

Brøndby, 23. marts 2018

Ansøgning om tilskud til forberedelse og afholdelse af VM i Idrætsgymnastik 2021

Ansøgt beløb

Danmarks Gymnastik Forbund (GymDanmark) ansøger om **et tilskud fra Københavns kommune på 6 mio. kr.** til forberedelse og afholdelse af VM i Idrætsgymnastik 2021 i Royal Arena i København. Heraf reserveres 1,0 mio. kr. til aktiveringstiltag, som udvikles og afvikles i samarbejde med Københavns Kommune.

Ansøgning om værtskab

Det internationale forbund (FIG) tildelte værtskabet for VM 2021 d. 1. marts 2018.

VM-arrangementet Idrætsgymnastik 2021

I 14 dage vil hele området omkring Royal Arena være hjemsted for toppen af Idrætsgymnastik og tilskuere fra hele verden. Varigheden af eventen er med opsætning, træning og konkurrencer 14 dage. Konkurrencerne i Royal Arena vil finde sted i uge 42 fra mandag til fredag. Der vil være omkring 500 deltagere fra over 70 nationer, og omkring 600 officials. Deltagere i Montreal i 2017 var omkring 400 gymnaster og 500 officials fra 69 nationer, men det har vist sig at antallet af deltagere er højere, når konkurrencerne afvikles i Europa.

Idrætsgymnastik er gymnastikkens kongedisciplin – det er en af de største idrætsdiscipliner på OL programmet målt i tilskuere i arenaerne og TV-seere. Idrætsgymnastikken er den klassiske gymnastikform for mænd og kvinder, som stiller op i en række forskellige redskaber. Kvinderne har fire redskaber (gulvøvelse, spring over hest, bomøvelse og den forskudte barre), mens mændene har seks redskaber (gulvøvelse, spring over hest, bensing, ringøvelsen, barre og reck). Der konkurreres både som individuel (disciplin og all round)

VM i Idrætsgymnastik er den største event, som kan afholdes inden for gymnastik både i forhold til prestige, mediebevågenhed og tilskuerinteresse. Danmark var vært for VM i Idrætsgymnastik tilbage i 2006 i Aarhus og med stor succes. Interessen fra medier og tilskuere vil medvirke til at profilere København som en international metropol og

synliggøre den nye multiarena Royal Arena og hele Ørestadsområdet som en kompakt og fleksibel løsning for store internationale events.

Tilskuere

Der forventes et billetsalg 23.000 -27.000 billetter – heraf 60-70% danske tilskuere. Vi forventer, at der bliver udsolgt til finalerne og at de danske tilskuere udfylder 70 %. Der laves særlige priser og arrangementer for efterskoler, skoler og gymnastikforeningerne i regionen. Ved VM 2015 i Glasgow blev der solgt mere end 50.000 billetter, heraf 19 % udlændinge. VM i Glasgow 2015 var også med holdfinaler og derved tre konkurrencedage mere end ved VM i 2021 og derved mulighed for at sælge flere billetter. Vi deltog med en delegation ved VM i Montreal i 2017, hvor vi endnu ikke har fået tilskuertal, men hvor vi selv kunne se, at der var godt fyldt op på tilskuertribunerne.

Facilitets behov

VM i Idrætsgymnastik er en sportevent, som stiller store krav til faciliteterne, og især den nye Royal Arena har været helt afgørende for budet på VM. Udvikling af VM set-up inden for Idrætsgymnastik har udviklet sig markant over de seneste 4 år, og for at afholde eventen kræver det en multiarena som Royal Arena. Derudover kræver det, at der er en hal i forlængelse af arenaen til opvarmning. Her er Skøjtehallen helt oplagt. Tilsammen udgør Royal Arena og Skøjtehallen den centrale nerve for VM.

Følgende facilitetsbehov er krævet:

- Royal Arena: Konkurrencerne
- Opvarmningshal (Skøjtehallen)
- 3-4 Træningshaller. Der arbejdes på en løsning i Hollænderhallen (Dragør kommune), Amagerhallen og Travebanehallen (Taarnby kommune) og evt. Sundby hallerne (Københavns kommune)

Mål for eventen

VM i Danmark i 2021 er et led i en langsigtet eventstrategi, som har til formål af brande gymnastikken og skabe en større mediebevågenhed af eventen og gymnastikken. Herunder en større interesse for gymnastikken i kommunen og en styrkelse af foreningerne med nye kompetencer samt involvering af dem i aktiveringsindsatsen og under eventen. Danmark har ingen store stjerner pt. Der er dog en stor talentmasse og en positiv udvikling af de yngre gymnaster. Eventen vil være med til at kaste lys på denne form for gymnastik og motivere miljøet samt foreningerne.

Aktiveringsindsatsen

I GymDanmark er vi stærke på at skabe interesse, værdi og aktiviteter omkring eventen, ude i byen, blandt foreningslivet og for den almindelige borger – dette har vi vist ved vores tidligere events senest ved VM trampolin og tumbling i 2015 i Odense og med stor begejstring og succes. Følgende aktiviteter er en blanding af tidligere afprøvede succesrige koncepter og nye tiltag til aktiveringen af VM idrætsgymnastik 2021 i København. Vi vil kunne gennemføre dem alle, da vi har afprøvet mange af dem tidligere og vi har en stærk tradition for netop aktiviteter med gymnastikken i andre sammenhænge. Disse aktiveringstiltag vil være vores udgangspunkt for den fælles indsats, som skal dækkes af de reservede midler på 1,0 mio. kr.

Bemærk bl.a. projektet "Flere børn til gymnastik i forening", som forbundets udviklingskonsulenter arbejder på sammen med DGI Storkøbenhavn. Et oplagt projekt at starte op nu og koble sammen med VM 2021.

- **Kick off:** der vil blive lavet en event et år før afviklingen af VM, hvor formålet er at skyde VM-året i gang og derved bliver det startskuddet for et år fyldt med masser af aktiviteter i København og i regionen. Eventen ville være oplagt på Københavns rådhuset og med en mini opstilling af VM-set up'et, hvor man inviterede skolebørn ind for at prøve og blive undervist af de danske gymnastikstjerner.
- **Forskellige sideevents i byen, som er koblet op på allerede eksisterende event;** Vi flytter gymnastikken ud af hallen og ind i byens rum – og skaber værdig og opmærksomhed om eksisterende events i byen og samtidig med VM. Dette kunne være at vi blev en del af KulturNatten eller øvrige kulturelle arrangementer som er i årets løb frem mod VM. Vi har gode erfaringer med dette og det var grundlaget for en øget opmærksomhed omkring vores VM i Trampolin og Tumbling i Odense 2015.
- **Skolearrangementer** – lave undervisningsforløb i skolerne med fokus på gymnastik, dette kunne kulminere med en rundvisning og oplevelse af VM (billetter). Her kan det være undervisere fra de lokale foreninger krydret med de danske gymnastikstjerner ved en afsluttende session.
- **Gymnastik Skole;** alle børn i kommunen og udenom kan deltage på en to-dags VM gymnastikskole i deres fritid, da den vil være i uge 42 (VM billetter inkluderet). Her vil vi involvere foreningerne – da vi gennem en lang årrække har kunne dokumentere at ved at afholde en gymnastikskole er der en øget medlemstilvækst, en kompetence udvikling af trænerne og et fokus på foreningens tilbud.

- **Koble VM på et nyt udviklingsprojekt**, der støtter op om foreningslivet i København. **"Flere børn til gymnastik i forening"** – er et projekt der ønsker at etablere nye gymnastikhold på lokale skoler i nærheden af de lokale foreninger og sikre et stærkt samarbejde mellem skole og foreningsliv om en mere optimal udnyttelse af skoleidrætsfaciliteter samt opbygge et samarbejde. Projektet bliver indstillet i løbet af juni måned til udviklingspulje i København, og der er indikationer fra alle parter om at VM i Idrætsgymnastik kunne tænkes sammen og understøtter hinanden, hvor det giver mening.
HVEM: seks københavnske gymnastikforeninger ønsker i samarbejde med DGI Storkøbenhavn, Idrætsforum København og GymDanmark at sikre, at flere børn i alderen 6-12 år kan gå til gymnastik i deres lokale forening.
MÅL: gennem den 3-årige projektperiode er målet at øge antallet af københavnske foreningsorganiserede børnegymnaster fra 18% til 21% hvor landsgennemsnittet ligger på 24% af børnene. 3% stigning i København er svarende til 1000 børn.

Markedsføring og kommunikation

Markedsførings- og kommunikationstiltag for VM vil både rette sig mod det nationale og internationale marked. Udover det som aktiveringsindsatsen bidrager med, og som vil være en væsentlig del af markedsføringsindsatsen, vil der være fokus på følgende områder:

- Eventhjemmeside med alle oplysninger, aktiviteter, billetsalg mm.
- Vi vil være aktive på diverse sociale medier. Vi vil benytte vores eksisterende Facebooksider, Instagram, Snapchat og YouTube, men vil derudover lave specifikke eventsider/aktiviteter med masser af info, billeder, video og en masse bagom information.
- Der vil blive lavet nyhedsbreve til udvalgte lande og grupper, som vi har fundet særlig relevante.
- Stand og præsentation af VM2021 ved VM 2019 og VM 2020
- Samarbejdsaftale med FIG omkring markedsføring af VM2021. Nyhedsbrev, website, Sociale medier og stande ved diverse FIG arrangementer.
- Udarbejdelse af turistpakker
- Indgåelse af samarbejdsaftale med de store udenlandske gymnastikforbund Sverige, Storbritannien, US, Japan og Kina ift. markedsføring
- Markedsføring af VM ved EM i TeamGym i Ballerup Super Arena 2020 – præcis et år før VM.
- Medieinteressen forventes at være stor, da dette er den største gymnastik event der kan afholdes ud fra prestige, tv-seere og tilskuere. Idrætsgymnastik er en af de mest sete sportsbegivenheder ved OL – og er en af de tungeste discipliner på OL-

programmet sammen med Atletik og Svømning.

Der forventes ca. 200-300 mediefolk fra ind-og udland, som vil være både skreven presse, TV, foto og mere målrettet sociale medier.

Erfaringer med Events

I GymDanmark har vi en lang eventhistorik bag os, som vi ser tilbage på med stolthed – vi har en klar strategi om at afvikle gymnastikevents på dansk jord. Sidste store event var VM i 2015 i Trampolin og Tumbling i Odense, som var OL kvalifikation til Rio 2016. En event der har høstet stor ros fra samarbejdspartnere, værtsbyen, gymnastikmiljøet og en tilfredshedsundersøgelse fra tilskuerne på 97%.

Tidligere afholdte events:

- VM Trampolin – Tumbling 2001
- EM Trampolin – Tumbling 2008
- VM Idrætsgymnastik 2006
- EUROGYM 2010
- EM TeamGYM 2012
- World Cups Trampolin og Tumbling 2011 og 2013
- VM Trampolin og Tumbling 2015

Partnerskab

Vi er et bredt partnerskab omkring eventen; Sport Event Denmark, Københavns Kommune, Wonderful Copenhagen og Danmarks Gymnastik Forbund. Alle organisationer har stor erfaring med events, som vi har fået gennem forskellige typer af events og arrangementer. Vores forskellige tilgange til eventen styrker hele forløbet, da vi har et solidt og stærkt fundament hver især. Danmarks Gymnastik Forbund og Sport Event Denmark har en række gymnastik events på CV'et og har bevist, at vi kan skabe store succesfulde events med stor tilskuerinteresse, udvikle kompetencer hos de frivillige, inddrage foreningslivet og ikke mindst få skabt stor opmærksomhed i byens rum og for byens borgere. Med partnerskabet har vi en stor berøringsflade som kan give en bred markedsføring og få etableret samarbejder med relevante sponsorer og partnere, men også få skabt indgange i det kommunale regi, således at sideevents får liv og mulighed for at udvikle sig.

Vækst og innovation

Vi har en klar målsætning om at være innovative i vores måde afvikle dette VM på. Vi vil sætte nye standarder inden for afvikling af et VM i Idrætsgymnastik og kunne inspirere andre til at følge op både på afviklingsdelen og den teknologiske del. Vi vil udfordre og udvikle afviklingen så det visuelle er i fokus, og så vi igennem state of the art technology kan

skabe en større forståelse af gymnastikken og samtidig få det til at virke mere showpræget med gigantisk storskærm, lys og hermed løfte præsentationsdelen af eventen. Dette ved at skabe nogle fantastiske rammer, men også en videretænkning i tilskuerinvolvering, da dette skaber en større tilknytning til eventen, men også den samlede oplevelse. Vi er allerede i kontakt med Great Big Events, som stod for eventpræsentationen til EM svømning 2017 og har store forventninger til et samarbejde med dem om VM. Det internationale forbund har vist, at de gerne vil støtte op om denne udvikling, og derfor er vi klar til at tage udfordringen op. Derudover vil vi med vores forskellige aktiveringsindsatser før og under eventen være med til at sætte nye standarder i det internationale forbund i forhold til at involvere byen, tilskuere og skoler.

Væksten kommer primært fra tilrejsende og dermed turismeøkonomien, beregnet udenlandsk turismeomsætning er på ca. 45 mio. kr. inkl. tilskuere - se udregning i bilag "Beregning af turismeomsætning" udarbejdet af Wonderful Copenhagen.

Eventbudget

Udgiftsbudget er på 40 mio. kr. heraf et offentligt finansieringsbehov på 18 mio. kr. Den offentlige finansiering opdeles efter følgende tre partnere: Sport Event Denmark, Københavns Kommune og Region Hovedstaden. Fordelt således: 6,5 millioner fra Sport Event Denmark, 6 millioner fra Københavns kommune (inkl. aktiveringsindsats) og 5,5 millioner fra Regionen. Tilsagn fra Sport Event Denmark er givet. Ansøgningen til Regionen er blevet behandlet og ligger ved Regionsrådet til godkendelse d. 17. april.

Øvrige indtægter er fra entreindtægter og salg af deltagerpakker (transport, overnatning, forplejning).

Støtten til eventen er afgørende for gennemførelse, da budgettet pt går i plus 38.000 kr. GymDanmark er et stort forbund, men med en lille økonomi og derved har forbundet ikke mulighed for at støtte eventen økonomisk. Forbundet bidrager til gengæld med medarbejderressourcer samt en stor frivilliggruppe.

Der er nogle store budgetposter på udgiftssiden, som vi ikke kan komme udenom. Blandt andet er den eneste egnede arena i København, til en event af den størrelse og prestige Royal Arena, som koster i omegnen af 4,5 mio. kr. ex. moms. Derudover er der et fee til det internationale forbund på 3,9 mio. kr. Se bilag Eventbudget.

Momsregistreret

GymDanmark er ikke momsregistreret, men der søges om momsfrigørelse for indtægter.

Kontaktoplysninger

Event Manager Janne Jelstad

jje@gymdanmark.dk

4326 2611

Bilag:

Bilag 1: Risikovurdering

Bilag 2: Beregning af turismeomsætning

Bilag 3: Eventbudget

Risikovurdering VM Idrætsgymnastik 2021

| Risikoområde | Problemstilling | Påvirkning | Sandsynlighed | Forebyggende handlinger |
|-------------------------|---|------------|---------------|--|
| Indtægter billetsalg | Der skal sælges 25.000 billetter for at få den budgetterede indtægt på 4.900.000 kr. Idrætsgymnastik er ikke en udbredt gymnastikdisciplin i Danmark, men gymnastik-Danmark er meget stort og den status og det kendskab folk har til Idrætsgymnastik er stor, så måltallet anses for realistisk. Derudover er der ingen danske stjerner, så det er oplevelsen der skal sælges. | Høj | Mellem | Der vil blive lavet en målrettet strategi og plan for billetsalg og den markedsføring der skal laves. En del af de kommende tiltag er også beskrevet i ansøgningen. Vi har tidligere haft succes og erfaring med at sælge billetter til familien-Danmark og folk som ikke er fra gymnastikkens verden. Disse erfaringer tager vi med i denne proces. Derudover er gymnastik-Danmark stor og vi har gode muligheder for at markedsføre og motivere til køb af billetter til VM. Et år før dette VM har vi et EM i den mest populære gymnastikdisciplin TeamGym i Ballerup Super Arena og her vil der være maksimal fokus på markedsføring af VM og vi vil lave nogle kombinationspakker. Hvad angår billetsalget har vores tilgang været "better safe than sorry". Dvs. at vi har lagt et konservativt skøn ned over det forventede antal af solgte billetter, og billetprisen kan også fortsat justeres. Se uddybning af markedsføringstiltag i ansøgningen. |
| Offentlig støtte | Der er budgetteret med i alt 18 millioner i offentlig støtte. Fordelt således: 6,5 millioner fra Sport Event Denmark, 6 millioner fra Københavns kommune og 5,5 millioner fra regionen. Sport Event Denmark er pt. eneste part som til dags dato har bevilliget beløbet, Københavns kommune ansøges i efteråret 2018. Der pågår pt. positiv dialog. | Høj | Lav | Støtten til eventen er afgørende for gennemførelse. Der er afsendt ansøgning til regionen – og den ligger til behandling i Regionsrådet d. 17. april. VM i Idrætsgymnastik har længe været på listen over mega events hos Sport Event Denmark. |

| | | | | |
|-------------------|---|--------|-----|---|
| Redskabsopbygning | VM er et meget stort og kompliceret set-up i såvel arenaen, som i alle træningshallerne. Etablering af både konkurrence, opvarmning og træningsfaciliteter kan udfordres – dette er set hos tidligere værter. | Mellem | Lav | Der indhentes tilbud fra både redskabsleverandører på både etablering og redskaber, og der sikres en maks pris. Hallerne (offentlige) som der skal være træning i kan stille nogle krav, som vil/kan have indflydelse på økonomien. Dette prøver vi i høj grad at få klarlagt på forhånd. I budgettet er der afsat et samlet beløb på 1.250.000 kr. til opsætning af redskaber og leje af redskaber (træning og konkurrence). Dette er baseret på et foreløbigt tilbud fra en redskabsleverandør GymNova, som også leverede redskaber til VM 2017 i Montreal. |
| Terrortrussel | Der har hidtil ikke været tilfælde af terrorhandlinger eller trusler under VM i Idrætsgymnastik, men i lyset af det nuværende trusselsbillede kan risikovurderingen ændres inden 2021. Et forhøjet risikoniveau kan have både praktiske og økonomiske konsekvenser. | Lav | Lav | Der følges løbende op på udviklingen og der holdes en dialog med myndigheder mm. hvis der sker ændringer. Vi har en løbende dialog med politiet og PET, og er i kontakt med øvrige arrangører af sportsevents. Når deltagerlisten er kommet sendes den til politiet og herefter vil det være deres vurdering om, hvilket behov for beskyttelse af eksempelvis Israel, og en samlet vurdering af eventen. |

| | | | | |
|-------------|---|-----|--------|--|
| Hotelpakker | Køb af Hotelpakker udgør en stor indtægtskilde i budgettet (15.336.000 kr.) – og derfor er det afgørende at vi får den indtægt hjem fra delegationerne. | Høj | Mellem | Der kommunikeres grundigt ud omkring vores hoteltilbud og alle de fordele der er, således at vores udbud bliver det fortrukne valg. Derudover har vi booket de hoteller som ligger absolut tættest på. Hvad angår salg af hotelpakker har vi dels erfaringer fra salg i samme størrelsesorden til VM trampolin, dels har vi indhentet tal fra VM i Montreal 2017. Derved er vi kommet frem til vores mest realistiske bud på, hvordan antallet kan se ud i 2021. Bemærk desuden at der er tale om bruttotal, så den reelle risiko er ca. 2,3 mio. kr. i fortjeneste (forskellen mellem 15,3 mio. kr. i indtægter og 13,0 mio. kr. i udgifter). Da begge tal justerer sig automatisk efter tilmeldingerne, og vi har budgetteret konservativt ift. hvor mange, der vil benytte pakkerne, føler vi os selv trygge ved at nettofortjenesten holder. |
|-------------|---|-----|--------|--|

NB: Skulle vi mod forventning ikke få solgt det forventede antal pakker og/eller billetter er der flere knapper at skrue på. - Der er kun budgetteret med 100.000 kr. i sponsorindtægter, hvilket vi håber på at kunne gøre bedre, selv på et trængt marked. - Udgiftsbudgettet kan justeres på nogle af de tunge poster som venue, transport og PR, ligesom aftalen om Tv-produktion ikke er lukket på nuværende tidspunkt. Endelig er der 2,3 mio. kr. til uforudsete udgifter. Det udgør ganske rigtigt kun 5,6 % af det opstillede budget, men hvis vi trækker hotelpakker ud (da disse følges ad jf. ovenstående). og medregner dette som en nettoindtægt på 2,3 mio. kr. udgør posten til uforudsete udgifter 8,3 % af det samlede udgiftsbudget, hvilket er mere retvisende og efter vores overbevisning tilstrækkeligt stor buffer, når vi allerede kender de største udgifter.

Del selvudfyldning

| Samlet turismeomsætning | Aktørgruppe (ikke-lokale danskere og udlændinge) | Overnatningstype | Antal aktører (personer) per eventdag | Antal gns. Dagn /dagsbesøg pr aktørgruppe | Antal dagsbesøg /nætter i alt (D*G) | Gns. dags/ dagnforbrug (kr.)* | Turismeomsætning (kr.) (D*E) |
|--|--|------------------|---------------------------------------|---|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Danskere på dagbesøg: | | | 7.442 | | 7.442 | | |
| Eventgæst på dagsbesøg (f.eks. tilskuere, deltagere) | | | 7.442 | 3,0 | 7.442 | 300 | 2.232.563 |
| Danskere deltager med overnatning (hotel, vandrehjem mv.) | | | 551 | | 1.654 | | |
| Udøvere | 2. Hotel foretning | | | | | 1.890 kr. | - |
| Officials | 2. Hotel foretning | | | | | 1.890 kr. | - |
| Medarbejdere | 2. Hotel foretning | | | | | 1.890 kr. | - |
| Mediefolk | 2. Hotel foretning | | | | | 1.890 kr. | - |
| Gæster - Hotel - Ferie | 1. Hotel ferie | 762 | 3,0 | 786 | 1.300 kr. | 1.091.888 | |
| Gæster - Hotel - Forretning | 2. Hotel foretning | - | 3,0 | - | 1.890 kr. | - | |
| Gæster - Airbnb | 4. Airbnb | 110 | 3,0 | 331 | 1.390 kr. | 459.743 | |
| Gæster - Venner og Familie | 5. Familie/venner | 96 | 3,0 | 289 | 360 kr. | 104.186 | |
| Gæster - Vandrehjem | 3. Vandrehjem | 83 | 3,0 | 248 | 1.310 kr. | 324.962 | |
| Andet | | | | | - kr. | - | |
| Dansk turismeomsætning (ekskl. billetindtægter) | | | | | | | 4.213.342 |
| Billetindtægter fra danskere (ikke-lokale) | | | | | | | |
| Dansk turismeomsætning (inkl. billetindtægter) | | | | | | | 4.213.342 |
| Udlændinge på dagsbesøg: | | | 788 | | 788 | | |
| Eventgæst på dagsbesøg (f.eks. tilskuere, deltagere) | | | 788 | 3,0 | 788 | 380 | 1.732.500 |
| Udlændinge med overnatning (hotel, vandrehjem mv.) | | | 5.775 | | 24.175 | | |
| Udøvere | 2. Hotel foretning | 400 | 10,0 | 4.000 | 2.200 kr. | 8.800.000 | |
| Officials + Dommere | 2. Hotel foretning | 190 | 10,0 | 1.900 | 2.200 kr. | 3.500.000 | |
| Ledere mv. | 2. Hotel foretning | 100 | 12,0 | 2.400 | 2.200 kr. | 5.280.000 | |
| Mediefolk | 2. Hotel foretning | 300 | 7,0 | 2.100 | 2.200 kr. | 4.620.000 | |
| Gæster - Hotel - Ferie | 1. Hotel ferie | 2.599 | 3,0 | 7.796 | 1.830 kr. | 14.267.138 | |
| Gæster - Hotel - Forretning | 2. Hotel foretning | - | 3,0 | - | 2.200 kr. | - | |
| Gæster - Airbnb | 4. Airbnb | 945 | 8,0 | 2.835 | 1.830 kr. | 5.188.050 | |
| Gæster - Venner og Familie | 5. Familie/venner | 709 | 3,0 | 2.126 | 340 kr. | 722.925 | |
| Gæster - Vandrehjem | 3. Vandrehjem | 473 | 3,0 | 1.418 | 950 kr. | 1.346.625 | |
| Andet | | | | | - kr. | - | |
| Udenlandsk turismeomsætning (ekskl. billetindtægter) | | | | | | | 45.257.238 |
| Billetindtægter fra udlændinge | | | | | | | |
| Udenlandsk turismeomsætning (inkl. billetindtægter) | | | | | | | 45.257.238 |
| Samlet turismeomsætning (ekskl. billetsalg) | | | | | | | 49.470.579 |
| Samlet turismeomsætning (inkl. billetsalg) | | | | | | | 49.470.579 |

* Indsæt døgnforbrug fra skema til højre i de orange markerede felter. Bemærk døgnforbrug er excl. forbrug til eventbillet.

| Samfundsøkonomiske effekter: | |
|--|------------|
| Antal dagsbesøg | 8.229 |
| Antal overnatninger | 25.829 |
| Total omsætning (DKK) | 49.470.579 |
| - heraf udenlandsk total omsætning (DKK) | 45.257.238 |
| - heraf udenlandsk total omsætning (%) | 91,5% |
| Beskæftigelse (årsværk) | 60 |
| Effekter i værtskommunen | 60 |
| National netto-effekt (Danmark total)*** | 60 |
| Effekt i værtskommunen* | 14.346.468 |
| - heraf provenu til værtskommunen fra kommunale indkomstsatter** | 1.672.106 |
| National netto-effekt (Danmark total)*** | 16.018.574 |

| *Overnatningsform | | |
|--|---------------|----------------|
| Vælg hvilket døgnforbrug på baggrund af overnatningsform, der passer på dine eventgæster herunder: | | |
| Eventgæsttype mv/ overnatning på: | Danmark (kr.) | Udlandet (kr.) |
| 0. Endagsturist (dagsbesøg) | 300 | 380 |
| 1. Hotel ferie | 1.390 | 1.830 |
| 2. Hotel forretning | 1.890 | 2.200 |
| 3. Vandrehjem | 1.310 | 950 |
| 4. Airbnb | 1.390 | 1.830 |
| 5. Familie/venner | 360 | 340 |
| 6. Camping | 360 | 440 |
| 7. Lejet feriehus | 510 | 450 |
| 8. Feriecenter | 600 | 790 |

Faktor for danskere med flere dagsbesøg 1,3

Ingen officielle tal, men data viser at de ofte har et højere forbrug end Hotelgæster. De bruges derfor tallet for Hotel.

* Bemærk: døgnforbrug inkluderer IKKE forbrug til eventbillet.
Kilde: VisitDenmark, 2014

| Tilskuere og gæster til eventet | | | |
|---------------------------------|--------|--------------|--------------------------------------|
| | Antal | Procentandel | Leveret af /Hvad bygger estimatet på |
| Total antal gæster | 21.000 | 100% | Note |
| Andel internationale | 540 | 2,5% | |
| Andel danske | 15790 | 73% | |
| Andel danske Uden for REG H | 5512,5 | 35,0% | |

| | | | |
|-----------------------|---------|------|--|
| Danske gæster | 5512,5 | 100% | |
| Andel endags | 4961,25 | 90% | |
| Andel med overnatning | 551,25 | 10% | |

| Danskere - Overnatningstype | Antal | Procentandel | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
|-----------------------------|-------|--------------|------|--|
| 1. Hotel ferie | 261,8 | 47,5% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 2. Hotel forretning | 0,0 | 0,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 4. Airbnb | 110,3 | 20,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 5. Familie/Venner | 96,5 | 17,5% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 3. Vandrehjem | 82,7 | 15,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |

| Internationale gæster | Antal | Procentandel | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
|-----------------------|-------|--------------|------|--|
| Andel endags | 525 | 10% | WOCO | Estimat, forvent det primært er svenskere |
| Andel med overnatning | 4725 | 90% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |

| Internationale - Overnatningstype | Antal | Procentandel | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
|-----------------------------------|-------|--------------|------|--|
| 1. Hotel ferie | 2599 | 53,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 2. Hotel forretning | 0 | 0,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 4. Airbnb | 945 | 20,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 5. Familie/Venner | 709 | 15,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
| 3. Vandrehjem | 473 | 10,0% | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |

| Atleter, Udøvere, Official og Presse | | | |
|--------------------------------------|-------|--------------|--------------------------------------|
| | Antal | Procentandel | Leveret af /Hvad bygger estimatet på |
| Total antal udøvere | 600 | 100% | |
| Andel internationale | 540 | 90% | |
| Andel danske | 60 | 10% | |
| Andel danske Uden for REG H | 0 | | |

| | | | |
|-----------------------|-----|----|-----------|
| Danske udøvere | 540 | 0% | |
| Andel endags | | | Mediefolk |
| Andel med overnatning | 0 | | |

Stemmer ikke

| Danskere - Overnatningstype | Antal | Procentandel | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
|-----------------------------|-------|--------------|------|--|
| Hotel - Ferie | 0 | 0% | | |
| Hotel - Forretning | 0 | | | |
| Airbnb Privat | 0 | | | |
| Venner Familie | 0 | | | |
| Vandrehjem | 0 | | | |

| Internationale udøvere | Antal | Procentandel | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
|------------------------|-------|--------------|------|--|
| Andel endags | 0 | | | |
| Andel med overnatning | 0 | | | |

Stemmer ikke

| Internationale - Overnatningstype | Antal | Procentandel | WOCO | Beregning fra CPH HALF og Euro Football 2016 |
|-----------------------------------|-------|--------------|------|--|
| Hotel - Ferie | 0 | 0% | | |
| Hotel - Forretning | 0 | | | |
| Airbnb Privat | 0 | | | |
| Venner Familie | 0 | | | |
| Vandrehjem | 0 | | | |

Budget VM Idrætsgymnastik 2021

| Indtægter | Antal | Pris | Dage | I alt 2021 | Total hovedpost 2021 |
|---|-------|--------|------|------------|--------------------------|
| 100 Deltagergebyrer og indkvartering | | | | | |
| Pakke 1 | | | | 9.156.000 | |
| Pakke 2 | | | | 3.204.000 | |
| Pakke 3 | | | | 2.916.000 | |
| Akkreditering uden pakke | 50 | 300 | 4 | 60.000 | |
| Bespisning | | | | | |
| | | | | | kr. 15.336.000,00 |
| 200 Sponsorer og partnerskaber | | | | | |
| Potentielle sponsorater | 1 | 50.000 | | 50.000 | |
| Partnerskab | | | | | |
| Salg af standpladser | 10 | 5000 | | 50.000 | |
| | | | | | kr. 100.000,00 |
| 300 Entre | | | | | |
| Men kval x 1,5 dage | 2000 | 150 | 1,5 | 450.000 | |
| Women kval x 1,5 dage | 2000 | 150 | 1,5 | 450.000 | |
| Allround finale men | 5000 | 200 | 1 | 1.000.000 | |
| Allround finale women | 5000 | 200 | 1 | 1.000.000 | |
| Individuel Men Finale | 5000 | 200 | 1 | 1.000.000 | |
| Individuel women Finale | 5000 | 200 | 1 | 1.000.000 | |
| | | | | | kr. 4.900.000,00 |
| 400 Salg af merchandise | | | | | |

| | | | | |
|---|-----|------|------------------|---------------------------------|
| Salg af merchandise | | | 150.000 | kr. 150.000,00 |
| 600 Program | | | | |
| Salg af programmer | 0 | 0 | 0 | |
| Salg af annoncer | 20 | 2000 | 40.000 | kr. 40.000,00 |
| 700 Banket | | | | |
| Deltagere, dommere mm. | 400 | 500 | 200.000 | kr. 200.000,00 |
| 800 Tilskud | | | | |
| Kommune | | | 6.000.000 | |
| Sport Event Denmark | | | 6.500.000 | |
| Øvrige puljer, fonde mv. | | | 5.500.000 | kr. 18.000.000,00 |
| 900 Andet | | | | |
| Transport til/fra lufthavnen | 300 | 200 | 60.000 | |
| Momsrefusion (restbeløb efter arena/tv) | | | kr. 1.900.000,00 | kr. 1.960.000,00 |
| <u>Indtægter i alt</u> | | | | <u>kr. 40.686.000,00</u> |

Udgifter

| | | | | |
|-----------------------------------|---|---------|---|---------|
| 1000 Organisationskomiteen | | | | |
| Møde med samarbejdspartnere | 1 | 30000 | 1 | 30.000 |
| Frikøb af nøglepersoner | 1 | 100.000 | 1 | 100.000 |

| | | | | | |
|--|------|---------|------|---------|-------------------------|
| Møder i styregruppen | 20 | 2000 | 1 | 40.000 | |
| Møder i organisationskomiteen | 12 | 6000 | 1 | 72.000 | |
| Ophold under eventen (SEDK, styregruppe, kontor mm.) | 20 | 800 | 20 | 320.000 | |
| | | | | | kr. 562.000,00 |
| 1100 Sekretariat | | | | | |
| Akkrediteringssystem | 1 | 0 | 1 | 25.000 | |
| Akkreditering | 1100 | 50 | 1 | 55.000 | |
| Projektstyring | 17 | 35.000 | 1 | 595.000 | |
| Kontorudgifter | 1 | 150.000 | 0 | 150.000 | |
| Sociale ydelser | 1 | 595000 | 0,25 | 148.750 | |
| Kommunikationsmedarbejder | 1 | 180000 | 1 | 180.000 | |
| Øvrigt personale /administration | 1 | 200000 | 1 | 200.000 | |
| Kopimaskiner m.v. | 1 | 150000 | 1 | 150.000 | |
| IT og telefoner | 1 | 150.000 | 1 | 150.000 | |
| | | | | | kr. 1.653.750,00 |
| 1200 Frivillige/hjælpere | | | | | |
| Frivilligfest | 400 | 200 | 1 | 80.000 | |
| Forplejning | 400 | 150 | 4 | 240.000 | |
| Transport | 50 | 500 | 1 | 25.000 | |
| Overnatning | 75 | 50 | 5 | 18.750 | |
| | | | | | kr. 363.750,00 |
| 1300 Beklædning | | | | | |
| Organisationskomiteen | 15 | 1500 | 1 | 22.500 | |
| Frivillige/hjælpere | 400 | 400 | 1 | 160.000 | |
| Dommere/officials | 20 | 600 | | 12.000 | |
| Andre | | | | 10.000 | kr. 204.500,00 |

| | | | | | |
|---|----|-----------|----|-----------|-------------------------|
| 1400 Internationalt forbund | | | | | |
| Lumpsum | 1 | 3.900.000 | 1 | 3.900.000 | |
| Besigtigelse | 4 | 25.000 | 1 | 100.000 | |
| Ophold, forplejning (kontraktlig betingelser) | 54 | 1.200 | 17 | 1.101.600 | |
| Diverse | | | | 10.000 | |
| | | | | | kr. 5.111.600,00 |
| 1500 Dommere/officials | | | | | |
| Ekstra forplejning under konkurrencen, møder mm | 18 | 10.000 | | 180.000 | kr. 180.000,00 |
| 1600 Venues | | | | | |
| Arena mm. | 1 | | 0 | 4.500.000 | |
| træningshaller leje | | | | 350.000 | |
| Resultatformidling Longines | 11 | 1500 | 18 | 297.000 | |
| Speaker | 2 | 8.000 | 7 | 112.000 | |
| KODA/Gramex | 1 | 15000 | 1 | 15.000 | |
| Brandvagter, parkringsvagt, regngøring, teknikere | | | | 350.000 | |
| Dopingkontrol | 1 | 100.000 | | 100.000 | |
| IT udstyr | | | | 150.000 | |
| Kontorer indretning | | 50.000 | | 50.000 | |
| TV opbygning (platforme, kabler mm) | | | | 300.000 | |
| Indretning og eventpræsentation | 1 | 500.000 | | 1.500.000 | |
| Lys/Lyd | 1 | 500.000 | | 1.000.000 | kr. 8.724.000,00 |
| 1700 Transport under eventen | | | | | |
| Organisationskomiteen | 15 | 500 | 15 | 112.500 | |
| SHUTTLE: Deltagere//trænere/ledere | 1 | | | 1.000.000 | |

| | | | | | |
|--|-----|-----------|----|-----------|-------------------------|
| Lufthavns transport | | | | 80000 | |
| Internationalt forbund og øvrige VIP | 1 | 3000 | 15 | 45.000 | kr. 1.237.500,00 |
| 1800 Side events | | | | | |
| Side events | 1 | | | 1.000.000 | |
| Åbningsarrangement | 1 | 100000 | | 100.000 | |
| | | | | | kr. 1.100.000,00 |
| 1900 TV-produktion | | | | | |
| TV produktion | 1 | 2.000.000 | | 2.000.000 | kr. 2.000.000,00 |
| 2000 Receptioner og Hospitality | | | | | |
| VIP lokale | | 15000 | 7 | 105.000 | |
| Middag med internationalt forbund | 10 | 1.500 | | 15.000 | |
| Reception head of delegations | 100 | 200 | | 20.000 | |
| VIP åbningsmiddag | 200 | 750 | | 150.000 | |
| | | | | | kr. 290.000,00 |
| 2100 Afslutningsbanquet | | | | | |
| Banket | 400 | 500 | | 200.000 | |
| Vagter | 4 | 5.000 | | 20.000 | |
| | | | | | kr. 220.000,00 |
| 2200 Indkvartering/forplejning | | | | | |
| Pakke 1 | | | | 8.070.000 | |
| Pakke 2 | | | | 2.598.300 | |
| Pakke 3 | | | | 2.344.200 | |

kr. 13.012.500,00

2300 Dataindsamling, logistik
Hotelhåndtering mm. person

250.000

kr. 250.000,00

2400 PR/Markedsføring

| | | | | |
|--|------|--------|----|---------|
| Kampagner | 1 | | | 150.000 |
| Hjemmeside | 1 | 50.000 | | 50.000 |
| City dressing | | | | 150.000 |
| Logo og design | 1 | 10000 | | 30.000 |
| Research tur | 7 | 19000 | 7 | 133.000 |
| Markedsføring (materialer mm.) | 1 | | | 350.000 |
| International markedsføring | 1 | | | 150.000 |
| Pressehåndtering og forplejning | 300 | 150 | 11 | 495.000 |
| Presse lokaleleje og etblering af P-center | | 10.000 | 18 | 180.000 |
| Velkomstpakke | 1200 | 150 | | 180.000 |

kr. 1.868.000,00

2500 Program
Tryk

kr. 40.000,00

2600 Merchandise
Indkøb

100.000

kr. 100.000,00

2700 Præmier og medaljer

| | | | | |
|---------------------------------|----|------|---------|---------------------------------|
| Gaver | | | 150.000 | |
| Præmiepenge | | | 0 | |
| Diplomer | 1 | 5000 | 5.000 | |
| Medaljer, design, produktion | 50 | 300 | 15.000 | kr. 170.000,00 |
| 2800 Forsikringer | | | | |
| Div forsikringer | | | 10.000 | kr. 10.000,00 |
| 2900 Redskaber | | | | |
| Etablering | 1 | 0 | 500.000 | |
| Redskabsleje GymNova | | | 750.000 | kr. 1.250.000,00 |
| 3000 Uforudsete udgifter | | | | |
| kursregulering mm. | | | | kr. 2.300.000,00 |
| <u>Udgifter i alt</u> | | | | <u>kr. 40.647.600,00</u> |
| <u>RESULTAT</u> | | | | <u>kr. 38.400,00</u> |