



18-04-2016

Eventvurdering af MTV Europe Music Awards 2018

Viacom International Media Networks har tilbudt Københavns Kommunen et nyt værtskab (navnesponsorat) for afviklingen af MTV Europe Music Awards (EMA) i København, i november 2018.

København var vært for en tilsvarende event i 2006, som ifølge ansøger, blev afviklet med god succes.

Hovedorganisationen er amerikanske Viacom, der desuden producerer internationale medieprogrammer og udbyder mediekanaler herunder MTV. Indholdsproduktionerne distribueres således globalt via tv, online, live events og via mobile platforme i over 160 lande. Begivenheden havde i 2016 et seertal på 465 mio.

Kultur- og Fritidsforvaltningen er blevet præsenteret for et omfattende baggrundsmateriale om EMA fra Viacom, som et konkret tilbud på værtskab.

Forvaltningen har været i dialog med Kuanshi Consulting ApS, som også var med til at afvikle begivenheden i 2006 og som forud for denne henvendelse, har taget kontakt til Royal Arena med henblik på afvikling i november 2018.

Københavns Internationale Musikprofil

Kommunens profil på det internationale- sports- og idrætsområde er vokset gennem de seneste år med afviklingen af de store EM og VM idrætsbegivenheder i København. Med undtagelse af Eurovision Song Contest i 2014, har København dog ikke gennem de seneste år, profileret sig markant på den internationale kultur- og musikscene.

Økonomi

Eventbudget fremgår af ansøgningen.

Af det samlede eventbudget på 21 mio. kr. søges Københavns Kommune om minimum 11 mio. kr.

Sagsnr.

2016-0016944

Dokumentnr.:

2016-0016944-6

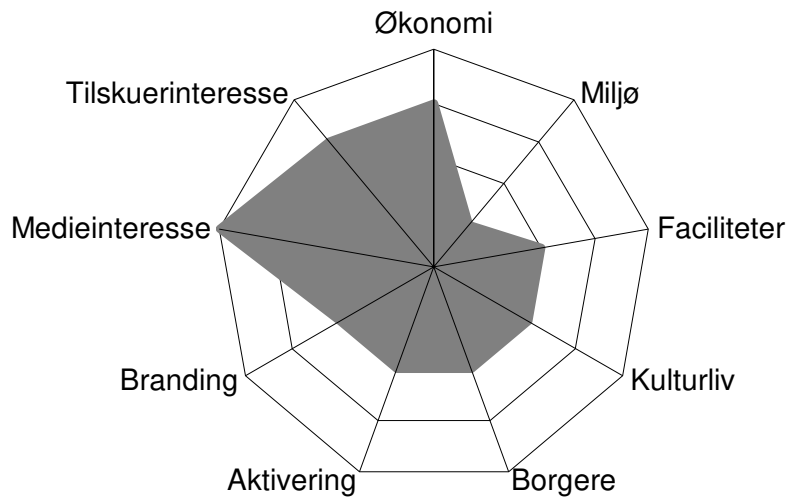
Sagsbehandler

Maria Ørsted

MTW Europe Music Awards 2018

Parametre	Vurderede point
Økonomi	3
Miljø	1
Faciliteter	2
Kulturliv	2
Borgere	2
Aktivering	2
Branding	2
Medieinteresse	4
Tilskuerinteresse	3
Total:	21

MTW Europe Music Awards 2018



Eventen er nedenfor vurderet med afsæt i Københavns Kommunes Eventvurderingsmodel.

Ansøgerorganisationer

Begivenheden afvikles af Viacom International Media Networks i partnerskab med Kuanshi Consulting ApS.

1. Samfundsøkonomiske effekter

Ansøgningen indeholder ikke en analyse af de samfundsmæssige effekter.

Vurderes til at opnå point: 3

- Eventens budget kan godkendes af Københavns Kommune
- Ansøger har dokumenteret erfaring med eventarbejde
- Potentiel samfundsmæssig omsætning

2. Miljømæssig bæredygtighed

Ansøgningen indeholder ikke en beskrivelse af eventuelt brug af grønne løsninger eller miljøhensyn.

Vurderes at opnå point: 1

- Der tages miljømæssige hensyn i planlægning og afvikling af eventen

3. Faciliteter

Eventen planlægges afviklet i Royal Arena, samt forskellige steder i byen/byrummet.

Vurderes at opnå point: 2

- Facilitetsbehovet kan opfyldes uden investeringer fra Københavns Kommune
- Eventen breder sig over et større areal af København

4. Relevans for kulturlivet i København

Eventen vurderes til at have en bred almen interesse, herunder at henvende sig til borgere i alle aldersgrupper og fra alle samfundslag, samt til at kunne tiltrække nye kulturbrugere.

Vurderes at opnå point: 2

- Inddragelse af nye kulturbrugere
- Inddragelse af kulturinstitutioner, spillesteder mm.

5. Relevans for borgerne

Arrangør har fokus på at udvikle aktiviteter for tilhørere i form af en stor offentlig event, samt til to til tre mindre pre-events.

Herudover antages det, at borgerne vil opleve at begivenheden er relevant for dem, samt at de har mulighed for at kunne deltage i en offentlig event samt pre-events.

Vurderes at opnå point: 2

- Eventen er tilgængelig for Københavns borgere
- Eventen breder sig over et større areal af København

6. Aktivering

Arrangøren aktiverer borgere gennem invitation til den offentlige visning og de planlagte pre-aktiviteter.

Vurderes at opnå point: 2

- Aktiveringen opfordrer til deltagelse
- Aktiveringen lægger op til øget accept og forståelse af andre kulturer

7. Branding

Eventen vurderes at kunne brande byen som en innovativ og kreativ hovedstad, idet eventen har en stigende international popularitet. Eventen vurderes derfor til at kunne brande byen som en moderne hovedstad, som ønsker at hylde den internationale musikscene og udbrede kendskabet til de nyeste og mest populære kunstnere.

Herudover vurderes eventen at profilere Royal Arena som et nyt koncertsted.

Vurderes at opnå point: 2

- Eventen brander byen som åben og attraktiv
- Eventen brander byen som kreativ og innovativ

8. Medieinteresse

En af de største begivenheder i København indenfor de sidste ti år, var da København i november 2016 var vært for MTV EMA, hvor showet opnåede et verdensomspændende seertal på 465 millioner.

Hovedorganisationen amerikanske Viacom, der desuden producerer internationale medieprogrammer og udbyder mediekkanaler, herunder MTV, vil stå for at indholdsproduktionerne distribueres via tv, online, live events og mobile platforme i over 160 lande.

Vurderes at opnå point: 4

- Vil opnå lokal mediedækning
- Vil opnå national mediedækning
- Vil opnå international mediedækning
- Live eller båndet transmission fra eventen

9. Tilskuerinteresse

Ansøger vurderer at der vil være et samlet antal publikummer på mellem 7.500- og 10.000 tilskuere i Royal Arena. Herudover forventes 10-15.000 publikummer at deltage i sidearrangementer som er relateret til eventen. Det forventede seertal fra TV- transmission som af ansøger potentielt anslås til 700 mio. husstande via MTVs globale distribution af kanaler, er ikke medregnet.

Vurderes til at opnå point: 3

Over 20.000 tilskuere