



Orientering

Til ØU

Afrapportering på værtskab for VM i Stand Up Paddle & Paddleboard

Resumé

I september 2024 var København vært for "2024 ISA World SUP & Paddleboard Championship" (VM i SUP 2024). Specialforbundet Surf & SUP Denmark var projektejer og eventarrangør og har udarbejdet en slutafrapportering til Københavns Kommune.

Surf & SUP Danmarks ambitioner for værtskabet var:

- at brande København som Europas SUP Hovedstad nr. 1.
- at skabe grundlag en årligt tilbagevende international bredde event (SUP Copenhagen) mhp. at understøtte kultur og fritidslivet i København.
- at understøtte kommunens langsigtede politiske arbejde for at skabe en større rekreativ brug af havnen og vandet omkring byen og dermed stimulere udviklingen af de mange vandsportsfællesskaber i Hovedstaden.
- at fortælle historien om vigtigheden af rent vand og vandkvalitet i en europæisk hovedstad.

Økonomiudvalget forelægges Surf & SUP Danmarks rapport til orientering, inkl. nøgletal og arrangørens væsentligste læringspunkter (bilag 1).

Indhold

I regi af det tværgående forvaltningssamarbejde på megaeventområdet, Copenhagen Megaevents, har Kultur- og Fritidsforvaltningen fungeret som eventarrangørens indgang til Københavns Kommune i relation til bl.a. myndighedsgodkendelser, sparring vedr. skolesamarbejder, tilskudsadministration mm.

Surf & SUP Danmarks rapport opsummerer eventens resultater, herunder at VM i København var det hidtil største VM nogensinde i forhold til deltagerantal. 500 skoleelever deltog i undervisningsforløb under VM-dagene. Arrangøren havde fokus på både miljømæssig og social bæredygtighed med indsatser som eks. havne clean-ups, indretning af eventområdet, sponsorvalg og -aktivering og brug af bæredygtige materialer i indretningen af eventområdet.

28-10-2025

Sagsnummer i F2
2025 - 21144

Dokumentnummer i F2
9149258

Sagsnummer eDoc
2025-0315454

Sagsbehandler
Vibe Sofie Elleby

Evalueringen viser også afvigelser fra tilskudsftalens angivne aktivitetsmål. Det bemærkes, fx at deltagerantallet for Copenhagen SUP Crossing blev på 500 og ikke de 1000+, som var ambitionen. Deltagerantallet skal ses i relation til, at Copenhagen SUP Crossing stadig er det største SUP breddeevent til dato i forbindelse med en turnering.

Overordnet set er det Kultur- og Fritidsforvaltningens vurdering, at Surf & Sup Denmark har leveret et meget flot værtskab og formået at omsætte de oprindelige ambitioner for 2024-værtskabet til konkrete aktiviteter og bidrag til udvikling af København som eventdestination og af Københavns Havn som rekreativt byrum.

Politisk opmærksomhedspunkt

I deres afrapportering (bilag 1) peger Surf & SUP Denmark på, at de vurderer, at processen med at opnå tilladelser fra By & Havn til midlertidig brug af Havnen er en omstændig og omkostningstung proces. By & Havns aftaler med de erhvervsdrivende i Havnen tilskriver, at de skal kompenseres for tabt indtjening, når eventafvikling forudsætter, at Inderhavnen, helt eller delvist, afspærres af sikkerhedsmæssige grunde. Udgiften for lukning af Inderhavnen den 21. september 2024 kl. 9-18 var på ca. 0,5 mio. kr.

Der er pt. ikke øvrige megaevents i pipeline (2026-2030), som har søgt dialog med KK om afvikling i Havnen. Men det er forventningen, at KK som hovedstad og eventdestination vil være interesseret i fremtidige "blå" megaevents, som vil forudsætte, at dele af Havnen afspærres i et begrænset tidsrum. Frekvensen af sådanne events vil være lav og med års mellemrum.

Til orientering indebærer afvikling af svømmeeventen "Christiansborg Rundt", som afvikles årligt og med tilskud fra Kultur- og Fritidsudvalgets Festivalpulje, også en begrænset afspærring af Havnen.

Eventøkonomi

VM i SUP 2024 har modtaget kommunalt tilskud fra Økonomiudvalget (Megaeventpuljen) ad to omgange, efter forudgående høring i Kultur- og Fritidsudvalget:

- 4,55 mio. kr. til Surf & SUP Denmark til planlægning og afvikling af VM og
- 482.000 kr. i ekstrabevilling, øremærket til brug for vandareal-lejekontrakt med By & Havn (beløbet modsvarer omkostning til lukning af Inderhavnen den 21. september 2024 i tidsrummet kl. 9-18).

Bemærkninger til eventregnskab

Som det fremgår af bilag 1. angiver eventregnskabet et underskud på knap 135.000 kr. Underskuddet skyldes flere faktorer, herunder ikke-indfrie forventninger til fondsindtægter, budgettilpasninger begrundet i stigende priser/inflation mm. Underskuddet dækkes indenfor Surf & SUPs egen økonomiske ramme.

Bilag

Bilag 1: Afrapportering udarbejdet af Surf & SUP Denmark

Evalueringsrapport

VM i Standup Padle
Copenhagen Paddle Festival 2024





Copenhagen Padle Festival og VM i SUP

- Surf & SUP Danmark afviklede VM i stand up padle (SUP) og Copenhagen Padle Festival fra 16. til 22. september.
- Venues var City Venue på Søren Kierkegaards Plads og Beach Venue på Amager Strandpark.
- I en tilfredshedsmåling scorer eventet 4,6 på en skala fra 1-5. VM-atleterne og deltagerne i Copenhagen SUP er mest tilfredse. De frivillige er mindst tilfredse.
- To fuldtidsmedarbejdere var ansat til at forberede eventet med bistand fra forbundets øvrige medarbejdere. Den sidste måned var 6-7 medarbejdere tilknyttet projektet.
- En del opgaver som frivilligkoordinator og transport manager blev udlagt til 'superfrivillige'. 250 frivillige deltog i afviklingen.
- Eventet blev støttet af Megaeventpuljen med 5 mio. kr. mens Sport Event Denmark støttede med 1,6 mio. kr.



8

Lande deltog ved VM for første gang via
Development Nations Program

22,7

Grader og fuld sol lørdag 21. september
under Copenhagen SUP

280

Deltagere fra 40 lande fra alle fem
kontinenter

500

Skolelever fik inspirerende undervisning i
Outdoor School af eventets partnere

12.000

gæster så konkurrencerne på Søren
Kierkegaards Plads og Amager
Strandpark

200.000

Fulgte Copenhagen SUP langs kanalerne
i København if masteanalyse fra 3



4

Nyhedsindslag i TV2 News
og TV2 Nyhederne

4

Nyhedsindslag i
internationale medier i
Estland, Italien, England og

100

Medieomtaler i danske og
internationale medier

360.000

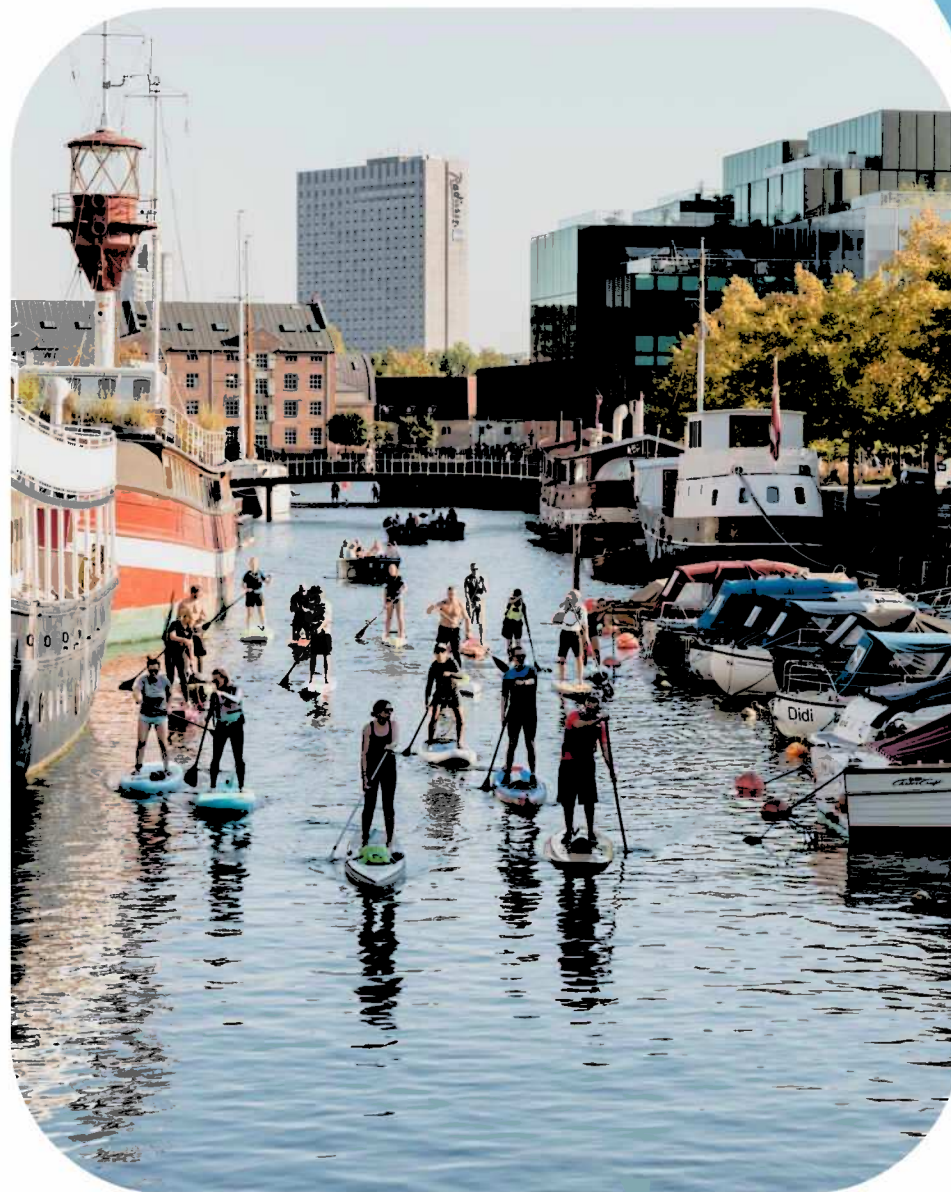
Reach på egne Facebook-
og Instagram-kanaler

1.000.000

Potentielle følgere på SoMe
med mentions om VM i SUP

7.300.000

Potentielle danske og int.
brugere på medier, der omtalte
VM i SUP



Overordnet sammenfatning

Største SUP-VM nogensinde	✓	Med 40 nationer var VM det største rene SUP-VM uden surf. Nr. to var VM i København i 2017
Fokus på bæredygtighed	✓	Brugte møbler, banner og tæpper bliver genanvendt, mindre kød og elbiler
Nye lande med til VM	✓	Via 66 Nations Program deltog 8 lande for første gang siden 2017 til et VM
Legacy	✓	VM fik skabt opmærksomhed på forholdene omkring havnelukninger
Bæredygtighedskonference	✗	Blev aflyst pga manglende opbakning fra ekstern partner
Blandt Europas største SUP-events	✓	Med knap 500 tilmeldte er Copenhagen SUP blandt Europas største SUP-events
SUP City Tour	✓	Karavanen besøgte 14 byer og fik hundredvis af danskere på vandet
Outdoor School	✓	500 elever fra 20 skoler deltog i undervisningen

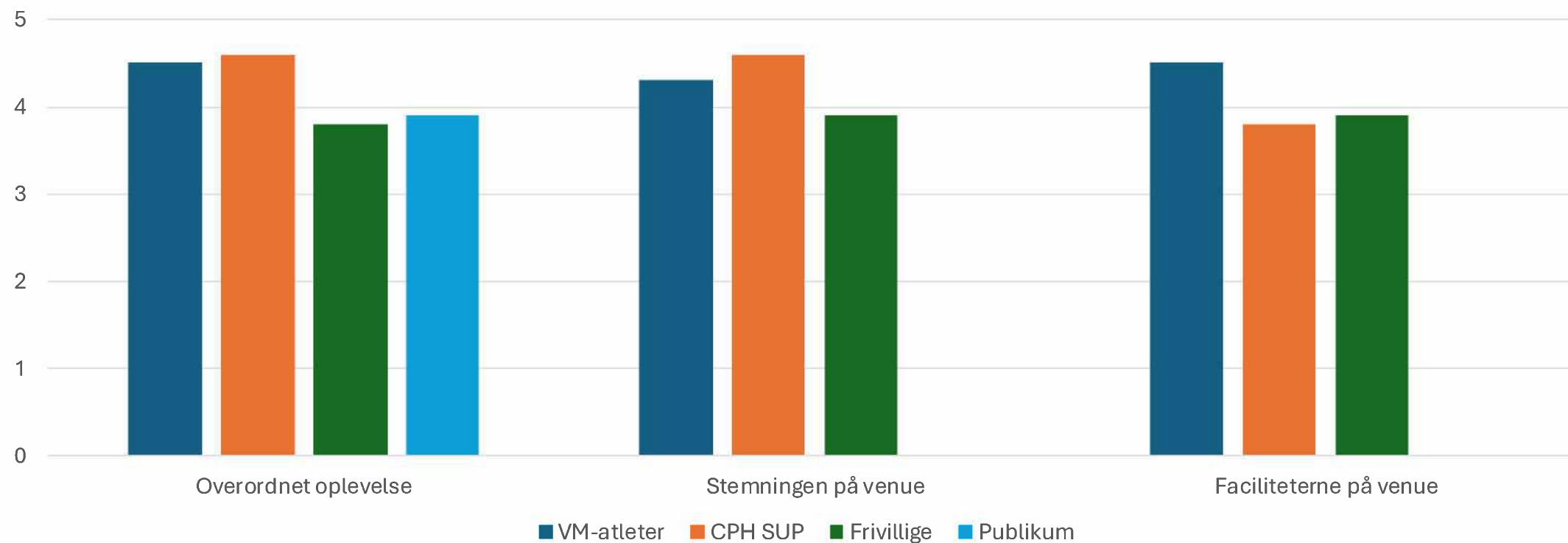


VM-sammenfatning

Venue i verdensklasse	✓	Tilfredsundersøgelsen bekræfter, at vi skabte en atmosfære, der aldrig er set bedre til et VM
Kom og Prøv	✓	500 københavnere var på vandet og deltog i aktiviteterne
Mindst muligt køb nyt	✓	Brugte møbler, lejet eventudstyr og t-shirt print on demand
Genanvendt eventudstyr	✓	Banner er produceret af genanvendt materiale og bliver efter VM syet om
Fokus på verdensmål	✓	Info wall om verdensmålene, Havne Clean Up og fokus på mental sundhed
Donationsprogram	✓	Mindzone modtog en donation på 25.000 fra Copenhagen SUP
Havne og beach Clean Up	✓	Gennemført 5 x Havne Clean Up og Beach Clean up
Sustainable Village	✓	Partnerne leverede bæredygtige idéer og skabte en levende, grøn landsby



Gæsternes overordnede vurdering



Antal svar: VM-atleter (59), CPH SUP-deltagere (91), Frivillige (29) og Publikum (12). Svarene er indhentet via Google Form af eventarrangøren.

Hvis vil skulle gøre det igen, ville vi...



- Fastholde to venues, der er indbydende med en fed atmosfære og gode faciliteter – selvom det er bøvlet med to venues.
- Fastholde havnelukningen. At padle i en lukket havn i en smuk hovedstad er helt unikt
- Gøre mere ud af et varierede side event. Det giver et levende event. Men være bedre til markedsføringen.
- Bruge mere tid på at skabe et bredere udvalg af mad og drikke
- Rekruttere områdeledere tidligere og give dem ansvar. Det giver bedre opgaveløsning og information og koordination af frivillige bedre
- Bruge mere energi på VM-deltagernes oplevelse med mere pomp og pragt





“

Mega god stemning og fed oplevelse med så mange mennesker

I fell in love with Copenhagen and the venues

Very well organised event and the venues were incredible, particularly the city venue.

Cheaper beer

Et mega fedt event med meget fed energi, og fedt at se så mange folk på vandet sammen og bagefter se de professionelle

”

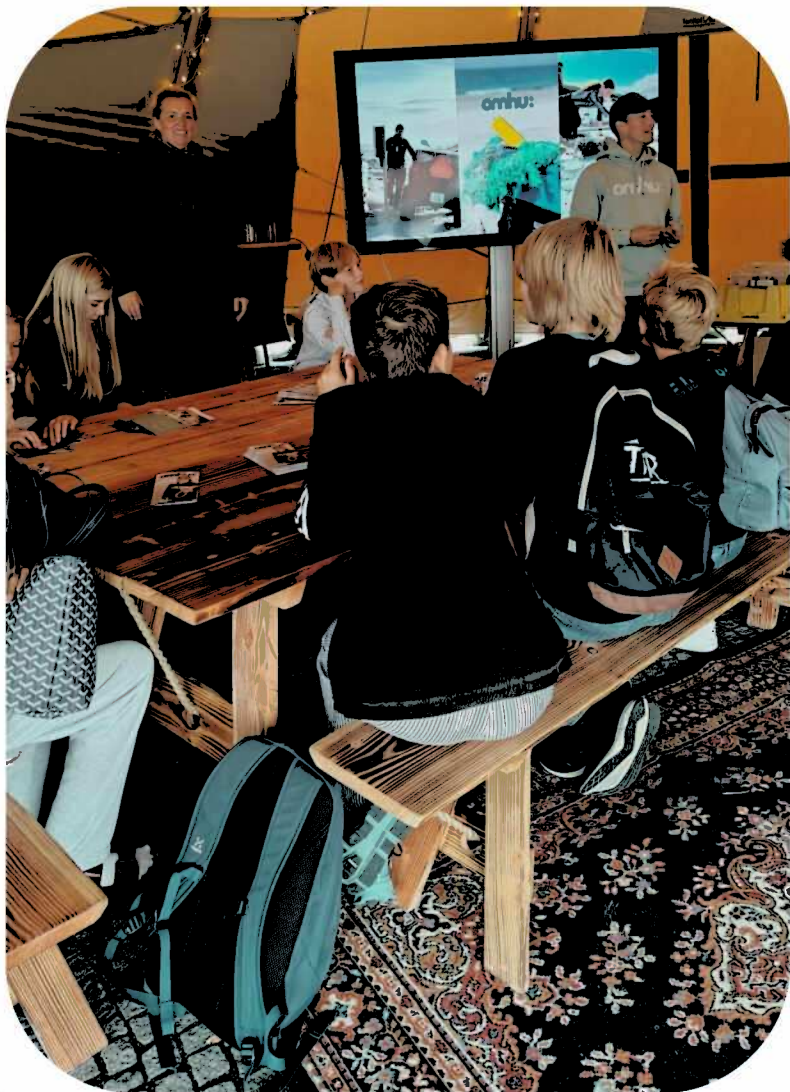


Branding af København

Broerne, kanalerne, de historiske bygninger og Tivoli Garden. I bragende solskin blev København vist frem fra sin fineste side med fokus på det rene vand i havnen, cykelvenlig hovedstad, et åbent og varmt folk og to flotte venues.

Det er de billeder, som under VM gik verden rundt.





Skoleprogram

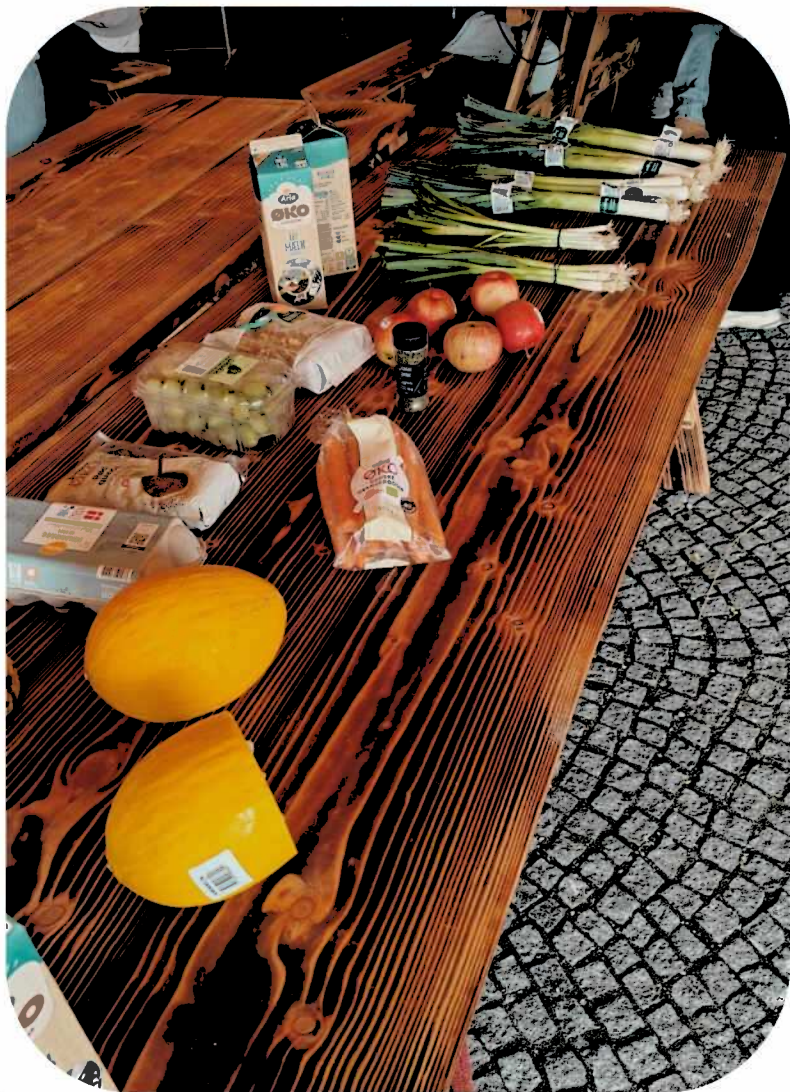
500 skolelever fra 20 skoler blev i tre dage undervist i Mental Sundhed, madspild, affald i havmiljøet, standup padling og privatøkonomi.

VM bragte kommercielle og non-kommercielle partnere sammen med skolerne og gav alle mere værdi.

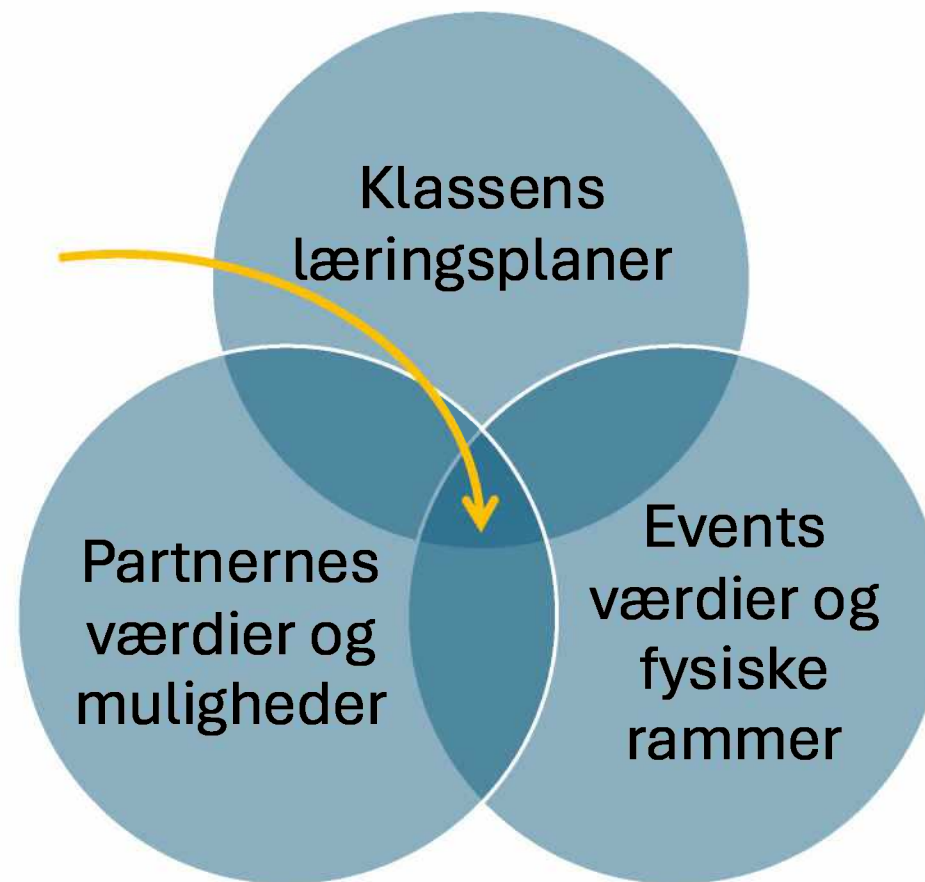
Top tre learnings:

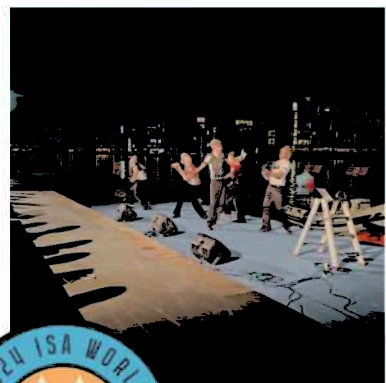
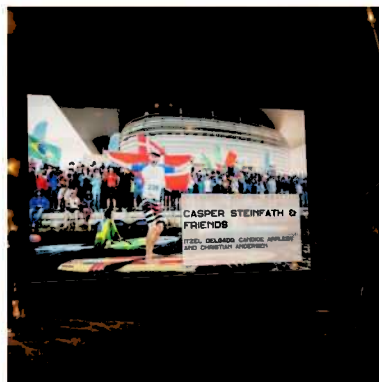
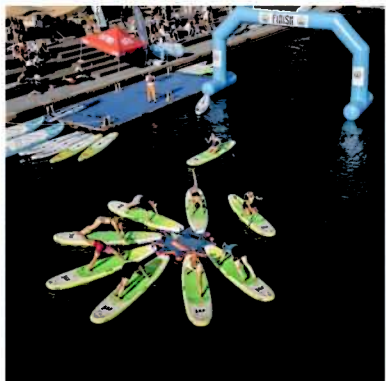
- Når lektionerne bliver tilpasset lærernes undervisningsplaner, bliver tilbuddet relevant
- Rekruttering af klasser skal begynde meget tidligt, og man skal forvente, at de sidste pladser først bliver besat til sidst.
- Det perfekte skoleprogram ligger i krydsfeltet mellem klassens læringsplaner, eventets værdier og fysiske rammer og partnernes værdier og muligheder.





Det perfekte match





Copenhagen Paddle Festival

Copenhagen Paddle Festival var den folkelige del af VM i København med en perlerække af side events, der var målrettet københavnernes.

- Kom og prøv med yoga og SUP Hygge
- Live koncert på vandet
- Talkshow, filmaften og Pub Quiz
- Para show race
- Aktiv venue med aktiviteter for børn og voksne
- Content på storskærm, DJ og speak
- Sustainability info wall med fokus på verdensmål
- Mega SUP Battle for kendte

Top tre learnings

- Bedre markedsføring
- Dedikeret projektleder på alle side events
- Brede udvalg af mad og drikke



Copenhagen SUP

Med 474 tilmeldte er Copenhagen SUP den største SUP-event i Danmark nogensinde og blandt de største i verden. En lukket havn gav deltagerne en unik oplevelse.

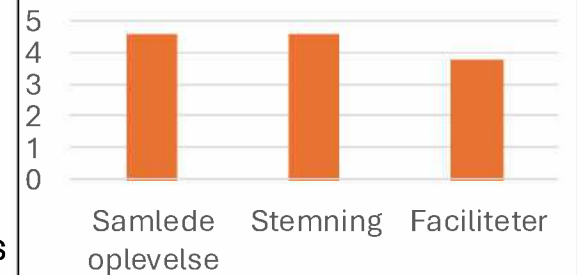
Top 3

- Tryk og flot rute med broer og kanaler
- At få havnen for sig selv uden anden trafik
- Fedt at padle selv først og se de professionelle bagefter

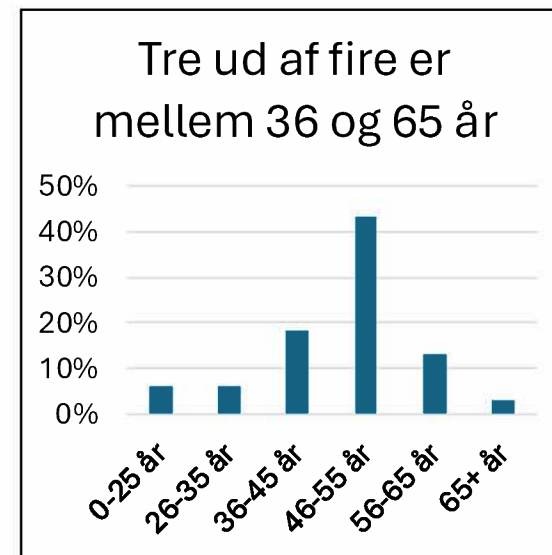
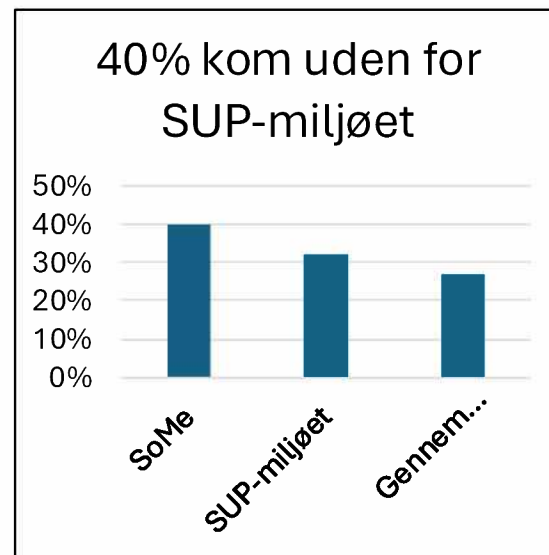
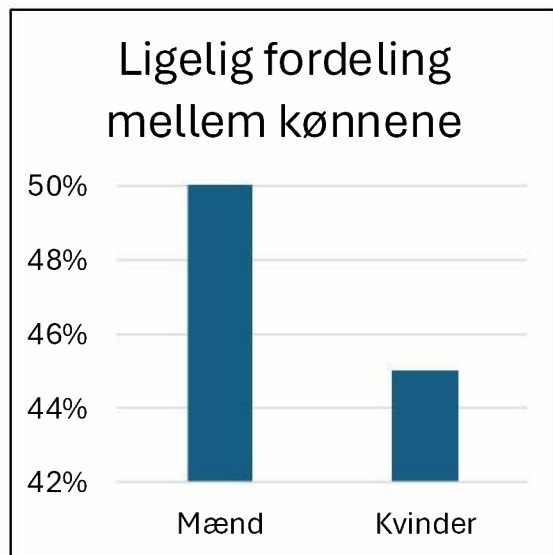
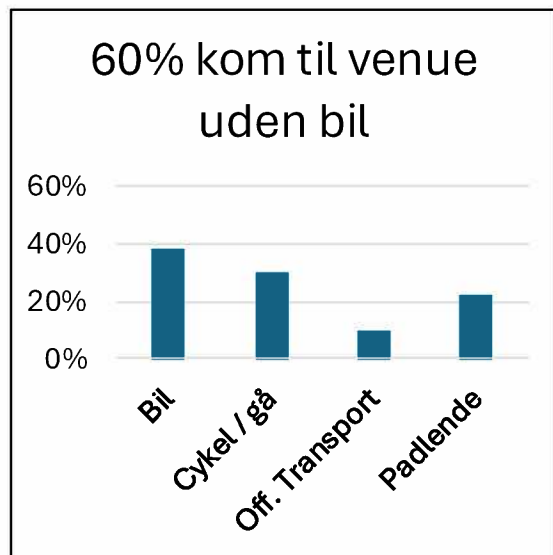
Bund 3

- For ringe udbud af mad og drikke med lange ventetider
- Klamme toiletter og manglende omklædning
- Bedre infrastruktur til boards før og efter eventet

Super tilfredse CPH SUP-deltagere

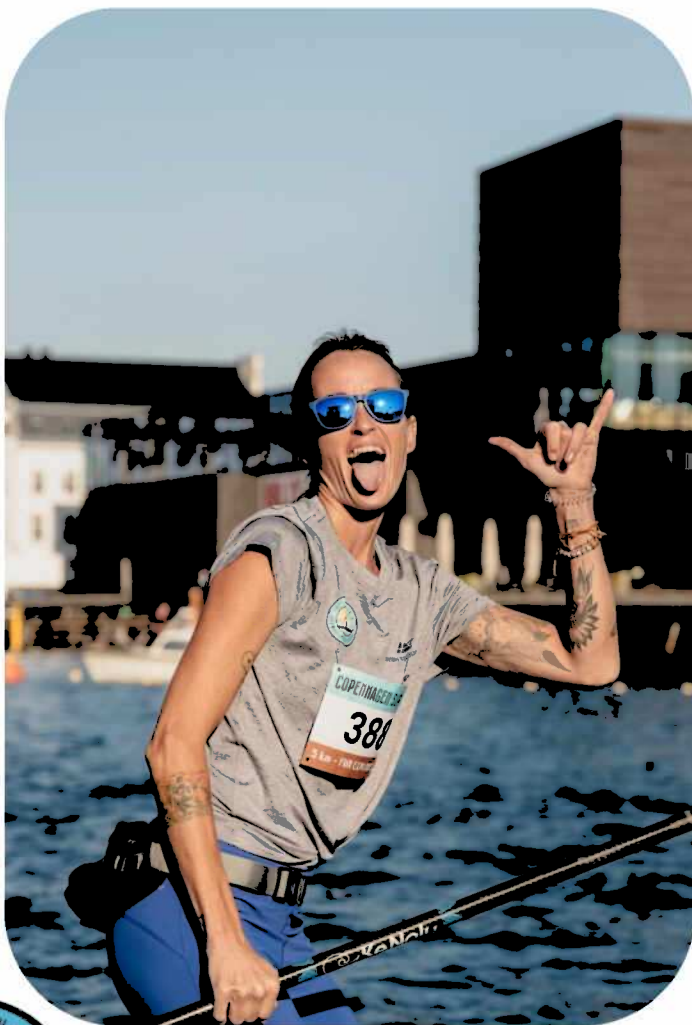






Antal svar: Analysen baserer sig på 91 besvarelser blandt 474 CPH SUP-deltagere svarende til en svarprocent på 20%. Svarene er indhentet via Google Form af eventarrangøren.





“

The greatest point of this race was that it was held in the canal area. We could easily watch the race.

Et veltilrettelagt event. Fin distance og skønt at der var tænkt social SUP ind i arrangementet, så alle kunne være med.

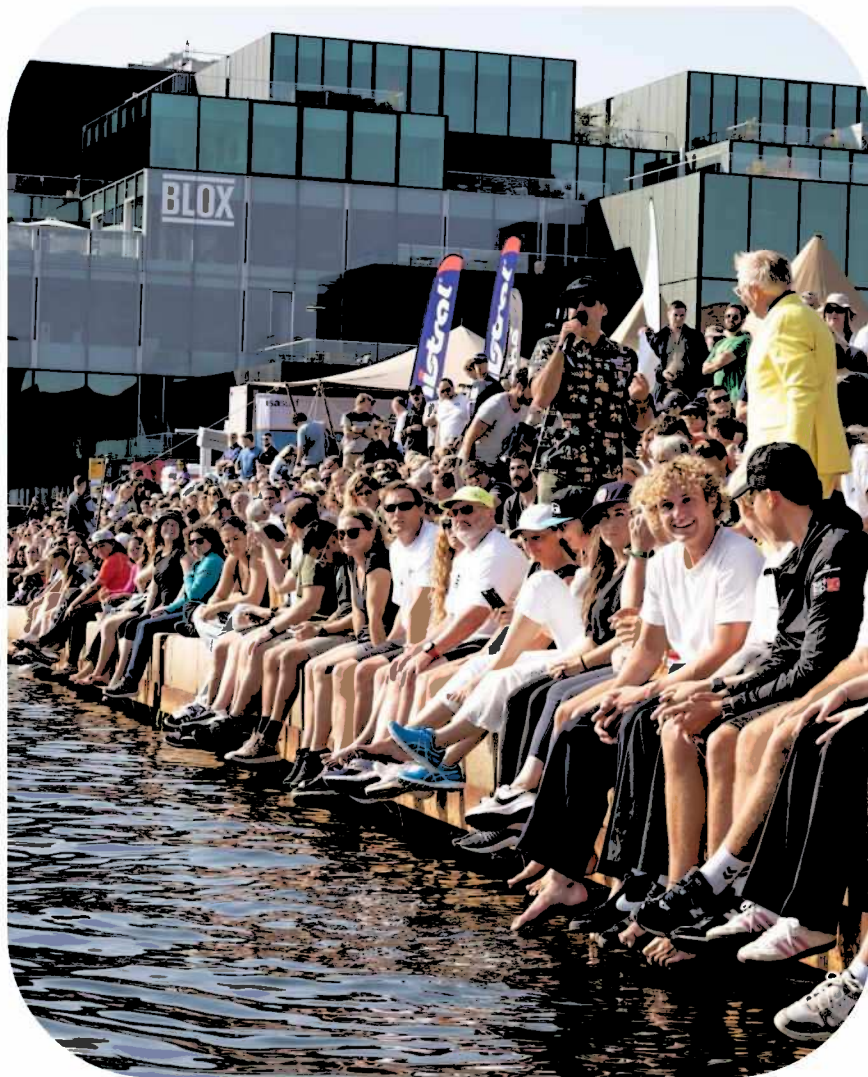
Jeg synes, at det virkede fantastisk at lukke.

Et flot event og en super fed oplevelse at padle i Københavns kanaler fri for anden havnetrafik.

Mega fedt event med meget fed energi og fedt at se så mange folk på vandet sammen og bagefter se de professionelle

Genialt med saxofonisten. Super hyggelig.

”



200.000 fulgte eventet

Uddrag fra Pinpointanalyse fra 3 Mobil lørdag 21. september

5.000 gæster på Søren Kierkegaards Plads

200.000 langs ruten på Long Distance

60 % har bopæl i København. 15 % har bopæl i udlandet

Andre observationer

3.000 gæster søndag under Sprinten

1.000 gæster fredag under Mega SUP Battle

2.000 gæster på Amager Strandpark over tre dage





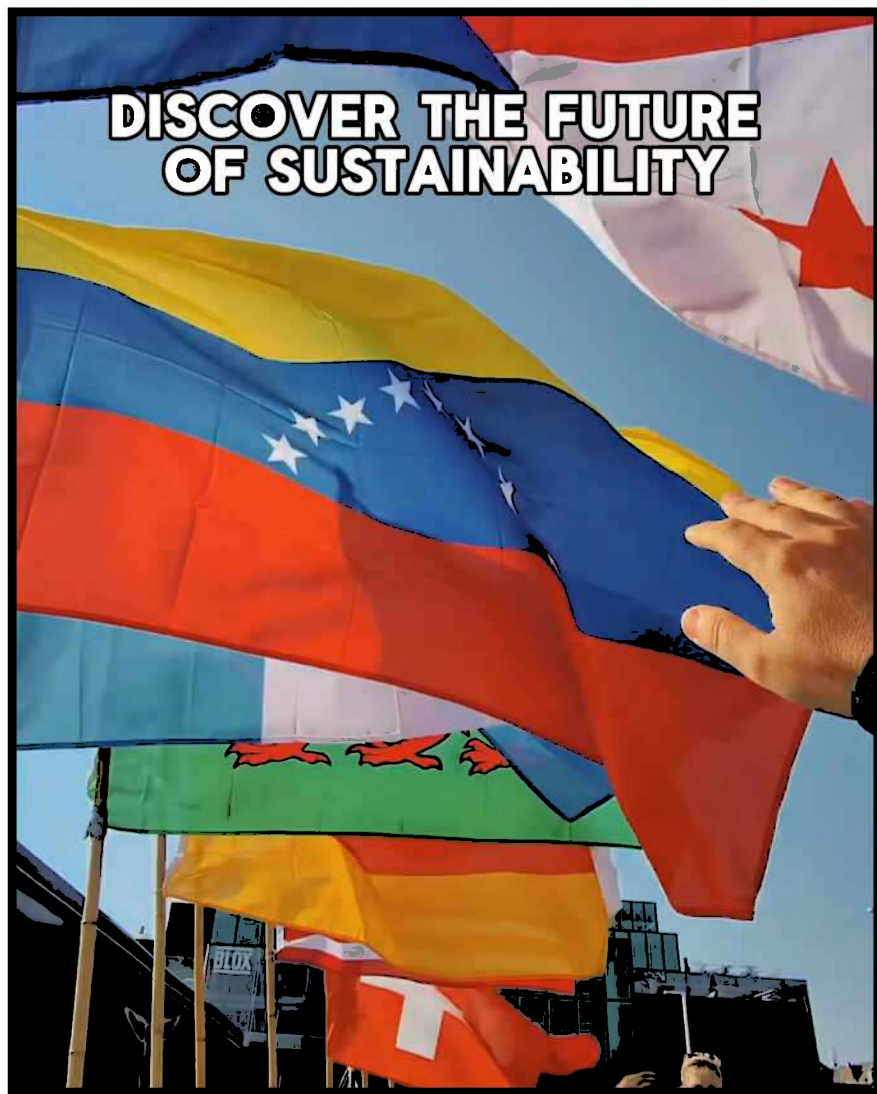
Publikum learnings

- **Top 3:**
Sandkasse, indbydende event singage, flotte telte og opholdssteder gav et venue som publikum gad at opholde sig på
- Strøgbanner i indre by gjorde sammen med en omfattende medie- og SoMe-kampagne, at mange vidste, at der foregik 'noget' i byen
- Aktive partnerstande med aktiviteter for publikum forlænger opholdstiden på venue

Bund 3:

- For smalt udbud af mad og drikke – og for dyrt
- Ingen dedikeret publikumsansvarlig med fokus på B&W og publikumsrettede side events
- Det brede publikum vidste for lidt om, hvad der skete på venue og på vandet





Sustainability

Surf & SUP Danmark lagde et bæredygtighedsfokus ned over begge venues på med fokus på:

- Købe brugt hvor det var muligt
- Tænke genanvendelse ind i alt eventudstyr og produktion
- Transport under eventen foregik i elektriske biler
- Mindre kød (vegetarisk) og mere grønt i frivilligforplejningen
- Sortere affald på land og samle affald ind på vand

Efter eventet får vi udarbejdet eventets samlede CO2-udledning med anbefalinger til, hvordan det kan nedbringes i fremtiden.

Gennem et donationsprogram donerede vi knap 20.000 kr. til Mindzone, som arbejder med aktiveringsprogrammer for børn og unge ift. mental sundhed og trivsel.

Deltagerne blev opmærksomme på det rene vand i Københavns Havn og hvor vidunderlig Københavns Havn er at padle i.



Konkrete bæredygtige tiltag



- Vandposter i stedet for drikkevand på flaske



- Al transport foregik i elbiler
- Hybrid-generator og sparede 2.000 liter diesel
- Lejede el-drevne maskiner
- Sortere publikums- og eventaffald



- Eventbanner bliver til nye produkter
- Købte brugte møbler og eventudstyr
- Trykte t-shirts on demand
- Mere grønt og mindre kød



- Havne og Beach Clean Up
- Udlevere trash hooks, så padlere kan samle affald op
- Kommunike det rene vand i København
- Udstilling om havplast



Sustainability learnings

- **Top 3:**

- Det er fedt at give sig selv det benspænd at købe brugt og tænke i genanvendelse.

- Du får positiv respons fra deltagere og publikum over konkrete bæredygtige projekter, der virker.

- De kommercielle partnere vil meget gerne fortælle om deres CSR-arbejde

- **Bund 4:**

- Affaldscontainere fra Københavns Kommune egner sig ikke til sortering, men det er eventarrangørens ansvar at sortere

- Affaldssortering på åbne venues er svært

- Vi havde ikke tilknyttet en CSR-ansvarlig

- Super ærgerligt, at vi ikke fik gennemført den planlagte SUPstain Conference



Tilfredse partnere

Surf & SUP Danmark er stolte over vores kommercielle partnere. De bidrog til gæsternes samlede oplevelse af eventet, var fleksible og sikrede et succesfuldt VM.

Den generelle feedback fra partnerne var, at de var begejstrede for at være en del af VM, og at det i høj grad gav mening i forhold til deres brand eksternt som internt.

Vi satte krav om og oplevede, at partnerne meget gerne ville være en aktiv del af eventet.

Vi bad alle partnerne om at tænke bæredygtighed ind i deres sponsorat.

Samlet set tegnede vi sponsorater for ca. 500.000 kroner. Dertil kommer ydelser for 800.000 kroner (listepriser), som partnerne har løftet for os.



Presented by
partners



Official
partners



Business
partners

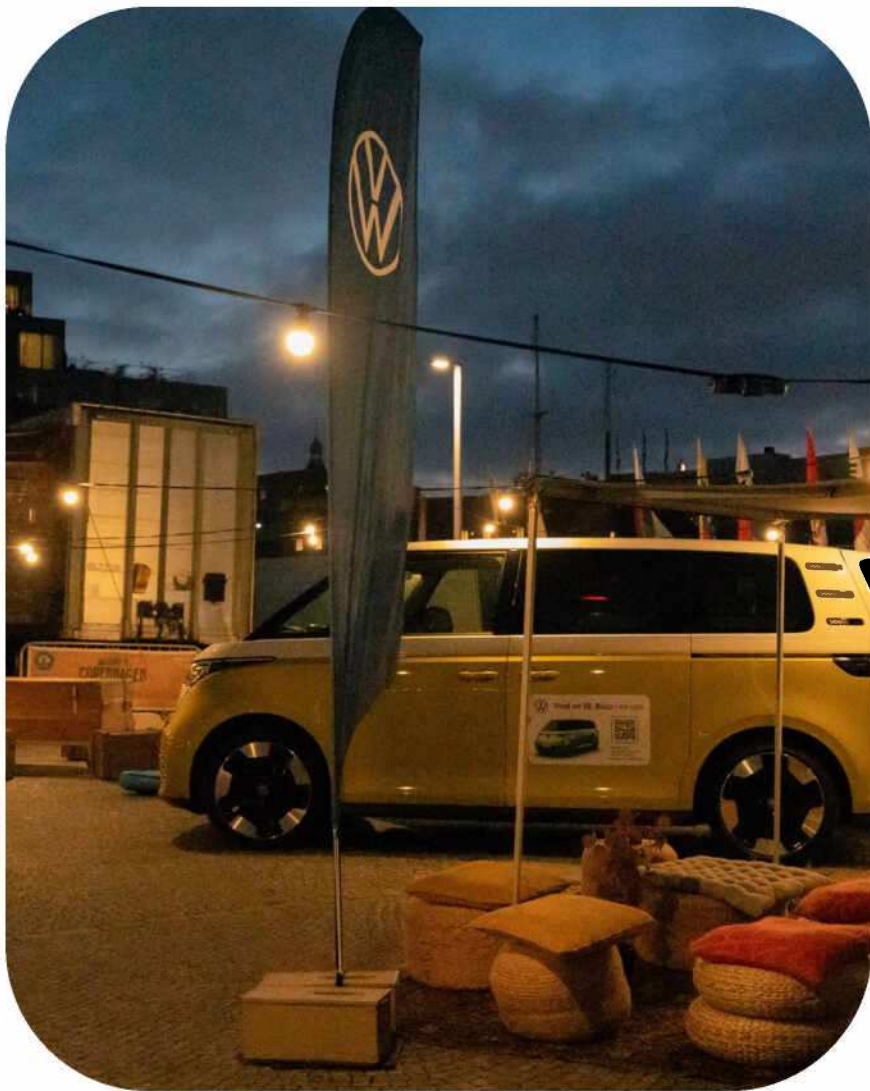


Supplier
partners



Partner	Ydelse
Volkswagen	Cash + elbiler
Danish Endurance	Tøj til deltagere og frivillige
Dryrobe	Cash + produkter til give away
Rema 1000	Cash
Rawbite	Cash, produkter og undervisning
Mistral	Cash + board partner
Geodis	Boardtransport og gods transport
Restube	Cash + produkter
Outwell	Cash
City Lift	Cash + entreprenørmaskiner
Skjern Bank	Cash + undervisning
Faxe Kondi og Møns Bryghus	Produkter
Total SUP	Mediepartner





Partner learnings

- Benspænd er godt! Surf & SUP Danmark insisterede på, at deres stande skulle være aktive og at de skulle vise deres bæredygtige side frem. Det gav aktive og relevante stande.
- Content fra VM på partnernes egne SoMe-kanaler gave højere reach end partnernes normale content.
- Partnernes medarbejder så stor værdi i, at løfte VM med hver sin kompetence. Glade medarbejdere = stabile medarbejdere.
- Når man aktiverer brand til at være en aktiv del af hele eventet, bliver alle en del af noget større.
- Hvis vi havde haft en dedikeret partneransvarlig i eventgruppen, havde vi og partnerne fået en bedre oplevelse i forberedelsen og afviklingen.
- Forbundets direktør havde al forhandling og indledende kommunikation med partnerne. Det øger sandsynligheden for, at partnerne bliver hængende efter VM





SPORT EVENT
DENMARK

BY&HAVN

WONDERFUL
COPENHAGEN



Offentlige partnere

VM i SUP fik 4.550.000 kr i støtte fra Megaeventpuljen og 1.800.000 kr fra Sport Event Danmark. Dertil kom ydelser fra By & Havn med flydespærre og pontoner og Wonderful Copenhagen, som bidrog med markedsføring og branding af København.

Surf & SUP Danmark indgik lejeaftaler med Det Kongelige Bibliotek og Krigsmuseet.

Bortset fra diskussionen om havnelukningen leverede alle offentlige partnere en fantastisk fleksibilitet og udviste på alle parametre en stor lyst til at skabe verdens bedste VM.

Diskussionen om havnelukningen havde vi gerne været foruden, og Surf & SUP Danmark opfordrer til, at Københavns Kommune og By & Havn får lavet nogle rammevilkår, så Københavns Havn lettere og billigere kan lukkes af nogle gange om året.

En erstatning på 500.000 for én dags lukning vil betyde, at ingen har økonomi til at lave store events, der kræver at havnen bliver lukket af.



Forplejning

Forplejning til bestod af 2 x foodtrucks og daglige frokost- og aftensmad til frivillige og staff fra Madkartoteket. Derudover havde Madkartoteket en café i det store Tipitelt med et begrænset udvalg.

Eventarrangører på Søren Kirkegaards Plads er tvunget til at benytte Madkartoteket, da de har forpagterrettigheden på pladsen.

Madudbuddet og priserne i caféen er uden sammenligning den konkrete ting, som vi har fået dårligst rating på.

Madkartoteket er dyre, ufleksible og en hæmsko for et godt F&B-udbud til events.

Vi burde have skruet op for madboder på landsiden af Christians Brygge. Fremadrettet bør lejen af Søren Kirkegaards Plads ikke medføre, at Madkartoteket har monopol på servicering.





“

Lidt flere til at servere øl/vand og måske en god madbod

Bedre mulighed for at købe mad og drikke

A greater choice of food options

Jeg synes madudvalget var meget tyndt - vi endte med at hente burgere

Jeg er sikker på at alle madsteder ville have solgt langt mere, hvis de havde prioriteret at have effektiv betjening. Så havde jeg personligt selv lagt mange flere penge hos dem end jeg gjorde.

Efter at have padlet 9km ville det have været med en sandwich

Det var utroligt dyrt mad og drikkevarer på event pladsen. Rabat for deltager eller lidt mere i goodiebag'en.

”



Medierapport: Setup

Surf & SUP Danmark havde et mediesetup med tre fokusområder:

- Levere færdigredigerede tv-indslag til internationale medier med lækre billeder fra København
- Sikre omtale i regionale og landsdækkende danske medier
- Sikre høj grafik på egne sociale medier og levere content til partnernes sociale medier

Teamet bestod af

- Pressechef, int. Medieredaktør og SoMe-redaktør
- Stillfotograf og ENG-hold med 2 fotografer, 2 journalister og 1 dronefotograf
- Kommunikationsrådgiver fra Sport Event Denmark
- Medieteam fra ISA på 8 personer

Medierapport: Int. brede medier

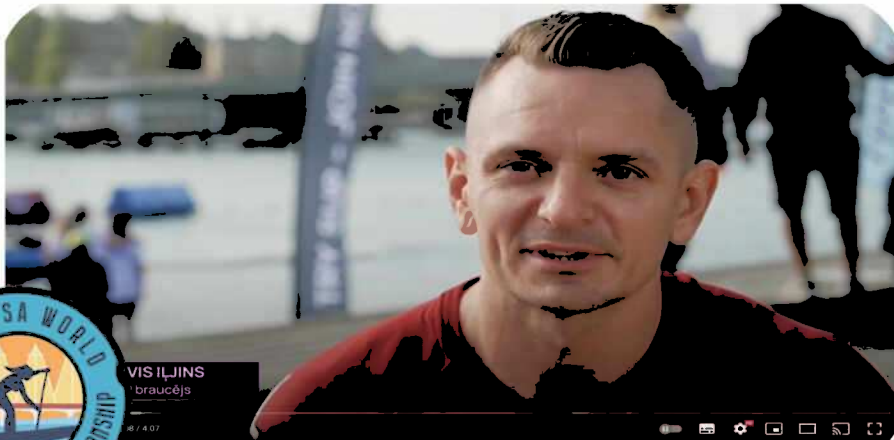
Surf & SUP Danmark internationale mediestrategi var, at producere færdigredigerede indslag til internationale brede medier.

Der blev planlagt otte indslag, hvoraf de fire blev publiceret:

- Interview med Arvis Iljins fra Letland på Latvijas Televizija (Letlands DR)
- Interview med Cecilia Pampinella på Sky Sport Italia søndagsflagskib BUON WEEKEND
- Interview med Andrew Byatt fra Storbritanien på BBC Sport Cornwall
- Indslag i Peru med Itzel Delgado og hans forhold til Casper Steinfath



Studio Sky



Iljins - SUP braucējs | Sporta Studija



Medierapport: Danske TV-medier

- 2 x live på TV2 News
- Nyhedsindslag i TV2 Nyhederne
- Nyhedsindslag på Metropol
- Interview med Casper Steinfath i Go' Morgen Danmark
- Langt interview med Casper Steinfath på TV MidtVest

Link:

[Interview med Casper Steinfath \(10 minutter\) på TV MidtVest](#)

[Nyhedsindslag og live-indslag på TV2 og TV2 News \(kun til intern brug\)](#)



B.T.NYHEDER **SPORT** UNDERHOLDNING PENGE

SPORT 6 timer siden | Opdateret 6 timer siden

Dansk vandsportsikon sætter følelsesladet punktum på hjemmebane



Play Podcast ⓘ ☰

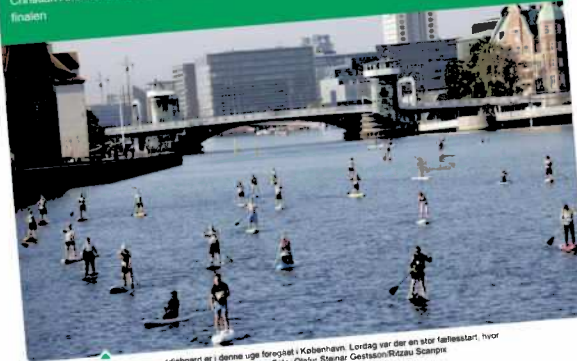
Ekstra Bladet

Køb Ekstra Bladet

Læs artiklen

Dansk guldhåb padler sig til fjerdeplads ved VM i København

Christian Andersen havde på forhånd sagt, at han gik efter VM-guld, men det endte med fjerdeplads i finalen



VM i SUP og paddleboard er i denne uge foregået i København. Lørdag var der en stor fællestart, hvor også mesterstjerne kunne deltage. (Foto: Ole Steen, Gestasim/Ritzau Scanpix)

Medierapport: Danske papir/netmedier

Ritzau dækkede VM i standup padling med to nyheder, der gik bredt ud på danske medier:

‘Dansk vandsportsikon sætter følelsesladet punktum på hjemmebane’

‘Dansk guldhåb padler sig til fjerdeplads ved VM i København’

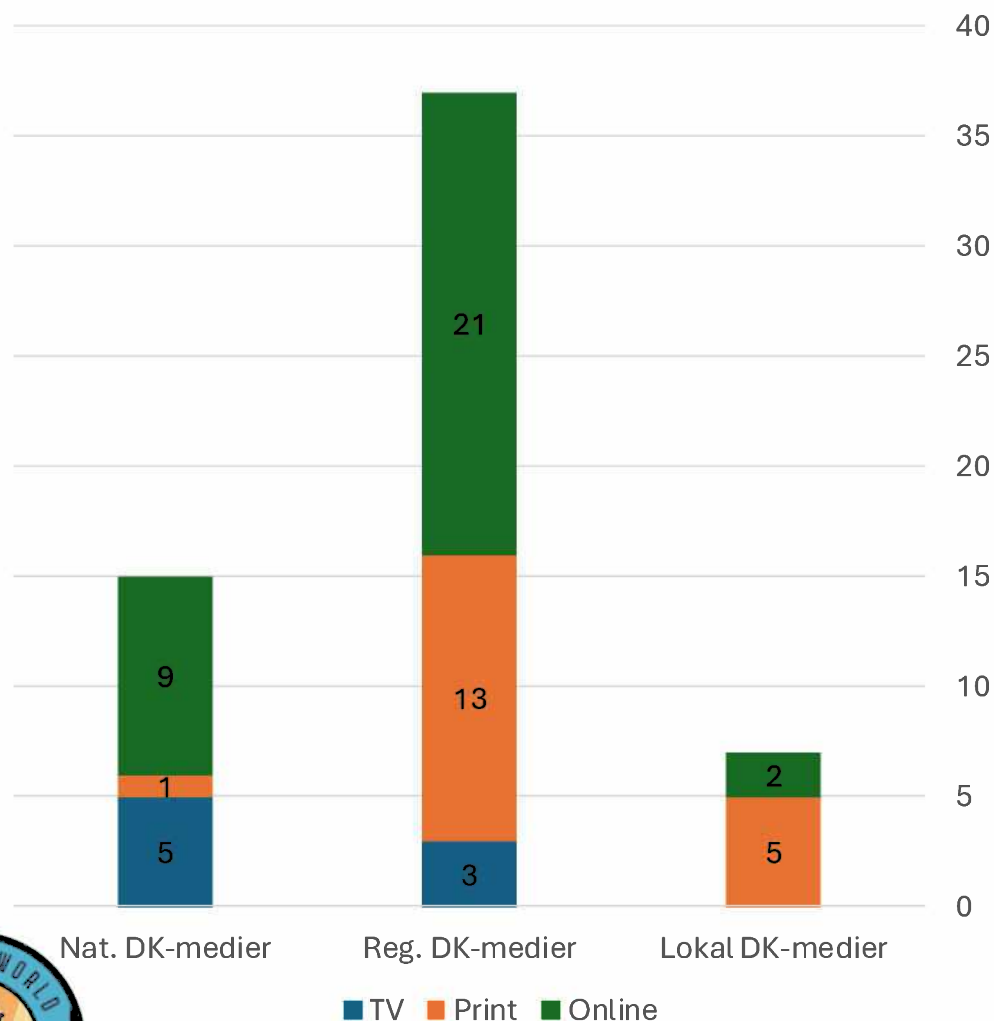
Landsdækkende: TV2, TV2 News, BT, Berlingske, DR, Politiken og Jyllands-Posten

Regionale: Nordjyske, Frederiksborg Amtsavis, Sjællandske Medier, Horsens Folkeblad, Dagbladet Struer, Nordvestnyt, Folkebladet Lemvig, Dagbladet Holstebro, Dagbladet Køge, Dagbladet Ringsted, Midtjylland Avis, Herning Folkeblad, fyens.dk, bornholmstidende.dk, m.fl.

TV2 Fyn og TV MidtVest gik med deres egne vinkler på Emma Freja Pedersen og Casper Steinfath.



Antal omtaler fordelt på medietyper



Top medieomtaler

1		VM stand up paddle 2024 Dansk vandsportsikon sætter følelsesladet punktum på hjemmebane www.bt.dk	Impressions 829229 HF Value 74631 DKK Date 19.09.2024
2		VM stand up paddle 2024 Dansk guldhåb padler sig til fjerdeplads ved VM i København www.bt.dk	Impressions 829229 HF Value 74631 DKK Date 22.09.2024
3		VM stand up paddle 2024 Dansk talent vil overtage tronen fra abdicerende vandsportsikon www.bt.dk	Impressions 829229 HF Value 74631 DKK Date 22.09.2024
4		VM stand up paddle 2024 Dansk guldhåb padler sig til fjerdeplads ved VM i København Berlingske.dk	Impressions 380980 HF Value 68576 DKK Date 22.09.2024
5		VM stand up paddle 2024 Dansk guldhåb padler sig til fjerdeplads ved VM i København dr.dk	Impressions 689888 HF Value 62090 DKK Date 23.09.2024
6		VM stand up paddle 2024 Indien vil være OL-vært dr.dk	Impressions 689888 HF Value 62090 DKK Date 24.09.2024
7		VM stand up paddle 2024 Dansk vandsportsikon sætter følelsesladet punktum nyheder.tv2.dk	Impressions 541053 HF Value 48695 DKK Date 19.09.2024
8		VM stand up paddle 2024 Freja købte et paddleboard for sjov: Nu skal hun til VM TV 2 Fyn	Impressions 218943 HF Value 39410 DKK Date 18.09.2024
9		VM stand up paddle 2024 Maratonkajak. Den danske langdistance-kajakraer Mads Brandt Pedersen h... Politiken	Impressions 238572 HF Value 21471 DKK Date 23.09.2024
10		VM stand up paddle 2024 Itzel Delgado y su reencuentro con su ídolo, Casper Steinfath: "Fue la... depor	Impressions 215156 HF Value 19364 DKK Date 19.09.2024

Medierapport: Top 6 learnings



- Rutineret og selvstændigt mediehold, der arbejdede for LOC uafhængigt af ISA giver frihed
- Satsning på færdigklippede indslag til internationale tv-medier var velvalgt. Hvis ikke LOC gjorde det, kom indholdet ikke på skærmen. Bedre tid i forberedelsen af de færdigklippede tv-indslag havde givet bedre impact
- Grundigt forarbejde med at preppe medierne før eventet førte til, at toneangivende medier dækkende eventet
- Medieteamet var for afsporet af eventledelsen, hvilket betød at flere side events ikke blev dokumenteret
- Kommunikationschefen, SoMe-redaktøren og den internationale redaktør burde fysisk have været en del af 'kontoret' før eventets afvikling



SoMe-rapport

Surf & SUP Danmark ansatte en SoMe-manager meget tidligt for at markedsføring af Copenhagen SUP og eventet.

Vi brugte udelukkende egne, eksisterende platforme, da vi vurderede, at vi ikke kunne få særlig mange følgere på en nyskabt event-kanal.

Kampagnen begyndte 5. marts, 6 måneder før eventet. Det virkede, for efter ganske få dage havde de første 200 tilmeldt sig Copenhagen SUP.

Kampagnen havde fire mål:

Salg af startnumre

Flere medlemmer

Generel opmærksomhed

Øge antallet af følgere

Delvis opnået

Ikke målbart endnu

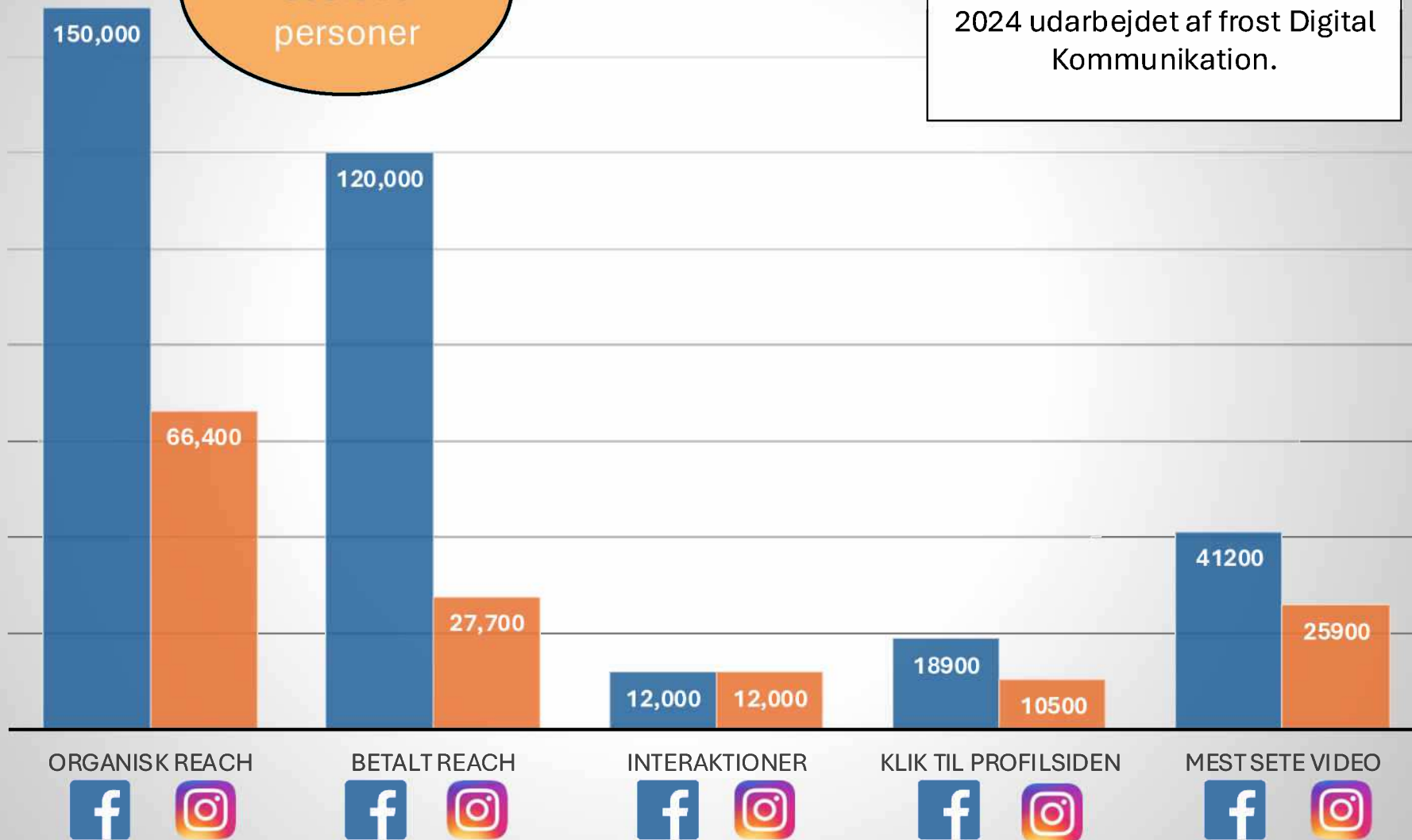
101 presseklip

+1500 følgere

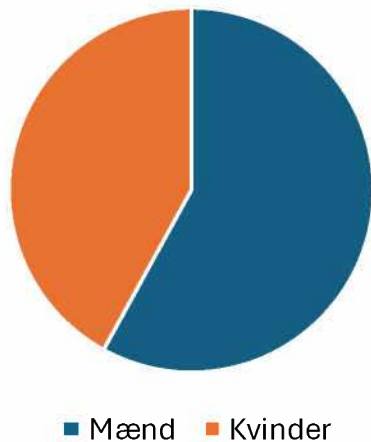


Samlet:
363.000
personer

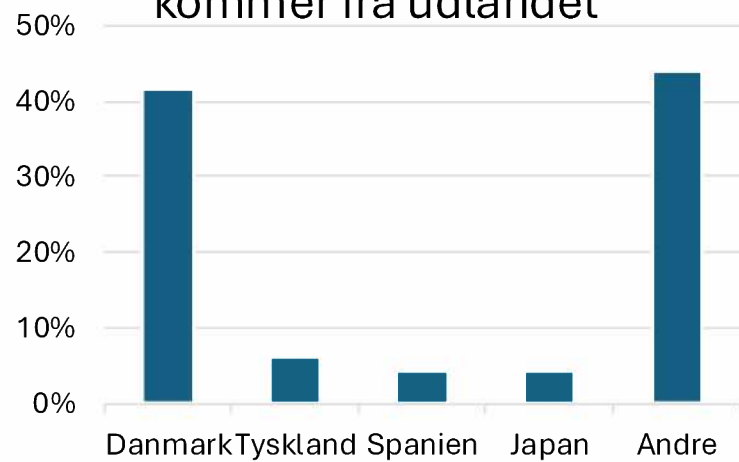
Data for SoMe-kampagne udført
fra 5. marts til 22. september
2024 udarbejdet af frost Digital
Kommunikation.



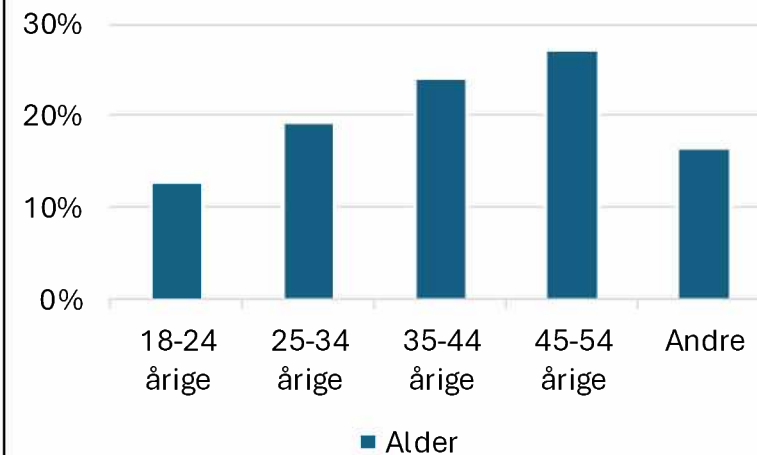
Ligestilling findes i SUP



60% af brugerne kommer fra udlandet



Hver anden følger er mellem 25 og 54 år





Kom med til COPENHAGEN SUP...

5. marts 06:20

25,9 tusind
5
157
14



COPENHAGEN

SE HER er logoet for 2024 ISA SUP &...

2. marts 00:59

10 tusind
6
483
15



A legend says goodbye! Thank you ...

19. september 11:21

6,9 tusind
14
663
5



There's a good reason to organise t...

18. marts 03:59

6,4 tusind
7
253
4



Free SUP yoga, live concert,...

10. september 03:07

5,9 tusind
0
120
9





250 frivillige kunne have haft det bedre

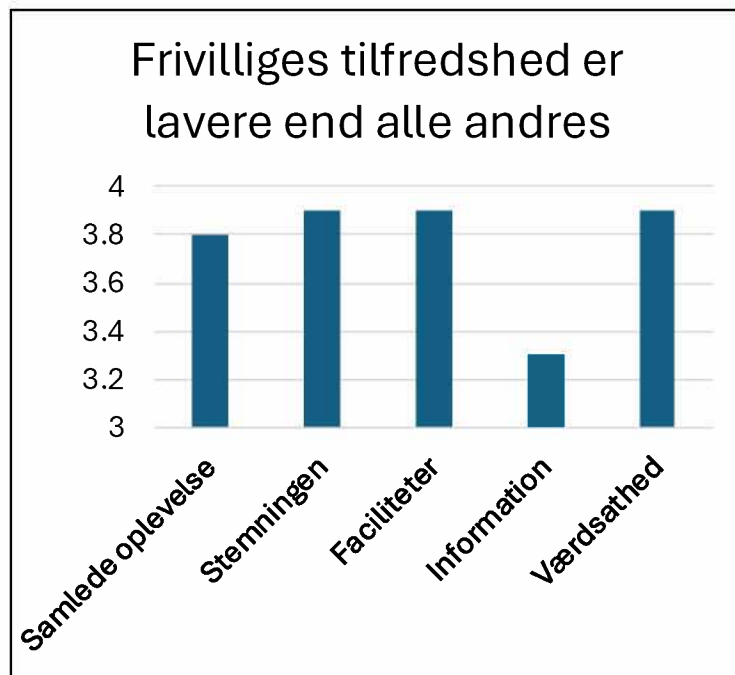
Eventet havde 250 frivillige, der kom fra Kulturens Frivillige (60%) og SUP-klubberne (40%). Vi hyrede en superfrivillig som frivilligkoordinator.

De frivillige fra Kulturens Frivillige fik primært opgaver, som ikke krævede særlige kundskaber som trafikkontrol, forplejning og rengøring, mens frivillige fra klubberne fik sports-specifikke opgaver som afvikling af eventet, vagter i Event Center og transport af boards.

Vi indrettede et lækkert frivilligcenter, hvor de frivillige også hang ud efter deres vagt.

Men overordnet set var vores kommunikation og håndtering af de frivillige under niveau. Det bliver bekræftet i evalueringen fra de frivillige.





Antal svar: Analysen er formentlig ikke retningsvisende. Den baserer sig på 29 besvarelser blandt 250 CPH SUP-deltagere svarende til en svarprocent på 11%. Svarene er indhentet via Google Form af eventarrangøren.





“

I observed lack of management, proper instructions and coordination

Der manglede en overordnet koordinator med godt overblik på de forskellige arbejdsopgaver.

I did not have a direct line to communicate as to what my volunteer responsibility be, where I need to meet.

Det var en rigtig dejlig, god, super fantastisk oplevelse. Hele teamet, alt var Så Flot fra A til Z...

Det er mit første sommer som frivillig og I er toppen.

Utroligt søde og positive mennesker hos arrangørerne, men de havde vist ikke altid helt gennemtænkt, hvad vi frivillige egentlig skulle lave. Og det er meget utilfredsstillende, at man bliver lovet en tøjpakke og så ikke får den!

”



Frivillige learnings

Frivillige vil gerne, tager flere vagter og bliver længere, når man behandler dem godt.

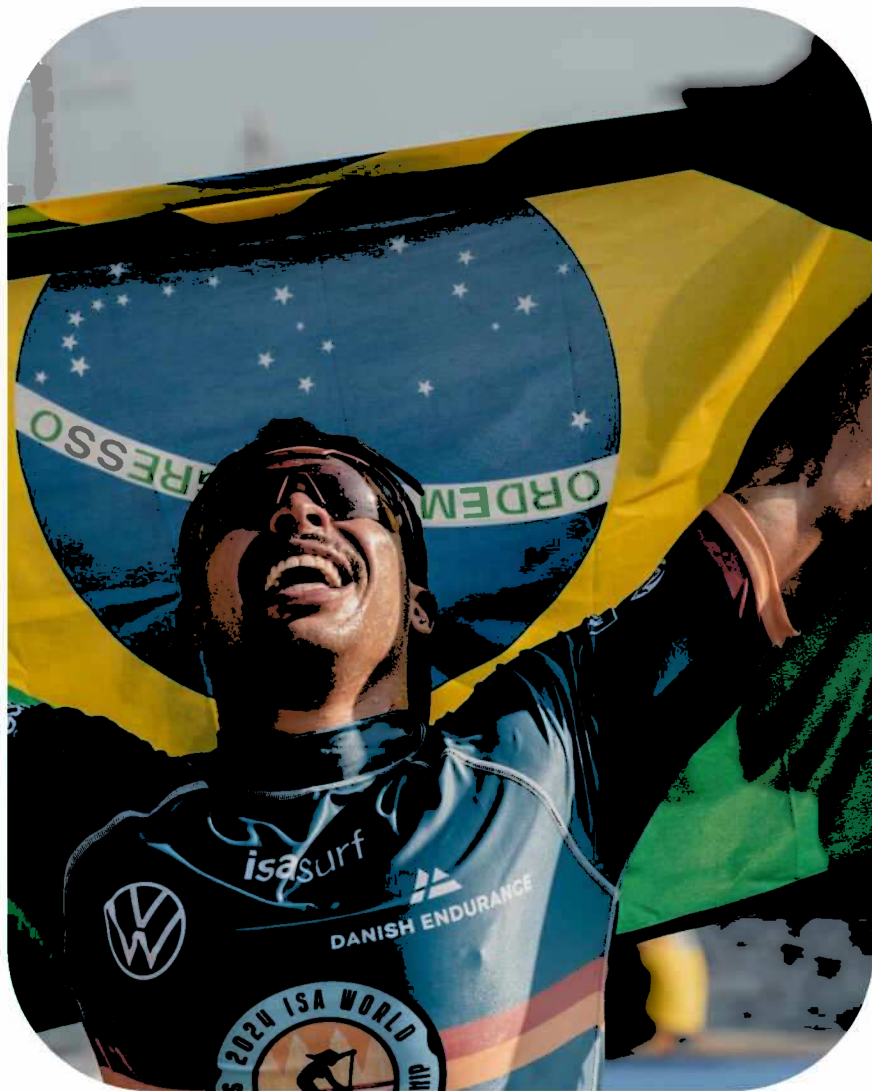
En frivillig som frivilligkoordinator er ikke tilstrækkeligt. Vi burde have ansat en frivilligkoordinator tidligt i forberedelsen til at lave vagtplaner og instrukser.

Rekrutter flere områdeledere, der mod beskeden betaling får ansvaret for en område. Disse skal rekrutteres tidligt.

For mange frivillige tog kun én vagt på 4 timer – men fik samme tøjpakke som den, der havde taget tre vagter. Der skal være progression i belønning.

Der var ikke tøj til alle, da vi ikke var skarpe nok til at styre udlevering af tøj

Være 100% skarpe på, at forplejningen skal være varieret – og altid med et grønt alternativt og altid med (lidt) kød.



‘Det bedste SUP-VM nogensinde’

Med 40 nationer og 180 deltagere fra hele verden blev VM i København det største nogensinde sammen med VM i 2017 i København.

VM-deltagerne fremhæver:

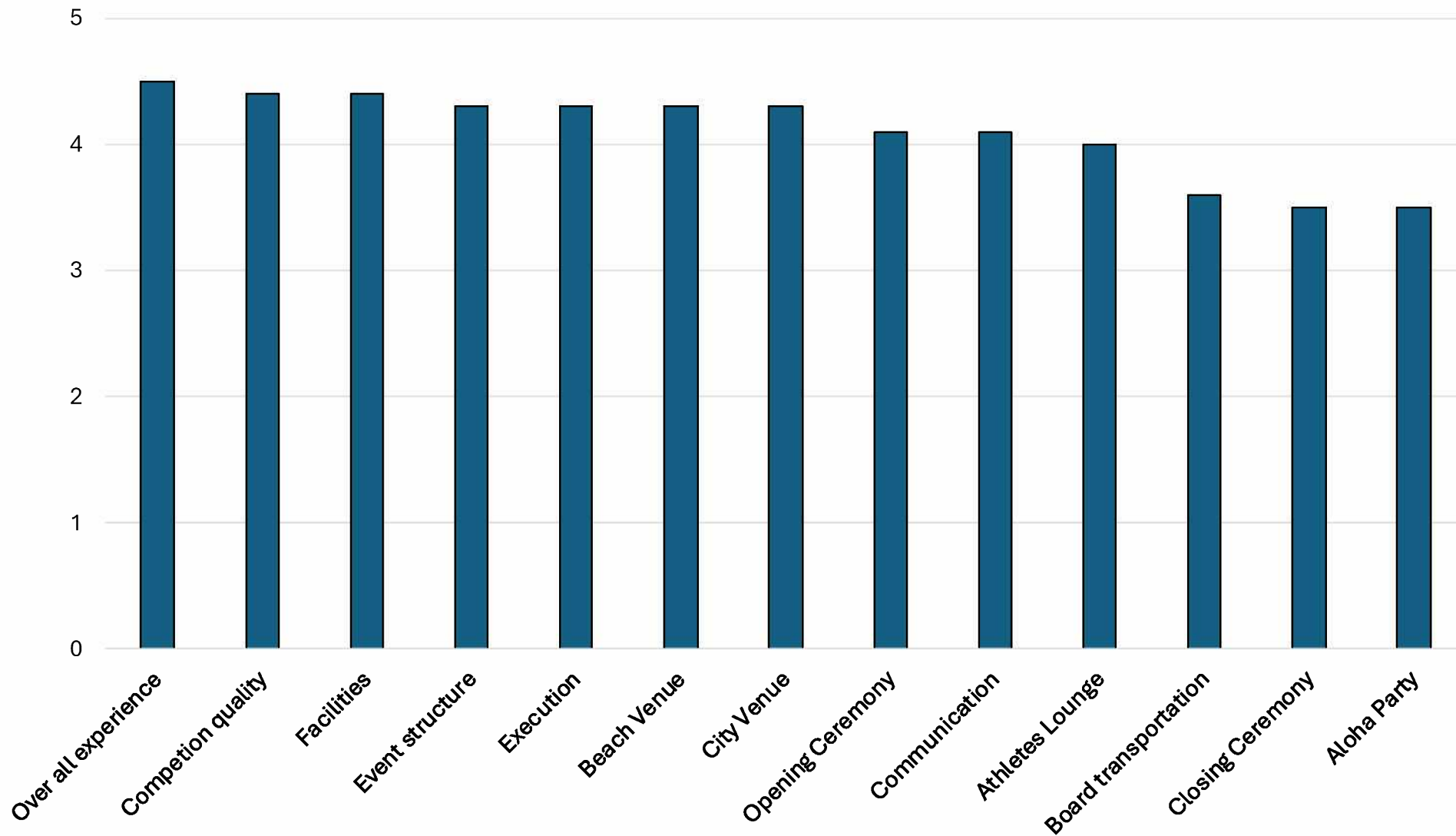
- To fede venues, der stod klar til tiden
- Dedikeret gym til opvarmning
- Atmosfæren under konkurrencerne især på City Venue var outstanding
- Øllene er for dyre

Åbningen var en hyldest til København med ladcykler, broer og Tivoligarden som hovedelementerne.

I eventugen fik deltagerne mulighed for at cykle i København eller tage en tur med kanalbådene



VM-deltagernes vurdering af VM på en skala fra 1 til 5





“

Perfect location in the heart of Copenhagen. Great race atmosphere - both at the beach and in the city

Very well organised event and the venues were incredible, particularly the City venue.

Cheaper beer

Could wish more crowd and public engagement at the beach

The Opening and closing ceremonies felt they could be more prestigious. The Beach medal ceremony felt more like a local event medal ceremony.

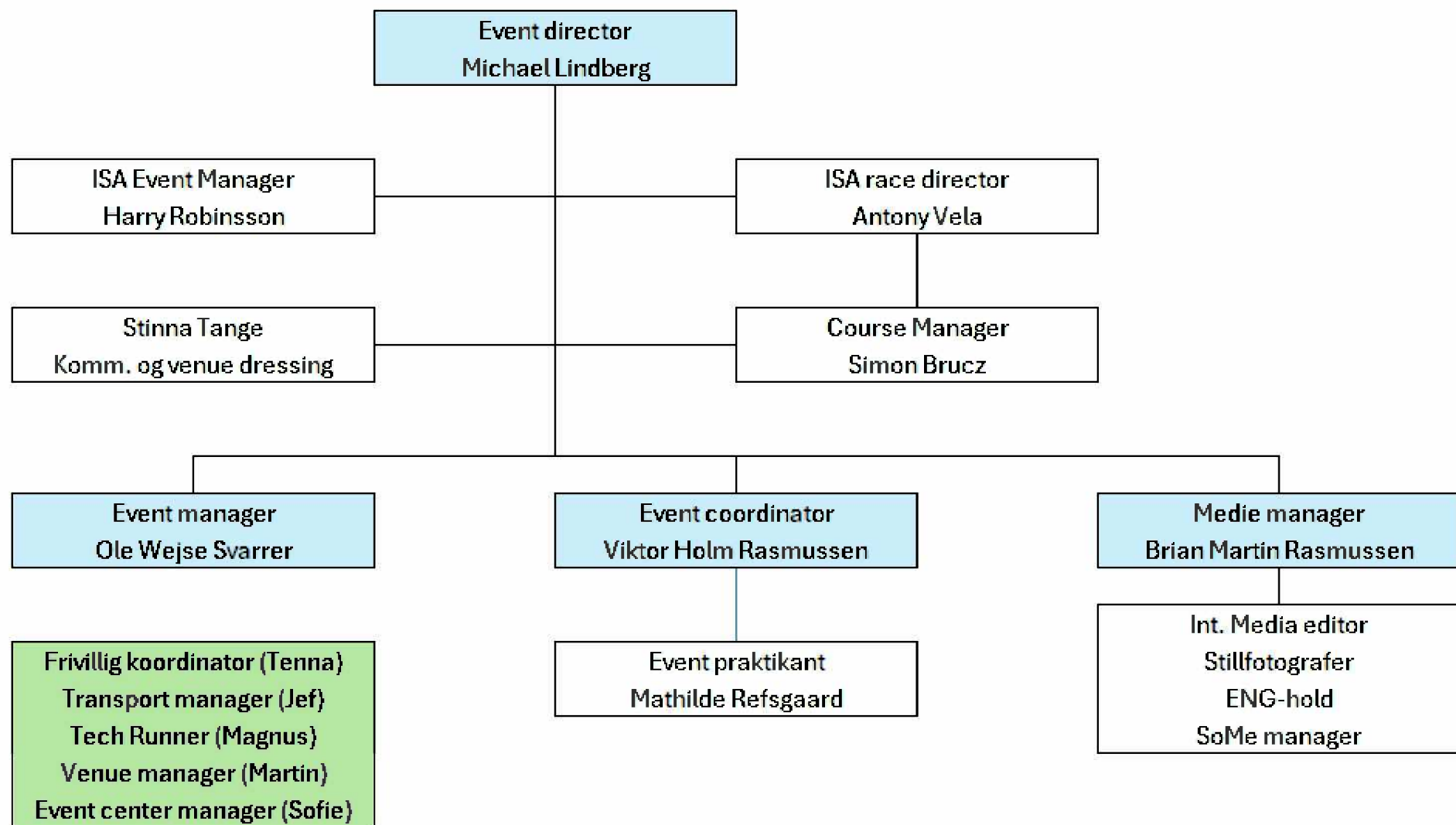
”



Organisationen

- To fuldtidsmedarbejdere blev ansat til at forberede eventet med bistand fra forbundets øvrige medarbejdere. Den sidste måned var 6-7 medarbejdere ansat på projektet.
- En del opgaver som frivilligkoordinator og transport manager blev udlagt til 'superfrivillige'. 250 frivillige deltog i afviklingen.
- Det helt overskyggende udfordring i organisationen var, at for få personer vidste for meget, så udbygning og afviklingen ikke kunne udføres effektivt uden at disse nøglemedarbejderne blev inddraget.
- Håndteringen af de frivillige led især under, at frivillig koordinator og områdelederne kom meget sent ind i loopet. Kort sagt: De anede ikke, hvad der skulle ske
- Man bør allokere flere midler til ansættelser på forskellige niveauer



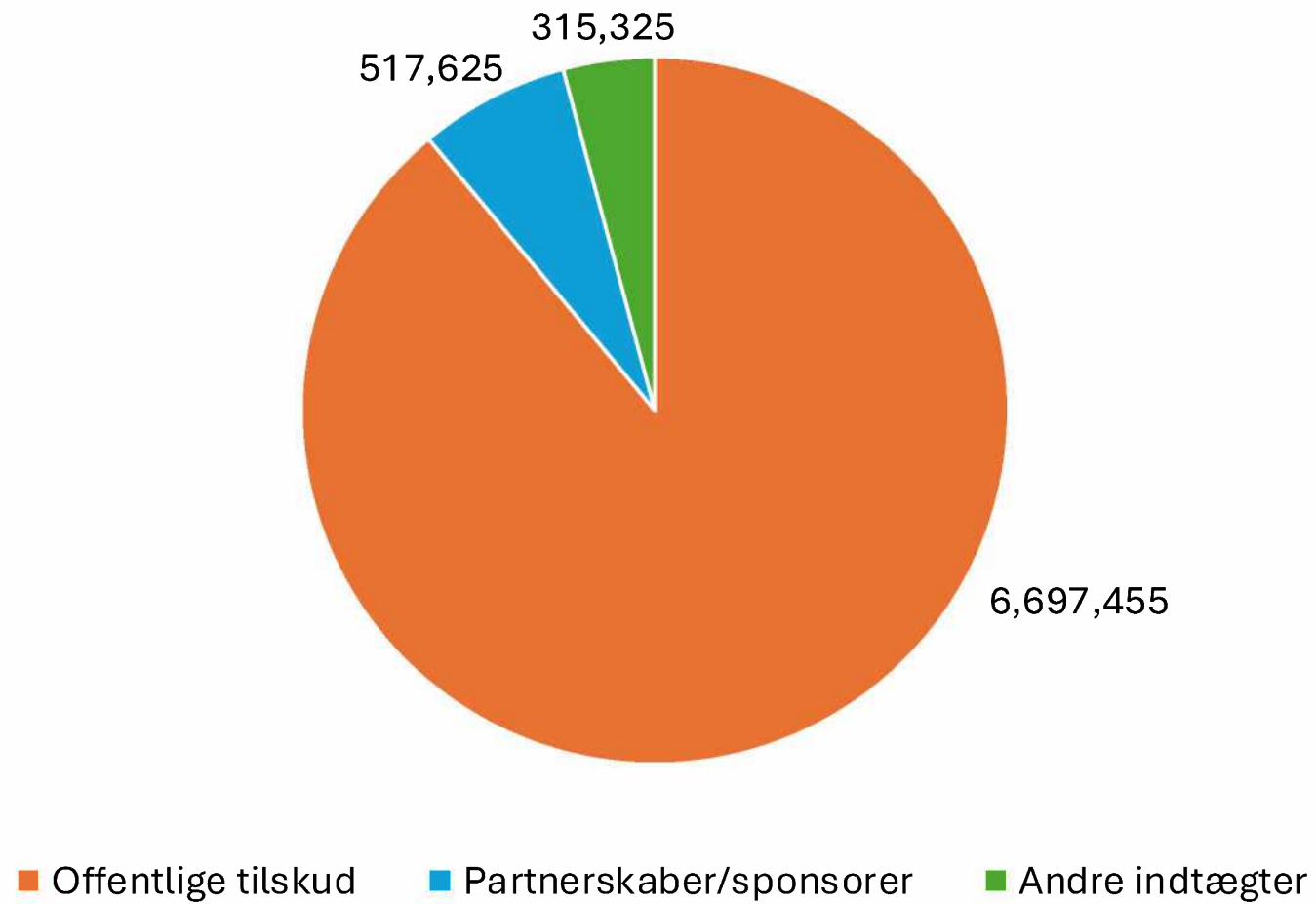




Type	Opgave
Fuldtid	Event manager Event koordinator Event praktikant
Deltid	Media manager SoMe-manager Frivilligkoordinator VIP / Partner
Konsulenter	Tech runner Fotografer og journalister Event Center
Kernefrivillige med beskedent honorar	Transport Venue (build up and down) Side event Food CSR Merchbod Håndværker-team

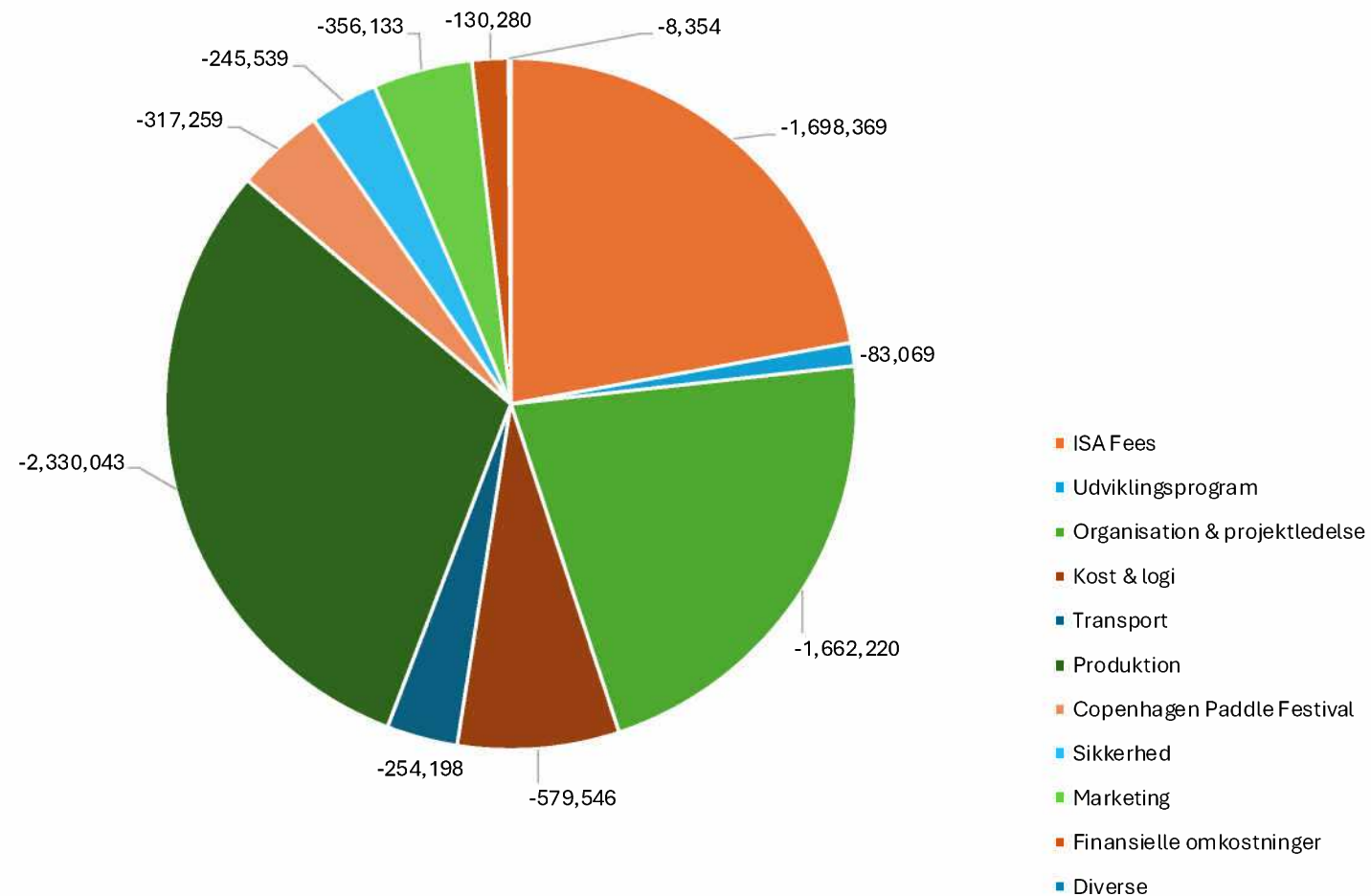
Økonomi

Indtægter



Økonomi

Udgifter



Økonomi

Slutregnskab, 2024 ISA World SUP & Paddleboard Championship

Resultatopgørelse

Indtægter	Note	2024	2023	Total	Budget	Difference
Offentlige tilskud	1	5.345.911	1.351.544	6.697.455	6.150.000	547.455
Partnerskaber/sponsorer	2	517.625	0	517.625	500.000	17.625
Andre indtægter	3	315.325	0	315.325	987.134	-671.809
Indtægter i alt		6.178.861	1.351.544	7.530.405	7.637.134	-106.729
Omkostninger	Note	2024	2023	Total	Budget	Difference
ISA Fees	4	-866.244	-832.125	-1.698.369	-1.910.434	212.065
Udviklingsprogram	5	-83.069	0	-83.069	-120.000	36.931
Organisation & projektledelse	6	-1.227.811	-434.408	-1.662.220	-1.621.000	-41.220
Kost & logi	7	-579.546	0	-579.546	-565.840	-13.706
Transport	8	-254.198	0	-254.198	-435.500	181.302
Produktion	9	-2.330.043	0	-2.330.043	-1.590.200	-739.843
Copenhagen Paddle Festival	10	-302.259	-15.000	-317.259	-404.000	86.741
Sikkerhed	11	-245.539	0	-245.539	-124.000	-121.539
Marketing	12	-321.580	-34.553	-356.133	-324.000	-32.133
Finansielle omkostninger	13	-94.822	-35.458	-130.280	-165.000	34.720
Diverse	14	-8.354	0	-8.354	-350.000	341.646
Omkostninger i alt		-6.313.464	-1.351.544	-7.665.008	-7.609.974	-55.034
Resultat		-134.604	0	-134.604	27.160	



