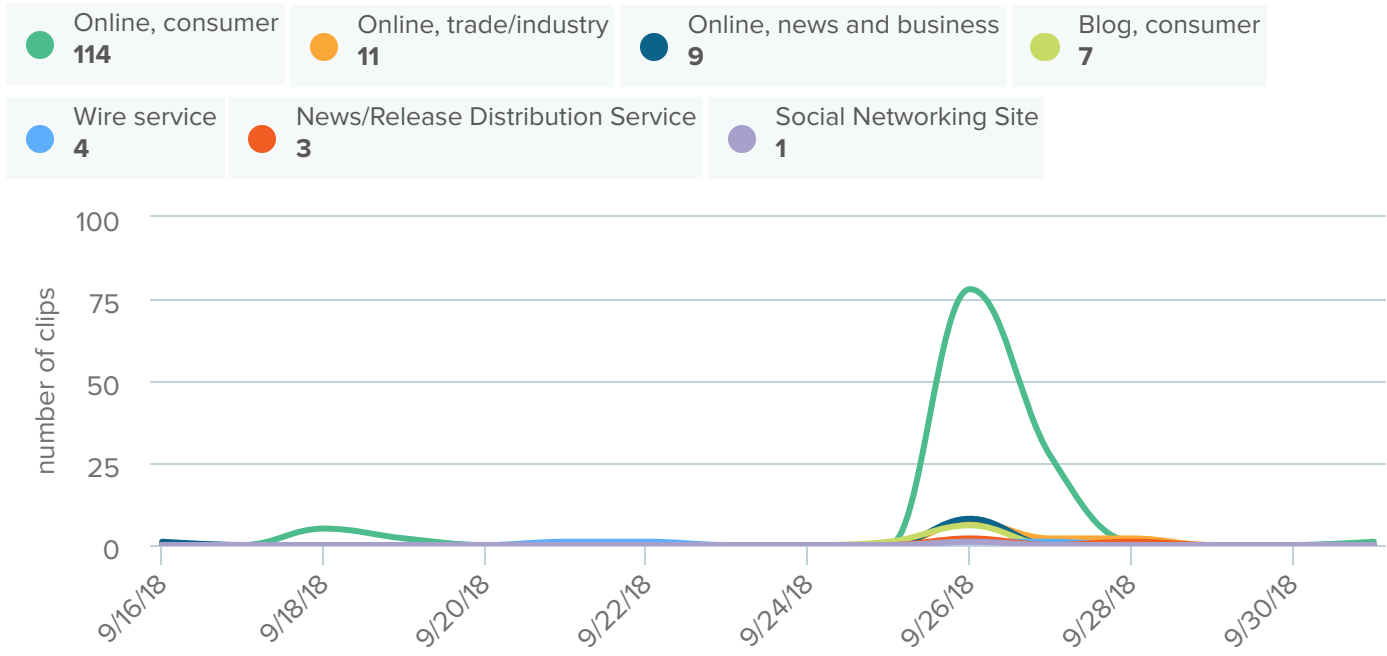
TOTAL PUBLICITY VALUE

\$121.6K

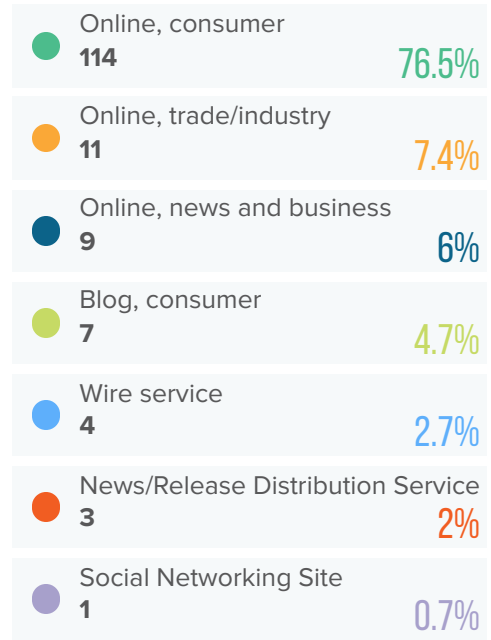
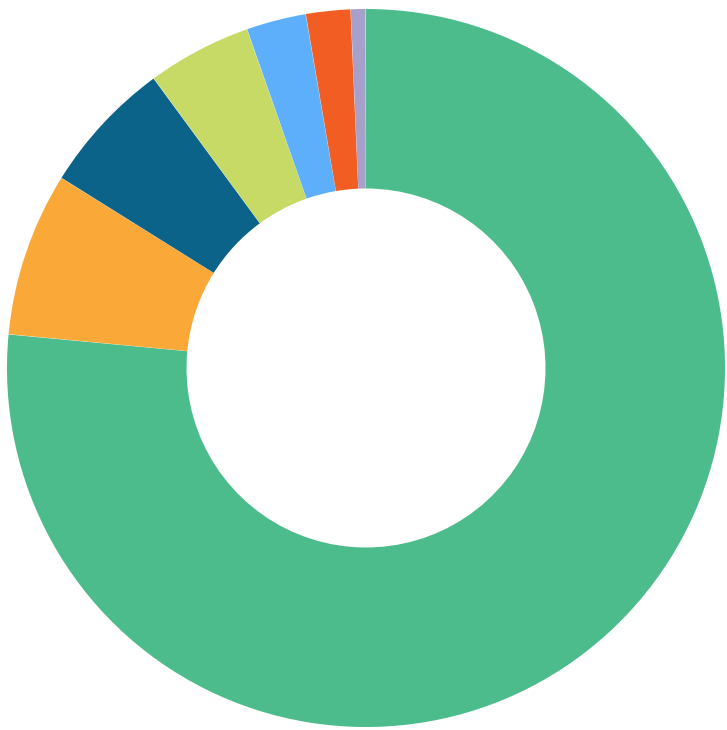
TOTAL MENTIONS



TREND OF COVERAGE BY MEDIA TYPE



SHARE OF COVERAGE BY MEDIA TYPE



The following media attended the Global Goals World Cup:

Print/Online:

360 Degrees *Please note, this is the only Norway/Danish outlet that checked in at our media desk*

Cleatsagram

HELLO Magazine

Global Citizen

PureWow

Broadcast:

EXTRA

HOLA TV

Photographers:

Getty

Globe Photos

MediaPunch

Shutterstock Images

Sipa USA

The press release was picked up by outlets including MarketWatch, Washington Business Journal, Los Angeles Business Journal, South Florida Business Journal, and many broadcast media sites such as regional Fox Station websites, NBC Station websites.

EXTRA TV (English) and Hola! TV (Spanish) were also on hand to capture the day.

People.com ([People.com](http://people.com) has 43,500,570 estimated unique monthly viewers.)

- <https://people.com/celebrity/star-tracks-thursday-sept-27-2018/#mic-check>

Washington Business Journal

- https://www.bizjournals.com/washington/prnewswire/press_releases/Washington/2018/09/26/CL20228?ana=prnews

The Royal House of Norway

- <http://www.kongehuset.no/nyhet.html?tid=165430&sek=26939>
- <http://www.kongehuset.no/nyhet.html?tid=165345&sek=26939> (Photo with Ulrika)

Hegnar.com

- <https://www.hegnar.no/Nyheter/Kuriosa/2018/09/Erna-Solberg-spilte-fotball-i-New-York>

Hola! TV (Hola! USA has 337,867 estimated unique monthly visitors)

- <https://us.hola.com/en/royalty/gallery/2018092712762/royals-new-york-city/1/>
- <https://www.hola.tv/videos/realeza/el-principe-haakon-de-noruega-debuto-como-arbitro-de-un-partido-de-futbol-hola-tv/>

DeFY. New York

- <https://www.defynewyork.com/2018/09/26/recap-3rd-annual-global-goals-world-cup-with-special-guest-nikolaj-coster-waldau-akon/>

Zimbio

- <http://www.zimbio.com/pictures/y3RtmSJRaID/3rd+Annual+Global+Goals+World+Cup>

Social Media Posts

OUTLET	DATE	IMPRESSIONS	LINK
Cleatstagram Instagram Story	9.27.18	513,500	N/A
HOLA TV Youtube	9.26.18	92,000	https://www.youtube.com/watch?v=q1aickilEBg
Luke Gerr Instagram	9.26.18	8,170	https://www.instagram.com/p/BoMeSjyIDS8/?taken-by=lukegerr
Cleatstagram Instagram Story	9.25.18	513,500	N/A
Nikolaj Coster-Waldau Instagram	9.25.18	1,600,000	https://www.instagram.com/p/BoKYscoHBFc/?hl=en&taken-by=nikolajwilliamcw
Nikolaj Coster-Waldau Instagram Story	9.25.18	1,600,000	N/A
Total		4,327,170	



September 28, 2018

<https://okmagazine.com/news/celebrities-spotted-out-and-about-week-of-september-28th/>

CELEBRITIES SPOTTED OUT AND ABOUT - WEEK OF SEPTEMBER 28TH

SEPTEMBER 28, 2018 17:57PM
by Jaime Rabb



- **Clinton Kelly** shared his love for Sargento Natural String Cheese on National String Cheese Day.
- **Carole Radziwill** celebrates the 1st anniversary of Evine After Dark.
- **Nikolaj Coster-Waldau**, star of HBO's *Game of Thrones*, and UN Development Programme's Goodwill Ambassador attended and refereed the 3rd annual Global Goals World Cup.
- **Nicky Hilton Rothschild** stunned at the launch celebration of the newest **Biologie A.W.** Scalp Care collection and her partnership with the premier sustainable brand at 1 Hotel Central Park. Nicky donned an effortless and chic hair look by Celebrity Stylist **Nick Stenson** and guests enjoyed Biologie-inspired food and cocktails.
- The LA Film Festival premiered *The Oath* movie with an after-party at The Highlight Room where SVEDKA Vodka cocktails were being served. Leading stars **Tiffany Haddish**, who wore a stunning red dress, and **Ike Barinholtz** made their way to the rooftop to celebrate the movie's release alongside co-stars **Jon Cho**, **Carrie Brownstein**, and **Nora Dunn**.
- *Real Housewives of New York* star **Dorinda Medley** was spotted playing 'Guess Who, B*tch!' at **Moxy Times Square**. The Real Housewives-version of the favorite childhood 'Guess Who!' game had everyone in high spirits as Dorinda laughed with guests.
- *Chasing Glory* podcast Executive Producer and Host **Lilian Garcia** attended the Christmas in September Toy Drive at the Abbey in West Hollywood on Tuesday.
- **Anna Camp** wore a **Ted Baker London** jumpsuit to the premiere of the indie film *Summer '03* in Los Angeles Tuesday evening.
- Model **Jordyn Woods** received a birthday cake on stage after undergoing a makeup demonstration by Shiseido Global Color Artist **Patrick Ta** at Shiseido Makeup Master Class and Cocktail Party at Quixote Studios in Los Angeles.
- Rapper **Tyga** came out to Avenue Los Angeles following his performance at *Jimmy Kimmel* with Offset. The *Swish* rapper got behind the on the DJ booth and performed his top tracks *Taste* and *Rack City* to Tuesday night partygoers. Tyga hopped off stage to sip on specialty Rémy Martin cocktails with his friends including model Josie Canseco.

September 27, 2018

<https://us.hola.com/en/royalty/gallery/2018092712762/royals-new-york-city/1/>



Queen Rania posed with Anne Hathaway and a host of other leaders during the HeForShe Impact Summit. The mother-of-four gave a touching speech, where she shared the importance of empowering young women around the world. "Empowerment is contagious; I see it lighting up the faces of our youngest girls," she said. "It's what I call 'the reverse domino effect': lift up one woman, and she'll lift up others."

Photo: Instagram/@queenrania



© Getty Images

Crown Prince Haakon of Norway was all smiles as he stood next to Akon and the Prime Minister of Norway, Erna Solberg at the third annual Global Goals World Cup on September 25. The Prince, who was a referee during the All-Star match, opened up about how others can get involved in philanthropy. "There are many things you can do. The first thing is to get knowledge, to learn about the goals, the work that the UN does," he told HOLA! USA. "Maybe pick out a goal you want to champion. I also think it's important to work together with others, maybe join an organization, if there's an NGO you think is doing good work, maybe you can join them. If we join together we can do so much more."

September 27, 2018

<https://people.com/celebrity/star-tracks-thursday-sept-27-2018/#mic-check>

STAR TRACKS

Bride-to-Be Karlie Kloss Goes Glam in Paris, Plus Robert Pattinson, Kevin Hart & More



From Hollywood to New York and everywhere in between, see what your favorite stars are up to

17 of 99

MIC CHECK



Nikolaj Coster-Waldau speaks on stage at the 3rd Annual Global Goals World Cup at the SAP Leonardo Centre in New York City on Tuesday.



Mike Coppola/Getty



September 27, 2018

<https://www.royalcourt.no/nyhet.html?tid=165430&sek=27262>

- Current Activities
- Official Engagements
- Photo Albums
- Official Speeches
- Programme Archive
- News Archive

A soccer tournament to change the world

A women's soccer tournament is helping to shine a spotlight on the UN Sustainable Development Goals (SDGs) in New York City. Each team champions one of the SDGs - and their goals reach far beyond the soccer field.

26.09.2018

Each year during the United Nations' high-level week, the teams that have qualified to compete in the Global Goals World Cup convene for a tournament. These players have already carried out wide-ranging efforts to promote their selected SDG. They might have collected donations for the local school, demonstrated for measures to mitigate climate change, or a myriad other activities to help achieve their goal.



Crown Prince Haakon and actor Nikolaj Coster-Waldau with the winning team, the Goleadoras of Queens, NY. Photo: Pontus Höök / NTB scanpix.



< Previous Next > Enlarge

Actor Nikolaj Coster-Waldau, Prime Minister Erna Solberg and Crown Prince Haakon attended the Global Goals World Cup. Photo: Pontus Höök / NTB scanpix.

Photo 1 of 4

LINKS

- Crown Prince in New York (News article)
- Managing the oceans (News article)
- Global Goals World Cup: ggwwcup.com

Day of finals

Yesterday evening Norwegian time the teams took the field, an indoor pitch on the 48th floor of 10 Hudson Yard.

His Royal Highness Crown Prince Haakon participated as a sports commentator and also served as a referee during the final match. The winning squad faced a team comprised of high-profile champions of the Sustainable Development Goals, such as UN Goodwill Ambassadors actor Nikolaj Coster-Waldau and singer-songwriter Akon. Prime Minister Erna Solberg was also one of the players in yesterday's matches.



Crown Prince Haakon had the pleasure of presenting the winners' trophy, designed by Icelandic artist Olafur Eliasson. Photo: Pontus Höök / NTB scanpix.

Goleadoras

In the end it was the Goleadoras from Queens, New York, who emerged victorious in the tournament. They play to promote Sustainable Development Goal 5: "Achieve gender equality and empower all women and girls," and campaign actively in support of equal opportunities for girls and boys, women and men.

campaign actively in support of equal opportunities for girls and boys, women and men.



*After the match the Crown Prince, Erna Solberg, Nikolaj Coster-Waldau and Akon participated in a panel to discuss the Sustainable Development Goals.
Photo: Pontus Höök / NTB scanpix.*



September 27, 2018

<http://www.zimbio.com/pictures/y3RtmSJRaID/3rd+Annual+Global+Goals+World+Cup>

3rd Annual Global Goals World Cup

In This Album: **Nikolaj Coster-Waldau**, **Erna Solberg**, **Crown Prince of Norway**, **Haakon**, **Akon**



3rd Annual Global Goals World Cup

In This Photo: **Nikolaj Coster-Waldau**, **Haakon**, **Erna Solberg**, **Crown Prince of Norway**

Actor Nikolaj Coster-Waldau, Haakon, Crown Prince of Norway and Prime Minister of Norway Erna Solberg attend the 3rd Annual Global Goals World Cup at the SAP Leonardo Centre on September 25, 2018 in New York City.

(Sept. 24, 2018 - Source: Mike Coppola/Getty Images North America)



September 26, 2018

<https://www.abcnyheter.no/nyheter/verden/2018/09/26/195436432/erna-solberg-i-likestillingskamp-med-ball>

Verden

Erna Solberg i likestillingskamp – med ball

NTB

26. sep. 2018 05:38 – Oppdatert 26. sep. 2018 05:40

Del

Tweet

Epost



Statsminister Erna Solberg og den danske skuespiller Nikolaj Coster Waldau i aksjon under torsdagens fotballkamp. Foto: Pontus Höök / NTB scanpix
Foto: NTB scanpix

Statsminister Erna Solberg deltok tirsdag på Global Goals World Cup i New York, der hun både spilte og kommenterte fotball. Dommer var kronprins Haakon.

I tillegg til Norges statsminister var også den danske skuespilleren Nikolaj Coster-Waldau, den amerikanske R&B-artisten Akon og den britiske programlederen Femi Oke å finne på fotballbanen i 48. etasje i en kontorbygning i New York. Statsministeren kommenterte også en kamp sammen med Oke.

Oppdraget som dommer hadde kronprins Haakon fått.

Arrangementet The Girls lounge tar særlig for seg på likestillings spørsmål og det å bane vei for kvinner i sport – spesielt fotball.

På arrangementet var det også et panel, bestående av de nevnte kjendisene, som snakket om på bærekraftmålene.

Bærekraftsballen, altså en fotball med alle bærekraftmålene, brukes til å skape oppmerksomhet rundt temaet.

(©NTB)

Del

Tweet

Epost



September 26, 2018

<https://www.defynewyork.com/2018/09/26/recap-3rd-annual-global-goals-world-cup-with-special-guest-nikolaj-coster-waldau-akon/>

**RECAP: 3RD ANNUAL
GLOBAL GOALS
WORLD CUP HOSTED
BY THE UNITED
NATIONS
DEVELOPMENT
PROGRAM WITH
SPECIAL GUEST
NIKOLAJ COSTER-
WALDAU & AKON**



Hosted by UNDP and Danish sports organization, Eir Soccer, in partnership with SDG Advocates and the UN Office of Partnership, the 3rd Annual Global Goals World Cup kicked off yesterday with special guests that included: Nikolaj Coster-Waldau, star of HBO's Game of Thrones, and UN Development Programme's Goodwill Ambassador; Norway's Crown Prince Haakon, Norwegian Prime Minister Erna Solberg, Akon, Lilibeth Cuenca Rasmussen, Indie pop artist Athina, Danish winger/songwriter Pii Press, and creative activist, co-founder of ofto.org and first time GGWCup referee Nachson Mimran at the Global Goals World Cup in New York City.



NEW YORK, NY – SEPTEMBER 25: Co-founder of Global Goals World Cup Majken Gilmartin, Actor Nikolaj Coster-Waldau, Female Quotient CEO Shelley Zalis, Recording artist Akon, Haakon, Crown Prince of Norway, Prime Minister of Norway Erna Solberg, Author Ann Rosenberg, Peace advocate Victor Ochen and Danish athlete Rikke Ronholt attend the 3rd Annual Global Goals World Cup at the SAP Leonardo Centre on September 25, 2018 in New York City. (Photo by Mike Coppola/Getty Images for UNDP)

The 48th floor of the SAP building at 10 Hudson Yards was transformed into a football pitch where 24 amateur women's teams vied for the trophy designed by artist, Olafur Eliasson. The project transcends borders and social backgrounds for a common cause: creating awareness about alternative modes of consumption for a more sustainable future.



NEW YORK, NY – SEPTEMBER 25: Participants at the 3rd Annual Global Goals World Cup at the SAP Leonardo Centre on September 25, 2018 in New York City. (Photo by Mike Coppola/Getty Images for UNDP)

Games were refereed by Crown Prince Haakon and Nikolaj Coster-Waldau, with Al Jazeera's Femi Oke in the announcers' booth.



NEW YORK, NY – SEPTEMBER 25: Prime Minister of Norway Erna Solberg and Actor participate in activities during the 3rd Annual Global Goals World Cup at the SAP Leonardo Centre on September 25, 2018 in New York City. (Photo by Mike Coppola/Getty Images for UNDP)

Akon was in attendance while Indie pop artist Athina and Danish winger/songwriter Pii Press performed between the games and panels.



NEW YORK, NY – SEPTEMBER 25: Actor Nikolaj Coster-Waldau and Recording artist Akon participate in the game during the 3rd Annual Global Goals World Cup at the SAP Leonardo Centre on September 25, 2018 in New York City. (Photo by Mike Coppola/Getty Images for UNDP)

To qualify, each team has led a campaign of advocacy and action for one of the 17 Global Goals. They competed by a unique set of rules that decided the games based on action, mobilization, style and soccer skills -panels showcasing ground-breaking women ran concurrently in the space all afternoon-



NEW YORK, NY – SEPTEMBER 25: Recording artist Athina performs at the 3rd Annual Global Goals World Cup at the SAP Leonardo Centre on September 25, 2018 in New York City. (Photo by Mike Coppola/Getty Images for UNDP)

For more info visit GGWCUP.com.

September 26, 2018

<https://www.hegnar.no/Nyheter/Kuriosa/2018/09/Erna-Solberg-spilte-fotball-i-New-York>

Erna Solberg spilte fotball i New York

Statsminister Erna Solberg deltok tirsdag på Global Goals World Cup i New York, der hun både spilte og kommenterte fotball. Dommer var kronprins Haakon.



Artisten Akon, Kronprins Haakon og statsminister Erna Solberg. Foto: Pontus HÖök / NTB scanpix

Artikkel av: NTB
26. september 2018 - 06:14

Lest av
372



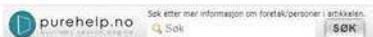
I tillegg til Norges statsminister var også den danske skuespilleren Nikolaj Coster-Waldau, den amerikanske R&B-artisten Akon og den britiske programlederen Femi Oke å finne på fotballbanen i 48. etasje i en kontorbygning i New York. Statsministeren kommenterte også en kamp sammen med Oke.

Oppdraget som dommer hadde kronprins Haakon fått.

Arrangementet The Girls lounge tar særlig for seg på likestillings spørsmål og det å bane vei for kvinner i sport - spesielt fotball.

På arrangementet var det også et panel, bestående av de nevnte kjendelsene, som snakket om på bærekraftmålene.

Bærekraftsballen, altså en fotball med alle bærekraftmålene, brukes til å skape oppmerksomhet rundt temaet. (@NTB)



kuriosa sport Samfunn kronprins haakon erna solberg fotball



September 26, 2018

<https://www.hola.tv/videos/realeza/el-principe-haakon-de-noruega-debuto-como-arbitro-de-un-partido-de-futbol-hola-tv/>

EXCLUSIVA

iHOLA! TV

Videos Realeza

El Príncipe Haakon de Noruega debutó como árbitro de un partido de fútbol | ¡HOLA! TV

Chaco FREE SHIPPING + RETURNS SHOP NOW

0:00 / 2:24

YouTube

Facebook Twitter Google+ Pinterest Email



September 26, 2018

<http://www.justjared.com/2018/09/26/nikolaj-coster-waldau-steps-out-for-global-goals-world-cup-2018/>

Nikolaj Coster-Waldau Steps Out for Global Goals World Cup 2018!



Nikolaj Coster-Waldau is all smiles as he steps out for the **2018 Global Goals World Cup** on Tuesday afternoon (September 25) at the SAP Leonardo Center in New York City.

The 48-year-old *Game of Thrones* star and Goodwill Ambassador attended the event that helps raise awareness and funds for the UN Sustainable Development Goal – which range from gender equality to climate change.

PHOTOS: Check out the latest pics of **Nikolaj Coster-Waldau**

"Women make up half of the world's population but have only 30% of governance representation. Their participation is critical to the success of the #GlobalGoals. I again brought my

daughters to the #GGWCup this year, so they can see all these remarkable women – scientists, activists, CEOs, policymakers – playing #Sport4SDGs. Sport unites people around the world, and I hope that so will the #SDGs." **Nikolaj** wrote on *Instagram* along with a photo of his two daughters **Philippa**, 17, and **Safina**, 14.

Just Jared on Facebook Like 403K

Follow @justjared 751K followers





September 26, 2018

<http://www.kongehuset.no/nyhet.html?tid=165430&sek=26939>

En annerledes fotballturnering

En fotballturnering for kvinner er med og setter søkelys på FN's bærekraftsmål i New York. Lagene spiller for hvert sitt mål - og det er ikke bare fotballmål som teller med i resultatet.

26.09.2018

Hvert år møtes lagene som har kvalifisert seg for å konkurrere i Global Goals World Cup under FN's høynivåuke. De har allerede gjort en stor innsats gjennom å aksjonere for sitt valgte bærekraftsmål. De kan ha samlet inn penger til den lokale skolen, demonstrert for tiltak mot klimaendringene, eller gjort andre ting for å fremme sitt mål.



◀ Forrige Neste ▶ Større bilde

Skuespilleren Nikolaj Coster-Waldau, statsminister Erna Solberg og Kronprins Haakon tok del i Global Goals World Cup. Foto: Pontus Höök / NTB scanpix

Bilde 1 av 4

Kronprins Haakon og Nikolaj Coster-Waldau med vinnerlaget, Goleadores fra Queens, NY. Foto: Pontus Höök / NTB scanpix

Finaledag

I går kveld norsk tid gikk lagene på innendørsbanen i 48. etasje i Hudson Yards.

Hans Kongelige Høyhet Kronprins Haakon deltok både som tidvis kommentator og som dommer under finalekampen. Vinnerlaget mottok også et lag bestående av profilerte forkjempere for bærekraftsmålene, slik som goodwillambassadørene skuespiller Nikolaj Coster-Waldau og artisten Akon. Statsminister Erna Solberg var også blant spillerne på banen i går.



Kronprins Haakon hadde gleden av å overrekke seierstrophet laget av den islandske kunstneren Olafur Eliasson. Foto: Pontus Höök / NTB scanpix

Goleadoras

Til slutt var det laget Goleadoras fra Queens i New York som gikk seirende ut av turneringen. De spiller for bærekraftsmål nummer 5: Likestilling, og aksjonerer for at jenter og gutter, kvinner og menn skal ha de samme mulighetene.



Etter kampen deltok Kronprinsen, Erna Solberg, Nikolaj Coster-Waldau og Akon i et panel som diskuterte bærekraftsmålene. Foto: Pontus Höök / NTB scanpix



DET NORSKE KONGEHUS

September 25, 2018

<http://www.kongehuset.no/nyhet.html?tid=165430&sek=26939>

God forvaltning av havet

Havet er viktig for å oppnå nesten alle FNs bærekraftsmål. Forutsetningen er en god balanse mellom vern og bærekraftig bruk av ressursene havet rommer, understrekte H.K.H. Kronprinsen i dag.

25.09.2018

Norge har tatt en ledende rolle internasjonalt i arbeidet for en god, forskningsbasert forvaltning av havet. Målet er å skape forståelse for hvordan havet kan gi store bidrag i kampen for FNs bærekraftsmål for å utrydde sult og fattigdom - dersom vi sørger for en god balanse mellom vern og bærekraftig bruk.



Samling om en bærekraftig forvaltning av havet. Foto: Erik Abild, Det kongelige hoff.

Kronprins Haakon understrekte nettopp dette da han talte under FN Global Compacts arrangement "Ocean Retreat" i dag.

- Beregninger viser at vi vil være omlag 10 milliarder mennesker på planeten innen år 2050. Ti milliarder som trenger mat, energi og transportmidler. Mange av framtidens løsninger på utfordringene dette innebærer er å finne i havet. Men det avhenger av vår evne til å forvalte havet bærekraftig i dag, sa Kronprinsen.

Å frigjøre det enorme, utnyttede potensialet som ligger i havet er avgjørende for å nå FNs bærekraftsmål.

- I følge OECD kan havøkonomien alene skape 40 millioner arbeidsplasser globalt innen 2030. Å frigjøre det enorme, utnyttede potensialet som ligger i havene våre er avgjørende for å nå FNs bærekraftsmål.

Men om vi ikke tar skritt for å verne om havmiljøet, vil vi heller ikke kunne hente av havets rikdom, påpekte Kronprins Haakon.

Men om vi ikke tar skritt for å verne om havmiljøet, vil vi heller ikke kunne hente av havets rikdom.

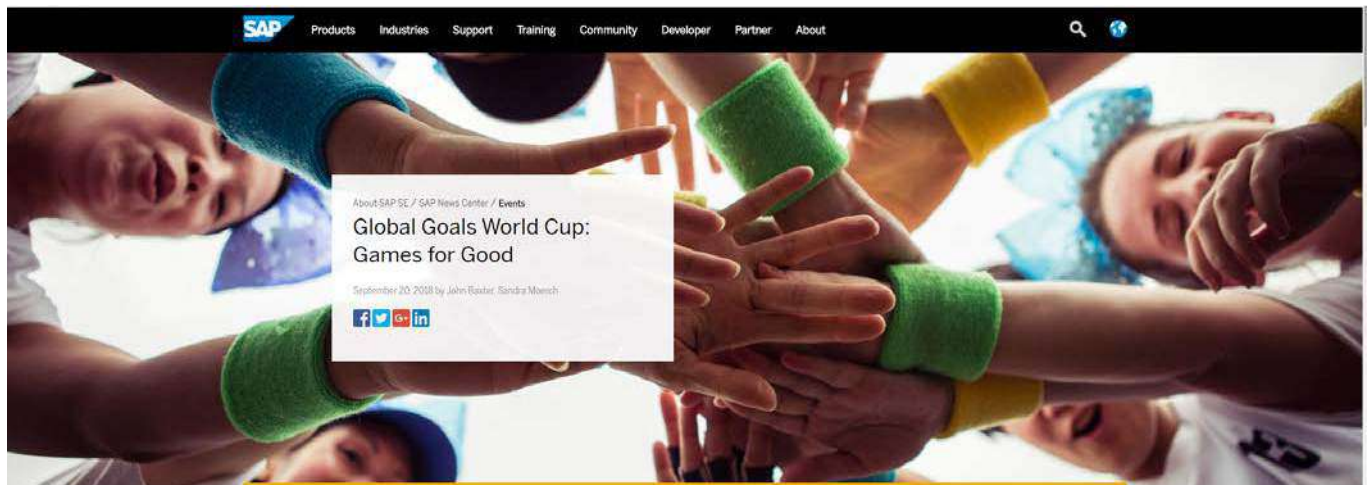
Ocean Retreat er den første samlingen for FN Global Compacts plattform for bærekraftig havøkonomi etter lanseringen i juni. Havplattformen har som mål å skaffe innsikt i hvordan havet og havnæringene kan bidra i arbeidet med bærekraftsmålene og arbeide for internasjonale standarder for bærekraftig bruk av havet.

Initiativet samler representanter for forskning, organisasjonliv og næringsliv, og noen av verdens største havbedrifter innen områder som energi, shipping og oppdrett deltar. Norge har tatt en ledende rolle i arbeidet, og bidrar også økonomisk.



September 20, 2018

<https://news.sap.com/2018/09/global-goals-world-cup-games-for-good/>



SAP Next-Gen, the Global Goals World Cup, Startup Guide, The Female Quotient, and the United Nations are working together to enable women to advance awareness and commitment to the Sustainable Development Goals.

It has been three years since world leaders at the United Nations adopted the Sustainable Development Goals (SDGs), which aim to improve billions of lives around the world, but solving the problems facing our planet is complicated. The responsibility to embrace collaboration and innovate with purpose to create a world without poverty, a healthier planet, and a just, peaceful society must be shared globally.

During the upcoming United Nations General Assembly week in New York, SAP Next-Gen is driving innovation with purpose, bringing together new partners to engage and inspire a global audience of purpose-driven innovators to join with SAP to accelerate solutions to the SDGs.

During the 73rd session of the UN General Assembly, SAP Next-Gen is bringing its global network together in New York to support of the company's vision to help the world run better and improve people's lives and to engage new audiences in new experiences while showcasing how SAP is a leader on the forefront of supporting global action to address and accelerate solutions to the SDGs.

With [EIR Soccer](#), SAP Next-Gen is hosting the **Global Goals World Cup**, the first-ever activist world cup for women's amateur football, at the SAP offices in Hudson Yards in New York City on September 25.

Imagine if sports were not just about being the strongest and fittest, but also about being purpose-driven. During the Global Goals World Cup, scoring goals *and* taking actions for the SDGs through exemplifying "Innovation with Purpose" and mobilizing others are equally important.

"We are thrilled to be partnering with EIR Soccer and its Global Goals World Cup program, and are so inspired by the teams of women who are dedicating themselves to working on solutions to specific SDGs," said Ann Rosenberg, senior vice president and global head of SAP Next-Gen.

SAP Next-Gen is transforming the 48th floor at the Hudson Yards office into an indoor soccer arena in order to enable the teams of social change agents to play five-a-side soccer for the world we want.

Meet the teams and hear their inspiring commitments in this [video](#):



From Denmark to Everywhere

The [Global Goals World Cup](#) was created by EIR Soccer, a small Danish organization with a big idea: to create sports events that inspire women to become champions of the 17 SDGs and drive progress and change in their communities.

"We want to bring the power of sport to the table in the push to realize the Global Goals," says Majken Gilmartin, CEO of EIR Soccer and the Global Goals World Cup. "We do this by creating a unifying event centered around inspiring and activating women to accelerate awareness and progress in the world."



cleatstagram

Follow



5,499 posts 513k followers 287 following

Cleatstagram

More than just footwear.

Cleatstagram@gmail.com

www.youtube.com/watch?v=GGNGflwHmKE

September 27, 2018





September 26, 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=q1aickilEBg&t=16s>




lukegerr
Follow
...

32 posts 8,170 followers 346 following

LG
 UMass '21

September 26, 2018

<https://www.instagram.com/p/BoMeSjyIDS8/?taken-by=lukegerr>




lukegerr • Follow
 New York, New York

lukegerr Had a great time speaking with @akon yesterday, absolute legend.. thanks to the @undp for having me out!
 andrewmortarelli blame it all on me cleatstagram






622 likes
 4 HOURS AGO

Add a comment...



cleatstagram Follow + ...

5,496 posts · 513k followers · 287 following

Cleatstagram
More than just footwear.
Cleatstagram@gmail.com
www.youtube.com/watch?v=GGNGfLwHmKE

September 25, 2018





nikolajwilliamcw

Follow

115 posts 1.6m followers 126 following

Nikolaj Coster-Waldau
Actor
give.undp.org/nikolaj



nikolajwilliamcw • Following
New York, New York

nikolajwilliamcw Women make up half of the world's population but have only 30% of governance representation. Their participation is critical to the success of the #GlobalGoals. I again brought my daughters to the #GGWCup this year, so they can see all these remarkable women - scientists, activists, CEOs, policymakers - playing #Sport4SDGs. Sport unites people around the world, and I hope that so will the #SDGs. @undp

Load more comments

haanahbannana #make a change
ariukage Jaimeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeee
eeeeeeeeee
malinbller @tj_corbett Imfao Cersei is like the opposite of a feminist
synawrutael 🍷🍷🍷

56,399 likes
6 DAYS AGO

Add a comment...

bit.ly/SDGZone



nikolajwilliamcw • Following

nikolajwilliamcw Years ago I was working in Australia and brought my kids with me. Filippa was worried about falling behind at school until her teacher told her : ' filippa, there are many ways to learn and one of the best is by travelling' This week in NY i got to expose them to the madness of the UN and a lot of great passionate people dedicated to making our world a little better.. they enjoy it. And it doesnt hurt we are in New York City :-) @undp @ggwcup

Load more comments

itsthanvi So nice and handsome dad 😊

cydvalen Beautiful daughters

nascimentotiago945 O nik e muito foda 🙌🙌

manishsahni9 Cute family ❤️

mariajzamin #idol 🙌🙌❤️



60,357 likes

4 DAYS AGO

Add a comment...



detnorskekongehus • Follow

detnorskekongehus En fotballturnering for kvinner er med og setter søkelys på FNs bærekraftsmål i New York. Hvert lag velger seg et bærekraftsmål de vil bidra til, som for eksempel utdanning eller klima. Og det er ikke bare fotballmål som gir poeng - beste bidrag til bærekraftsmålene er vel så viktig. Hvert år møtes kvalifiserte lag under FNs høynivåuke for å konkurrere i Global Goals World Cup. I år deltok Kronprins Haakon som dommer i finalekampen, og både statsminister Erna Solberg,



1,505 likes

6 DAYS AGO

Add a comment...





30. september 2018

SWOOP FREESTYLE FAI WORLD CHAMPIONSHIPS CPH 2019

Eventbeskrivelse

Swoop Freestyle FAI World Championships (SFFWC), er den officielle verdensmesterskabsserie indenfor faldskærmsdisciplinen freestyle swooping, som i 2019 afvikles som en 3-stop serie. Det første mesterskab finder sted på Peblingesøen i København i august, det andet mesterskab på San Diego Bay i USA til oktober og sidst i Mellemøsten eller USA i november/december. SFFWC er internationalt akkrediteret af de internationale luftsportsforbund, Federation Aeronautique Internationale (FAI) & International Parachuting Commission (IPC), og har deltagelse af de bedste faldskærmsatleter i verden – deriblandt den danske topatlet Christian Webber der i 2018 tog bronze i København og samlet placerede sig som verdens nummer fem.

SFFWC blev oprindeligt startet i København i 2015 og var øjeblikkeligt en succes med et stort potentiale for vækst:

- 2015: Pilot event i København nomineret til årets bedste initiativ ved Københavns Kongres & Event Award.
- 2016: Test af konkurrencekoncept i København, der modtog prisen for 'Best Initiative Award' af den internationale komite SportAccord, Schweiz.
- 2017: Konstituerende verdensmesterskab (FAI sanktioneret) afviklet i København og nomineret til 'Bedste Sport Event' ved København Kongres & Event Award.
- 2018: VM-serien etableres med København og San Diego som værtsbyer.

Fra 2018 og fremad vil VM-serien vokse år for år mod 12 årlige events på alle verdens kontinenter.

Resultaterne fra den netop afviklede 2018-serie er endnu ikke færdigopgjort, men kan allerede konkludere en positiv vækst sammenlignet med 2017. I 2018 er eksempelvis mediedistributionen markant forhøjet med internationale kanaler så som Sky Sport og Eurosport til i alt 206 lande. Afrapporteringsprojektet om VM 2017 gennemført med mediebyureauet Carat og Wonderful Copenhagen konkludere at SFFWC bidrog til turismeøkonomien med 15 mil DKK.

SFFWC som storby-begivenhed er i sin helhed en luftsportsfestival der viser luftsportens forskellige muligheder og tiltrækker luftsportsinteresserede fra hele verden til København. Gennem weekenden præsenteres faldskærmsdiscipliner, paragliding-discipliner, forskellige civile- og militære luftfartøjer og den berømte mørkeopvisning. Hovedaktiviteterne er de tre TV-transmitterede konkurrencer i Swoop Freestyle; Training, Qualifying og Finals, som viser København i et tredimensionelt perspektiv med billeder fra atleternes hjelmkameraer, helikoptere og mere, gennem totalt 6 timer på internationale sportskanaler samt på flere internationale nyhedsstationer.

Event video 2018: <https://www.facebook.com/swoopfreestyle/videos/2127826604123329/>

SFFWC CPH 2019 og eventvurderingsmodellen

Økonomisk Bæredygtighed

- Arrangøren har 5 års erfaring med afvikling af SFFWC nationalt og internationalt.
- Eventen benytter primært lokale/nationale leverandører inden for alle områder, så som overnatning, flyvning, produktion, eventlogistik mv.
- Eventen tiltrækker internationale turister med interesse for luftsport og især faldskærmssport
- Eventen er et unikt branding værktøj for København med det content (billeder&video) som der produceres og har en stor interesse fra internationale medier.
- Sport Event Denmark meddelte i 2017 at de ville yde støtte i 2017, 2018 og 2019.
- Wonderful Copenhagen vil sammen med arrangøren rejse finansiering fra Region Hovedstaden.

Miljø-mæssig Bæredygtighed

- Affaldssortering på venue (Renhold og Dansk Retursystem)
- Bannere, flag, markedsføringsmateriel ved eventene er miljøcertificeret (indeholder ikke pvc/ftalater).
- Støjsvage og 'grønne' generatorer.

Faciliteter

- Der er ikke behov for anlæggelse af nye faciliteter. Eventene finder sted på Peblingesøen og mindre aktiveringer på andre steder i København.

Relevans for idrætslivet i København

- Ved eventen foretager det danske luftsportsmiljø aktiveringsaktiviteter mhp. at uddanne folk om luftsport og hverve disse som nye medlemmer. Aktiviteterne gennemføres i samarbejde med de danske luftsportsunioner.
- Forventet samarbejde med Dansk Vandskiforbund med wakeboard aktiviteter ved SFFWC.

Relevans for borgerne

- Bred almen interesse - alle aldersgrupper og samfundslag (primær målgruppe millennials, sekundær Gen X & Z). Eventene er unikke sammenlignet med andre idrætsbegivenheder og derfor inddrages både traditionelle og nye kulturbrugere.
- Eventen er gratis og placeret på og omkring Peblingesøen ved det kulturelle 'hotspot' Dronning Louises Bro.
- Forvandler Peblingesøen til et airshow med hovedkonkurrencen i freestyle swooping samt andre luftopvisninger og lægger op til øget brug af Peblingesøen.
- I eventbyen vil der være oplevelser med omdrejningspunkt i luftsport, dansk militær og politi, med oplevelser så som udstyrsudstilling, virtual reality faldskærmsflyvning, pakkeområde for faldskærme mv.

Aktivering

- Samarbejdet med CPH Business, Fritidsakademiet og CPH Volunteers fortsætter i 2019. Hos CPH Business bruges SFFWC som case-materiale for elevernes studier på prof. bacheloruddannelsen i sport management og flere elever har gennemført praktik i Swoop Challenge ApS der er arrangøren. Fritidsakademiet hjælper unge med at komme ud på arbejdsmarkedet gennem jobtræning. De unge deltager i logistikken bag eventene sammen med ansvarspersoner, frivillige og leverandører.
- I alt deltager omkring 200 frivillige i afviklingen af den københavnske event som vil være fra tre ovenstående organisationer samt det internationale faldskærmsmiljø.
- Udenlandske delegationer fra internationale værtsbyer ved netværksarrangementer sammen med KK kulturinstanser og politikere.

Branding og markedsføring

- Swoop Freestyle FAI World Championships brander København som innovativ, kreativ, åben og mangfoldig når en ekstremkonkurrence afvikles i hjertet af byen. Det beviser prisen "World Best Home-Grown Event", SportAccord 2016.
- Digital kampagne fra start Q2 til slut Q4 der viser København gennem hele perioden. De digitale outlets vil være hjemmeside, Facebook, Instagram, Youtube.
- TV kampagne: Med broadcastere gennemføres TV-kampagner op til TV-konkurrencerne og i selve liveudsendelserne vises værtsby-præsentationsvideo som åbning til konkurrencerne, der udvikles i samarbejde med Wonderful Copenhagen for at kommunikere strategiske budskaber for København.

Medieinteresse

- Pressearbejde gennemføres om det københavnske stop med flere pressemeddelelser så som:
 - o Offentliggørelse af seriens stops
 - o Offentliggørelse af deltagere
 - o Offentliggørelse af program for københavnske event
 - o Ankomst af deltagere i København
 - o Resultater af københavnske event
- Nationale- og internationale medier såsom Ekstra Bladet, DR, TV2, Sky, FOX, Trans World Sport, Eurosport og CNN har været samarbejdspartnere 2015-2018 og er derfor en del af arrangørens netværk.
- I 2018 vil der også være internationale distributionsaftaler af live sportsproduktioner fra eventene på stationer som EDGESport, Olympic Channel og Eurosport til 206 lande.

Tilskuerinteresse

- Besøgstal ved alle events 100.000.



BUDGET SFFWC CPH 2019

INDTÆGTER		DKK EKSKL. MOMS
KK Festivalpulje	12,7%	500.000 DKK
Sport Event Denmark	3,8%	150.000 DKK
Region Hovedstaden*	25,4%	1.000.000 DKK
Kommercielle partnere	58,1%	2.288.000 DKK
TOTALE INDTÆGTER		3.938.000 DKK

UDGIFTER		DKK EKSKL. MOMS
Produktionsomkostninger		-816.000 DKK
Marketing & PR		-310.000 DKK
Venue-udgifter		-699.000 DKK
Underholdning		-320.000 DKK
Championship		-374.000 DKK
Overnatning & Catering		-280.000 DKK
Transport		-141.000 DKK
Forsikring		-50.000 DKK
Event Management & Administration		-590.000 DKK
Overhead 10%		-358.000 DKK
TOTALE UDGIFTER		-3.938.000 DKK

* Region Hovedstaden ansøges Q4, 2018, efter afgørelse fra KK KFU.









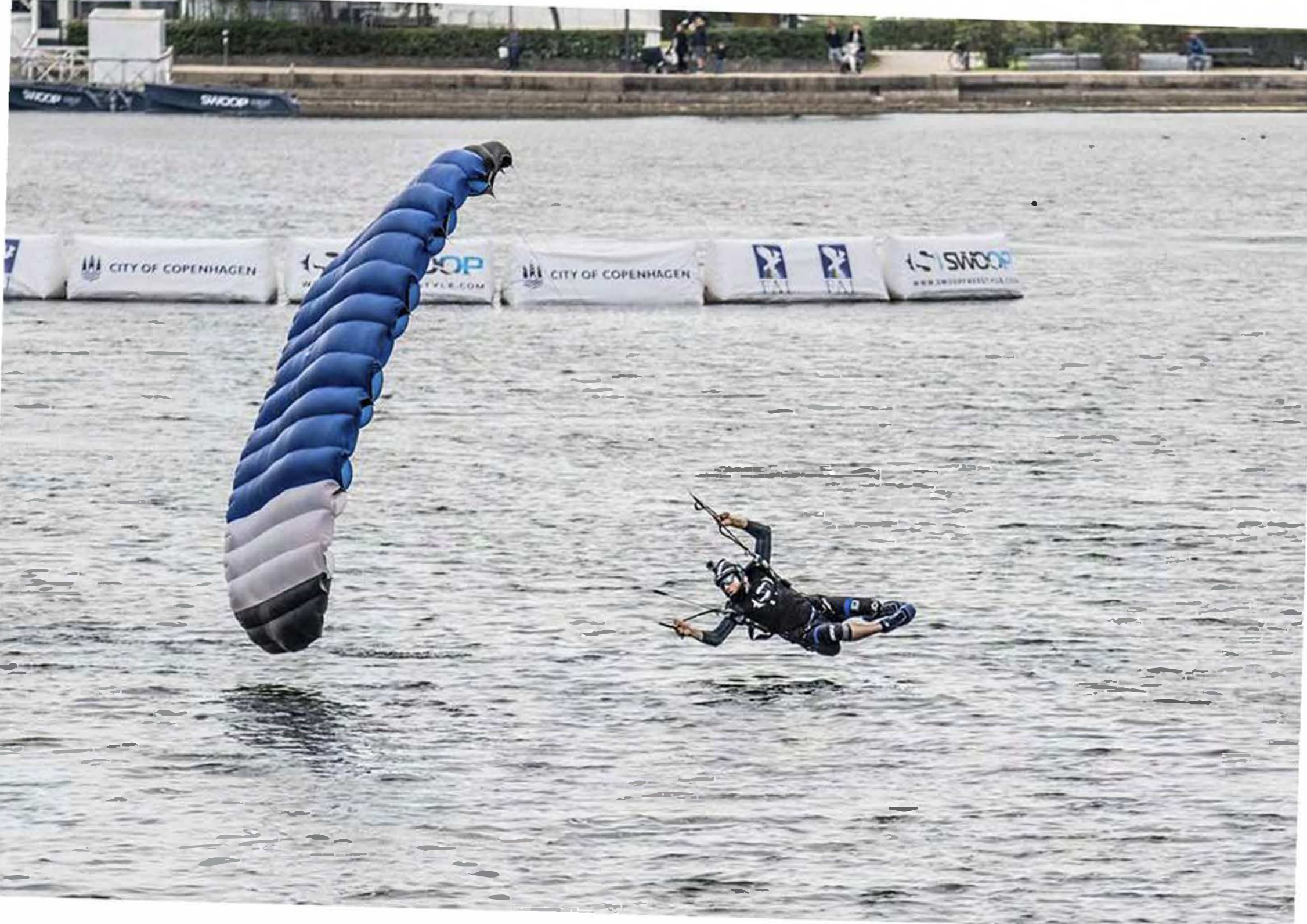




SPORT EV







CITY OF COPENHAGEN

CITY OF COPENHAGEN

SWOOP
WWW.SWOOPFREESTYLE.COM



SPORT EVENT
DENMARK



WONDERFUL
COPENHAGEN

CITY OF COPENHAGEN

FAI

WONDERFUL
COPENHAGEN

CITY OF COPENHAGEN

FAI

SPORT EVENT
DENMARK



WONDERFUL
COPENHAGEN

CITY OF COPENHAGEN

SPORT EVENT
DENMARK

WONDERFUL
COPENHAGEN

CITY OF COPENHAGEN

SPORT EVENT
DENMARK

WONDERFUL
COPENHAGEN



WONDERFUL
COPENHAGEN

CITY OF COPENHAGEN

















WONDERFUL
COPENHAGEN































CITY OF COPENHAGEN



SPORT EVENT DENMARK

WONDERFUL COPENHAGEN

CITY OF COPENHAGEN



SPORT EVENT DENMARK

CITY OF COPENHAGEN



SPORT EVENT DENMARK

WONDERFUL COPENHAGEN

SPORT EVENT DENMARK

WONDERFUL COPENHAGEN

WONDERFUL COPENHAGEN

SHICO

LE.COM



















