

ANSØGNINGSKEMA

TILSKUD TIL INTERNATIONALE KULTUR/ IDRÆTSEVENTS

Vejledning (Revideret SEPTEMBER 2019)

Alle felter i ansøgningsskemaet nedenfor bedes udfyldt inden indsendelse. Hvis du har behov for at give yderligere oplysninger (fx kort motiveret ansøgning), er du velkommen til at vedlægge disse som bilag.

Spørgsmål til udfyldelsen og den videre behandling af ansøgningen kan rettes til Kultur- og Fritidsforvaltningen.	
Officiel eventtitel På dansk og engelsk samt med angivelse af køn	Copenhagen Gaming Week - Gaming & Beyond (arbejdstitel)
Tidspunkt for afvikling Dato og årstal. Hvis ukendt dato, angiv forventet måned	2023 oktober/november
Arrangør(-er) Hvilke(t) specialforbund, klub(ber), virksomhed(er) mv.	<p>Projektet er ejet og garanteret af Bellagroup, og udviklingsarbejdet er medfinansieret af WoCo. Der arbejdes på at få øvrig støtte til projektet fra andre kommercielle partnere.</p> <p>Til hvert eventspor dannes partnerskaber med nationale og internationale organisationer og virksomheder. Der har været positiv dialog med Dansk Erhverv, Dansk Industri, Astralis, Copenhagen Capacity, Cph Games, Blast, Dreamhack, PAX, TwitchCon, EsportBar, ITU, DR, Aalborg Universitet m.fl.</p>
Sted for afvikling Københavnske bydel(e), facilitet(er) og eventuelle andre kommuner.	<p>Arrangementet afholdes som en samlet festival på flere lokationer i Ørestaden med Bella Center som kerne og centrum.</p> <p>I tillæg hertil inddrages andre steder af København gennem partneraktiviteter og byaktivering - se nedenfor.</p>
Eventstatus Angiv status for ansøgningen, dvs. status for dialog med eksempelvis Sport Event Denmark og/eller Wonderful Copenhagen	<p>Wonderful Copenhagen er tæt involveret i udviklingen af eventen og er repræsenteret i projektets styreguppe, som derudover består af repræsentanter fra Bellagroup.</p> <p>Styregruppen består af:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lars Vallentin, Senior Manager - Events (Wonderful Copenhagen) • Christian Folden, CEO (Bellagroup) • Kevin Thyge Helsinghof, Kommerciel direktør (Bellagroup) • Christina Nygaard, Konference og Eventsalgs direktør (Bellagroup) • Ulrich Ammundsen, Projektleder CGW
Tildelingsprocedure Beskriv kort af hvem, hvor og hvornår kandidaturet besluttet, fx ved afstemning på det internationale specialforbunds årskongres,	Afholdelsen af Copenhagen Gaming Week er besluttet på øverste niveau i partnerkredsen og gennemføres, hvis den nødvendige offentlige medfinansiering kan rejses.

på et bestyrelsesmøde eller i et udvalg.	
Finansiering fra Københavns Kommune Angiv finansieringsbehov fra Københavns Kommune i DKK.	Finansieringsbehovet er i år et 3 mio. kr. i direkte tilskud.
Københavns Kommunes tilskud Uddyb forventningerne til Københavns Kommunes tilskud - afviklingstilskud, underskudsgaranti eller indirekte tilskud som fx at stille faciliteter til rådighed.	Vi søger 3 mio. i afviklingstilskud hos Københavns Kommune til at kunne afvikle Copenhagen Gaming Week i 2023. Eventet forventes profitabelt fra år 4. Derudover ønsker vi i samarbejde med Københavns Kommune at bringe eksisterende kommunale initiativer, netværk og faciliteter inden for gaming området i spil. Ved at stille Copenhagen Gaming Week til rådighed herfor, får Københavns Kommune en attraktiv platform, der taler og skaber eventen i øjenhøjde med borgere inden for den unge målgruppe. Ønsket er gennem en fælles koordineret indsats at gøre skoler, fritidsklubber og foreninger opmærksomhed på mulighederne for involvering i og medskabelse af aktiviteter under Copenhagen Gaming Week.
Værtsbyforpligtelser Angiv eventuelle øvrige værtsbyforpligtelser fx protokolevent i form af formel reception på Københavns Rådhus, borgmesterdeltagelse ved åbningsceremoni, præmieoverrækkelse eller lign.	Vi vil arbejde for borgmester-deltagelse ved eventet samt evt. øvrigt repræsentation fra Københavns Kommune.
Risikovurdering Beskriv de kendte risici ved projektet - eks. økonomi, tilladelser fra relevante myndigheder mv. - samt plan for håndtering af identificerede risici. Beskriv yderligere eventarrangørens faglige, tekniske og administrative kompetencer til at afvikle eventen samt hvorledes eventuelle risici i forhold til dette håndteres.	Projektet afholdes i Bella Center, som forestår alle nødvendige sikkerhedsvurderinger forud for eventet. Bella Center er vant til at afvikle store arrangementer og vil med afsæt heri udarbejde en sikkerhedsplan for projektet. Den økonomiske risiko er båret af Bellagroup.

2. VISION OG MÅL	
Overordnet vision Beskriv kort den overordnede vision for eventen. Hvad er eventens kerneværdier/fortælling?	Baggrund for Copenhagen Gaming Week Interessen for gaming er i eksplosiv vækst, og er blevet yderligere forstærket under Corona epidemien, hvor antallet af voksne danskere, som gamer steg med 90.000. Især blandt yngre kvinder, hvor antallet af gamere blev femdoblet til 37.000 i 2. kvartal 2020. Antallet af udøvere i foreningsregi er steget fra 2300 i 2017 til 8900 i 2020 og fortsætter med at stige kraftigt (Kilde: Danmarks statistik). Det har blandt andet medført, at der nu er mere end 200 registrerede esportsforeninger i Danmark. Dermed bliver gaming uundgåeligt et af fremtidens vigtigste

fællesskaber, der vil blive nydt og dyrket hjemme, i klubben, i foreningen, i skolen og på farten.

Selv om gaming er gået fra et nichefænomen til et mere mainstreampublikum er det stadig relativt ukendt land for mange - ikke mindst forældregenerationen over 40 år. Forestillingen om gaming som en nørdet drengeverden dyrket på dårlig mad og for lidt søvn i teenageværelser for lukkede døre lever stadig...

Men gaming er meget mere.

- Gaming er fællesskab og opbygning af sociale relationer og færdigheder, som rækker langt ud over den fysiske vennekreds
- Gaming er underholdning på niveau med alle andre former for sport
- Gaming er en sport, som kræver motion og sund kost som alle andre sportsgrene for at blive god
- Gaming er elitesport, som dyrkes på samme ambitiøse niveau som alle andre kendte sportsgrene

Samtidig er gaming en stor og hastigt voksende industri, hvor Danmark er i stand til at konkurrere i klasser som ligger langt over vores beskedne størrelse. F.eks. har mange af verdens allerbedste esporthold danske gamere på holdet (Astralis, Heroic, North, Team Liquid), verdens absolut vigtigste udviklingsplatform til spil er dansk (Unity), og nogle af verdens dygtigste spiludviklere ligger i Greater Copenhagen (IO Interactive, Sybo, Tactile, Playdead)

Copenhagen Gaming Week sætter fokus på alt dette gennem en flere-dages festival. **Under overskriften Gaming & Beyond er festivalen både en hyldest til esporten på sine egne præmisser, men i lige så høj grad et fokus på den værdi der skabes af og rundt om gaming i en langt bredere forstand.** Ved at udforske værdien (og konsekvenserne) ved gaming i et væsentligt bredere perspektiv, håber vi at kunne bidrage med ny viden, inspiration og aspekter af gaming som deltagerne i eventet ikke nødvendigvis var klar over. Deltagerne skal derfor gerne gå fra festivalen både motiveret, underholdt og klogere på gaming og værdien af gaming.

Ambitionen med Copenhagen Gaming Week er at opbygge en af de absolut vigtigste gaming festivaler globalt set og placere det blandt verdens 10 største af sin slags. København får dermed en megaevent til byen hvert år fremover, som samler tusindvis af interesserede deltagere fra både Danmark og internationalt. Danmarks stærke position inden for gaming betyder, at vi endnu kan nå at skabe et event i absolut verdensklasse. Gennem både stærke hold, en stærk esport- og gamingkultur og en globalt førende industri er København således i en unik position til at kunne skabe en gaming festival med stor international flyvehøjde.

Copenhagen Gaming Week er både en samlet ramme som andre kan byde ind i og en række helt konkrete aktiviteter gennem flere dage. Aktiviteterne arrangeres omkring seks gennemgående temaer som er med til at binde dagene sammen:

- Gaming som uddannelse og karriere
- Gaming og bæredygtighed (ESG)
- Eksponering af gaming-erhvervsklyngen
- Sundhed og motion i gaming
- Gaming som fællesskab, integration og inklusion
- Gaming som branding (Hvordan kan gaming skabe værdi for brands?)

For at skabe sammenhæng mellem de forskellige temaer, er Copenhagen Gaming Week tænkt som paraplyorganisation for de mange events under hvert spor. Copenhagen Gaming week vil således være arrangør på nogle primære "fyrtårns" events, mens partnere arrangerer egne events under paraplyens værditilbud. Uden nødvendigvis dybere relation kan modellen som udgangspunkt sammenlignes med f.eks. Copenhagen Fashion Week og South by Southwest.

De fem fyrtårnsaktiviteter, som samles i en fælleskabende festival set up er:

- "Gaming kultur" med alt hvad det indeholder i krydsfeltet mellem SoMe, musik, mode, mad, gadekultur etc.
- "International esports-turnering" i Bella-Center (BC) og eventuelt udenfor (entusiaster).
- "Viden- og konferencespor" rettet mod branchen (kommercielt og akademisk), som præsenterer nye trends (også mhp. at tiltrække talenter) talenter)
- "Oplevelsesunivers": Nordeuropas største gaming- og esports- udstilling i BC med fokus på både B2B og B2C (Den brede befolkning, tech-interesserede, videns- og erhvervsliv)
- Byaktivering med en række gaming-relaterede tiltag (Catchment af ikke-ramte målgrupper)

I konceptet er der fokus på at gøre eventet unikt for København, idet der gennem arbejdet med "Gaming & Beyond" tages udgangspunkt i at arbejde med snitfladerne på de områder som København og Danmark allerede excellerer indenfor. Det gælder food, arkitektur, foreningsliv, bæredygtighed og kreativitet.

Samlet forventes der, når eventet i år 4 er bæredygtigt, i omegnen af 35.000 gæster til Copenhagen Gaming week i en periode, der i forvejen langt fra er begivenhedsmættet.

	For år 1 estimeres 15.000 deltagere.
MÅL Beskriv kort eventens mål	Målet er at opbygge en festival i absolut international topklasse, som <ul style="list-style-type: none"> - Kan vise unge gamere nye sider af gaming og esports, herunder de sociale sider i fx foreningerne og vigtigheden af sund kost og motion for deres performance - Kan vise ikke-gamere - herunder forældre - værdien af gaming; hvad gaming og esports er og kan og dermed danne bro og forståelse mellem generationerne - Kan etablere København som et naturligt og stærkt internationalt centrum for gaming i en tid hvor andre byer investerer massivt for at opnå den position. - Kan eksponere den stærke danske erhvervs-klynge internationalt i den hårde konkurrence om kapital, kunder og talenter. - Kan afholdes år efter år i København uden offentlig finansiering fra det 4. år
Succeskriterier Forventede resultater/succeskriterier på målene for eventen. Succeskriterierne skal være konkrete og målbare.	<p>År 1 (2023):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 15.000 deltagere (herunder 10% internationale) deltager i mindst en af festivalens aktiviteter. - 4 andre organisationer bruger Copenhagen Gaming Week som platform for egne gaming/erhvervs-arrangementer og styrker således festivalen organisk. - Festivalen eller dens aktiviteter nævnes i 25 artikler i internationale fagmedier. <p>År 4 (2026):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 35.000 deltagere (herunder 20% internationale) deltager i mindst en af festivalens aktiviteter. - 15 andre organisationer bruger Copenhagen Gaming Week som platform for egne gaming/erhvervs-arrangementer og styrker således festivalen organisk. - Festivalen eller dens aktiviteter nævnes i 50 artikler i internationale fagmedier. Herunder i top-5 over vigtigste internationale gaming festivaler - Festivalen har opnået en volumen og størrelse, så økonomien fremadrettet tillader afholdelse uden offentlig støtte
Målgrupper Beskrivelse af primære og sekundære målgrupper for eventen	Copenhagen Gaming Week er helt bevidst en bred festival, som er relevant for alle med en interesse for gaming, teknologi eller kreativ udvikling - fra den nysgerrige mor til elitegameren. De specifikke målgrupper er <ul style="list-style-type: none"> - Gamers (børn & unge, voksne): Denne gruppe vil blive underholdt og eksponeret for de mange aspekter af gaming som de ikke selv kendte, herunder også de mange sociale muligheder i fx foreningerne og på vigtigheden af sund kost og motion for deres

	<p>performance. Den hyppigst repræsenterede aldersgruppe er de 15-34-årige, hvilket betyder, at relativt mange er studerende. Undersøgelser viser desuden, at deltagerne hovedsageligt er interesserede i STEM- og businesserhvervene, hvorfor begivenheden egner sig godt til rekruttering inden for netop disse områder.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ikke gamers, børn & unge, voksne: Vil blive introduceret til universet både på expo-delen og ved f.eks. som tilskuer til en af turneringerne. De får også mulighed for at prøve forskellige spil og kan via festivalen få en sund og tryk indgang til gaming og esport. Målet er at udforske og understrege værdien af gaming til en meget bred målgruppe fra de 7-70-årige. - Erhverv/Business: Den stærke danske gamingindustri er både målgruppe og afsender på festivallen, som internt skal skabe nye samarbejder mellem virksomhederne og eksternt styrke den danske gaming klynge i den internationale kamp om midler, talenter og kunder. Samtidig vil konference-delen potentielt kunne tiltrække et bredt udsnit af industrier der kan se værdien af gaming og gamere, eller som har interesse i at arbejde konstruktivt med konsekvenserne af gaming.
--	--

3. ORGANISATORISK BÆREEVNE	
<p>Organisatorisk setup Beskriv eventorganisationen, herunder roller og ansvarsfordeling. Vedlæg evt. organisationsdiagram.</p>	<p>Organisationsdiagram er vedhæftet som bilag.</p>
<p>Arrangørerfaring Beskriv arrangørernes erfaringer med afvikling af lignende events.</p>	<p>Bellagroup har mangeårig erfaring fra afholdelse af BogForum og CIFF med op mod 40.000 deltagere. Wonderful Copenhagen har gennem de sidste 20 år været en fast aktør i all byens mega-events.</p>
<p>Øvrige partnerskaber Beskriv øvrige større kommercielle og/eller offentlige partnerskaber.</p>	<p>For nuværende er der bl.a. dialog med Dansk Erhverv, Dansk Industri, Astralis, Copenhagen Capacity, Cph Games, Blast, Dreamhack, PAX, TwitchCon, EsportBar, ITU, DR, Aalborg Universitet m.fl.</p> <p>Derudover vil foreningslivet og forbundene spille en central rolle i eventet. Som Danmarks største organisation inden for forenings-esport vil vi indlede strategisk dialog med DGI Esport. Ambitionen er, at gøre CGW-paraplyen tilgængelig og attraktiv for de mere end 200 e-sportforeninger med mulighed for at hverve nye medlemmer eller give eksisterende medlemmer en uforglemmelig oplevelse. Kun gennem tæt samarbejde med miljøet kan CGW blive en egentlig megaevent med forankring i byens relevante miljøer.</p>

	Konkret gør CGW det attraktivt for foreningerne at lave aktiviteter under CGW paraplyen ved at tilbyde eksponering, adgang til nye potentielle medlemmer, adgang til e-sportstjerner og dermed blive en aktiv del af Københavns gaming fortælling.
--	--

4. AKTIVERING	
Tilskuere Angiv forventet antal tilskuere til eventen.	For år 1 estimeres.15.000 deltagere. I år 4 arbejdes mod et forventet antal på 35.000.
Relevans for idrætslivet i København Hvor mange medlemmer har idrætsgrenen aktuelt i københavnske foreninger?	<p>Eventen er tænkt langt bredere end foreningslivet i København. Udøvere i foreningsregi er på landsplan steget fra 2300 i 2017 til 8900 i 2020*, men vi har ikke tallene for København alene.</p> <p>Foreningslivet tænkes tæt ind i både udvikling og afvikling af aktiviteter, jf. ovenfor.</p>
Relevans for København Beskrivelse af eventens relevans for København - I hvilket omfang og hvordan skaber eventen værdi for København fx nye samarbejder, forenings- og /eller publikumsudvikling, nye målgrupper eller lign.?	<p>København har en unik position inden for gaming internationalt. Kombinationen af gode sportslige præsentationer både i bredden og eliten og et erhvervsliv i absolut topklasse gør København til et naturligt internationalt centrum i den hastigt voksende gaming og esport verden.</p> <p>Andre lande har dog fået øjnene på for gaming som erhvervs- og underholdningsplatform. Eksempelvis er esportsvirksomheden ESL Gaming solgt til et Saudiarabisk selskab for svimlende 1 milliard dollars. Men den ambitiøse satsning er Copenhagen Gaming Week med til at fastholde København i den eftertragtede position.</p> <p>Som nævnt i målsætningerne bidrager eventen både til</p> <ul style="list-style-type: none"> - at gamere og deres forældre bliver klogere på sporten og de sociale, sundheds- og motionsmæssige muligheder i sporten for deres velvære og præstationer - at spilindustrien bliver mere sammentømret og samlet står stærkere i den internationale konkurrence om investeringer, talenter og kunder <p>Begge dele skaber direkte og langsigtet værdi for København.</p> <p>Derudover viser analyser udarbejdet i samarbejde med Dansk Boldspil Union, at esport og gaming fungerer godt som rekrutteringsplatform for sports- og idrætsforeninger. I DBUs tilfælde gennem spiltitlen FIFA. Denne mulighed eksisterer for en lang række sportsgrene, herunder cykling, ishockey, basketball mv. CGW vil have et særskilt fokus på overgangen fra e-sport til e-idræt, hvor faktisk træning (roning, cykling etc.) bliver en integreret del af aktiviteten.</p> <p>Der er ligeledes væsentlige integrationsgevinster at hente, hvor en ellers ikke-foreningsaktiv person, grundet en udtalt interesse i esport- og gaming, eksponeres direkte til muligheden for, og</p>

	<p>glæden ved, at engagere sig i foreningsaktivitet. Dette område ønsker Copenhagen Gaming Week at understøtte via partnerskaber med forbund og foreninger, som under CGW-paraplyen kan skabe et relevant event spor.</p>
<p>Faciliteter Kan facilitetsbehovet opfyldes uden investeringer fra Københavns Kommune? Hvis ikke, hvad er behovet? Angiv hvis eventen medvirker til etablering/opgradering af faciliteter i København og regionen.</p>	<p>Festivalen afvikles i Ørestaden med Bella Center som kerne og centrum. Ingen investeringer i faciliteter er nødvendige.</p> <p>Gennem partnerskaber er det imidlertid planen at aktivere resten af byen i Copenhagen Gaming Week. Eksempler på denne byaktivering kunne inkludere</p> <ul style="list-style-type: none"> - DR gaming koncerter - Astralis i Tivoli - Aktiviteter i grøndalscenteret - Aktiviteter i ungdomsskoler etc <p>Bellagroup har allerede en god dialog med DR og Astralis om de første to punkter, mens resten af listen udvikles frem mod afholdelsen afhængig af finansiering og interesse fra partnerne.</p>
<p>Aktivering Side event: Beskriv hvordan eventen gøres relevant for "den almindelige københavnere" og byens besøgende fx via særlige tiltag og/eller sideevents op til og under eventen.</p> <p>Forankring: Beskriv hvilke tiltag der igangsættes, for at eventen efterlader et aftryk fx udvikling af idrætten i København, udvikling af foreningerne, nye samarbejder, publikumsudvikling, flere aktive borgere m.v..</p>	<p>Festivalen er blandt andet målrettet "den almindelige københavnere", hvad enten vedkommende er gamer eller ej. Festivalen både underholder og gør de besøgende klogere på gaming og esports, så de mange fordomme og holdninger kan blive nuanceret. Målet er at vise værdien af gaming i et bredere perspektiv.</p> <p>Festivalen skal hjælpe nye gamere trygt ind i gamingverdenen og få etablerede spillere til at melde sig ind i de sociale fællesskaber omkring esportsforeninger. Den skal samtidig plante frøene til en sundere og mere aktiv gamerkultur, i de kredse, hvor det er en reel problemstilling. Samtidig tager eventen aktivt fat i de problemer omkring dårlig kost og manglende motion og søvn, som helt reelt påvirker gaming-miljøet.</p> <p>Udover gamerne selv vil festivalen aktivere rigtig bredt blandt de nysgerrige, som ikke nødvendigvis selv spiller (endnu). Ambitionen er at nå alle fra 7 til 70-årig gennem aktiviteter målrettet forskellige aldersgrupper og interesser.</p> <p>For både at aktivere gamerne og den brede gruppe "beyond" gaming vil festivalen præsentere gaming i en bredere forstand end udelukkende esports. Og med konceptets fokus på de øvrige stærke danske værdier indenfor co-creation, food, arkitektur, bæredygtighed og generel videns-udvikling, samt et ønske om at skabe en total-oplevelse på tværs af de indholdsmæssige søjler, vil vi aktivere en langt større gruppe end blot de allerede gaming-interesserede.</p> <p>Det kan vi kun sikre ved at skabe en total-oplevelse i international skala og ikke en klassisk "salgs-expo" med side-elementer. CGW er derfor ikke en udstilling, men en interaktiv oplevelse, der gennem teknik og spil lærer folk</p>

	<p>noget nyt og inspirerer, udfordrer, overrasker og underholder dem. Eksempelvis den yngre deltager, der skal more sig i nordens største Nerf-gun spil eller forældre der skal slå deres børn i E-sport med hjælp fra professionelle og dermed få en fælles oplevelse med hjem. Det kan også være de unge, der skal imponeres af uddannelsesinstitutionernes fortolkning af hvad deres gaming-evner kan og bruges til indenfor de kreative eller science-fag. Eller sociale organisationer der helt konkret viser, hvordan gaming kan bruges til at skabe communities i målgrupper der er svære at nå.</p>
--	---

5. BÆREDYGTIGHEDSFOKUS	
<p>Vision for en miljømæssig bæredygtig event Beskriv eventens målsætninger på miljøområdet</p>	<p>Bellagroup har et stærkt forretningsstrategisk fokus på bæredygtighed og social ansvarlighed. Målene er blandt andet "zero waste" og vi vil inden for det næste år blandt andet anlægge Københavns største solcellepark på taget af Bella Center, udskifte 5.500 pærer til LED belysning og regner med i 2022 at nå Zero Waste målene på madspilds-området. Samtidig udfaser vi single plastic i form af blandt andet vandflasker og vil på vores events tilbyde Københavns rene postevand. Vi arbejder metodisk på at kunne måle carbon emission forbruget af vores events, hvilket er nyt for branchen og et vigtigt skridt i retning mod at nedbringe udledningen af CO2 og nå i mål med vores "Net Zero Events Carbon Pledge".</p> <p>Også specifikt indholdsmæssigt vil CGW have fokus på både grøn og social bæredygtighed, hvor vi blandt andet arbejder med følgende tiltag:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Waste: CGW ønkser at have et spor omkring elektronikaffald som både problem og ressource - herunder muligheden for at udvinde sjældne metaller fra elektronikskrot (Danmark har nogle interessante virksomheder, som gør netop det) - Bæredygtighed i gaming: CGW vil have info og talks om hvordan gaming og streaming faktisk er et miljømæssigt issue og fokus på hvordan der kan arbejdes for at gøre streaming og gaming mere bæredygtigt - Inklusion: Inklusion bliver et af de bærende fokus-områder, herunder hvordan gaming både kan være en platform til online mobning og omvendt kan bidrage til udligne køn, alder, religiøs overbevisning, fysiske og psykiske handicap, seksualitet mv.
<p>FNs verdensmål for bæredygtighed Angiv hvilke af FNs bæredygtigheds mål der arbejdes med i eventen som fx miljømæssig bæredygtighed eller ligestilling.</p>	<p>3. Sundhed og trivsel: Festivalen vil arbejde med en sundere og mere aktiv gamingkultur</p> <p>5. Ligestilling mellem kønnene: Festivalen vil aktivt arbejde med ligestilling mellem kønnene. Relativt flere drenge er i dag gamere og piger kan stadig opleve nedsættende og helt misforståede kommentarer. Det bliver der arbejdet aktivt med i</p>

	<p>foreningerne og bliver en vigtig del af budskabet i festivalen.</p> <p>I en bredere inklusionsforståelse viser studier at en væsentlig fordel for esport og gaming er, at det er en helt agnostisk deltageraktivitet. Hudfarve, køn, fysisk- og psykisk handicap eller andet har ingen negativ eller positiv effekt - alle kan deltage på lige niveau og er under spillet alene kendetegnet ved sin avatar; ens digitale person.</p> <p>For afholdelse af events generelt i Bella Center arbejdes specifikt med fokus på ESG mål 8, 12 og 13.</p>
--	--

6. MEDIEINTERESSE	
<p>Lokal, national og international presse Beskriv strategi, herunder hvilke platforme I vil benytte.</p>	<p>Esport er den hastigst voksende seersport i verden. Den primære kilde er streaming, hvor sporten er globalt repræsenteret. På flow tv har man også set i stor udvikling, og senest har såvel DR som TV2 udvidet dækning til dagligt at inkludere esport på sendefloden. Denne udvikling er repræsentativ for mange kanaler globalt.</p> <p>Social media-delen bæres af de professionelle esportsudøvere, der hver især fungerer som enkeltstående brands. Deres primære platforme er de sociale medier, hvor store fanskarer følger dem, hvilket betyder, at effekten af deres tilstedeværelse i København kan sammenlignes med tilstedeværelsen af samme antal traditionelle influencers, blot med udvidet fokus på København som tech- og gamerby.</p> <p>Turneringer som den eliteesports-turnering, der skal afvikles under Copenhagen Gaming Week (Blast eller Riot), streames typisk til et tocifret antal millioner mennesker på verdensplan på kanaler som Twitch eller YouTube, ligesom landsdækkende udenlandske og danske tv-stationer er begyndt at transmittere dem. Det betyder, at særligt eliteesports-turneringen vil give verdensomspændende eksponering af, herunder København.</p> <p>Mediedækningen af lignende (og langt mindre) events er omfattende, og det forventes på baggrund af erfaringer fra sammenlignelige events, at såvel danske som udenlandske journalister og broadcastere vil være til stede i forbindelse med Copenhagen Gaming Week.</p> <p>En stor del af medieopmærksomheden vil rette sig mod esportsturneringer, men med det brede fokus samt partnernes indflydelse på konference, festival, oplevelsesunivers og bredde åbner CGW muligheden for også at rette mediefokus mod eksempelvis de gode job- og uddannelsesmuligheder i København.</p>
<p>National opmærksomhed</p>	<p>DR har udtrykt ønske om at indgå i eventen som mediepartner. Derudover forventes Copenhagen</p>

Beskriv den forventede lokale og nationale mediedækning, herunder konkrete forventninger til dansk tv-dækning og aftale om host broadcaster.	Gaming week at kunne tiltrække interesse hos stort set alle dags- og fagspecifikke medier i Danmark
International tv-dækning Beskriv den forventede internationale mediedækning, herunder konkrete forventninger til tv-dækning.	Se ovenfor (pkt 6.1)

7. BRANDING OG MARKEDSFØRING	
National og international markedsføring Beskriv kort planlagte markedsføringsaktiviteter for eventen. Hvilke værdier og styrkepositioner vil eventen bygge på i forhold til international markedsføring.	Gaming er en stor og hurtigt voksende industri, hvor Danmark er i stand til at konkurrere i klasser som ligger langt over vores beskedne størrelse. Eksempelvis er mange af verdens allerbedste esportshold danske, verdens absolut vigtigste udviklingsplatform til spil er dansk, og nogle af verdens dygtigste spiludviklere ligger i Greater Copenhagen. Det giver nogle fremragende platforme og styrkepositioner at bygge den internationale markedsføring på. I konkurrencen om de internationale besøgende vil Copenhagen Gaming Week slå på "Beyond" delen af festivalen, som højst er et appendiks til de andre internationale konkurrenter. Det er vurderingen, at det vil udgøre en stærk differentiator til at kunne tiltrække de internationale besøgende - også i de første år af festivalen.
Regionale styrkepositioner Angiv hvordan eventen markedsfører København som by og turismdestination og formidler regionens kulturelle og erhvervsmæssige styrkepositioner.	Danmarks styrke inden for e-sport har centrum og udgangspunkt i København. Den danske styrkeposition er således reelt en regional styrkeposition.
Hvem samarbejder I med om markedsføring? Angiv eventens markedsføringspartnere, eller hvem I går i dialog med.	DR har udtrykt ønske om at indgå i eventen som mediepartner. Derudover ønsker vi at indgå med et bredt udvalg af mediepartnere i DK og en udvalgt gruppe internationalt.

8. EVENTENS NIVEAU/PRESTIGE	
Beskrivelse af eventen Beskriv kort eventen, herunder hvor ofte afholdes eventen, prestige i forhold til andre events indenfor sportsgrenen, pointgivende til titler/andre begivenheder, deltagere/nationer (herunder antal) samt de 3 seneste værtsbyer/-lande.	Copenhagen Gaming Week afholdes første gang i 2023 og forventes afholdt hvert år herefter.

<p>Sportens udbredelse Beskriv sportens udbredelse i verden, Europa og Danmark, fx antal udøvere og udvikling over tid. Hvilke lande er toneangivende indenfor sporten? Er sporten en olympisk disciplin?</p>	<p>Interessen for gaming er i eksplosiv vækst, og antallet af Esports-udøvere i foreningsregi i Danmark er steget fra 2300 i 2017 til 8900 i 2020 og fortsætter med at stige kraftigt (Kilde: Danmarks statistik). Samme interesse ses i udlandet.</p> <p>Målet er at gennemføre flere esportsturneringer i løbet af Copenhagen Gaming Week. Vi vil starte op med forskellige showkampe og vil gå i dialog med flere partnere om at lægge København ind som destination i deres turneringskalender. Over år er det målet at få større og større turneringer til byen - fx også i Royal Arena, men det vil nogle tage år at opbygge en position, der kan tiltrække disse majors.</p> <p>Koncepterne og titlerne varierer lidt mellem arrangører og spiltitler, men indholdet af de store esportsturneringer er ofte låst i ret klare attraktive koncepter. Af samme grund er turneringsdelen ikke beskrevet så detaljeret i ansøgningen. Bellagroup og resten af partnergruppen skal derfor ikke selv udvikle koncepterne, men kan nyde godt af deres sjove turneringer og deres evne til at tiltrække et relevant publikum til CGW.</p>
<p>Rettighedshaver Hvilket internationalt forbund har rettighederne til eventen? Angiv navn, geografisk placering og antal medlemsnationer. Oplys desuden, hvis der er (eller konkret arbejdes for) dansk indflydelse/repræsentation.</p>	<p>Eventen opbygges fra bunden og har derfor ingen eksisterende rettighedshavere</p>

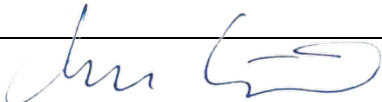
9. DET DANSKE SPORTSLIGE NIVEAU	
<p>Danske sportslige niveau Hvordan rangerer Danmark og danske udøvere indenfor sporten?</p>	<p>Danmark har nogle af verdens allerbedste e-sportshold.</p>
<p>Danske sportslige forventninger Beskriv forventningerne til den danske sportslige indsats ved eventen.</p>	<p>Det forventes at Danmark vil klare sig rigtig godt i de professionelle turneringer, som det har været tilfældet i stort set alle professionelle turneringer de seneste år.</p>

10. SUPPLERENDE OPLYSNINGER	
<p>Øvrig støtte Er der søgt om eller givet tilsagn om støtte (finansiering eller samarbejde) fra andre organisationer, herunder turistorganisationer, kommuner øvrige fonde mv.? I så fald hos hvem, og hvor meget er der ansøgt om eller tildelt?</p>	<p>Festivalen har rejst 1 million kr. fra Region Hovedstaden (se budget). Derudover forventes det at indgå partnerskaber med en række organisationer, som (med)finansierer deres egne aktiviteter under Copenhagen Gaming Week-paraplyen.</p> <p>Bellagroup ønsker i samarbejde med Københavns Kommune at stille Copenhagen Gaming Week til rådighed for byens aktører inden for området. Københavns Kommunes tilskud og aktive deltagelse i eventet muliggør, at CGW kan blive bredere end en</p>

	<p>”salgs-expo” med sideaktiviteter og i stedet vise gamings fulde samfundsmæssige muligheder som en central del af CGWs tidlige DNA. Konkret går støtten til følgende tre centrale aktivitetsspor:</p> <p>1) Et gennemgående spor om gaming som kilde til inklusion, fællesskab og karriere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gaming som kompetence-udvikling, uddannelse og spændende karrierevej • Gaming som integration på tværs af køn, alder, religion, etnicitet og social status • Gamings muligheder for rekruttering til sportsklubber • Gaming og vigtigheden af sundhed, kost og motion for spillernes performance. <p>Konkret går midlerne til at udvikle aktiviteter og oplevelser som deltagerne fysisk kan indgå i for at mærke mulighederne i gaming helt på egen krop. De faktiske koncepter er under udvikling, men vil typisk ikke have en direkte kommerciel vinkel og er derfor svære at finansiere gennem traditionelle sponsorer og standsalg.</p> <p>2) Et gennemgående spor omkring gaming og bæredygtighed:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Synliggørelse af bæredygtighedsindsatserne i ansøgningen, herunder fokus på waste og energiproblematikker <p>Konkret går midlerne til at skabe fysiske oplevelser, som synliggør sammenhængen mellem bæredygtighed og gaming. Ligesom med spor ét er der ikke nødvendigvis en fuld kommerciel vinkel, som kan finansiere sådanne aktiviteter. De er derfor afhængige af anden finansiering fra fx KK.</p> <p>3) Udvikling og opbygning af et flerårigt megaevent.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Endelig understøtter KKs bidrag at eventet bliver ambitiøst fra år et. Skal CGW være et megaevent skal det erfaringsmæssigt være tænkt stort fra start - ellers tager det for lang tid til at få det op på niveau med de største globale alternativer. • Konkret kræver dette ekstra udviklingsfolk og opbygning af et ambitiøst globalt event, som i år ét kan virke overdimensioneret. Det skal dog anses som en investering i fremtidens CGW som bæredygtig megaevent fra år 4.
<p>Private selskaber Hvis arrangøren er et privat selskab, beskriv ejerforholdet (vedlæg evt. vedtægter). Beskriv desuden evt. kontakt til og sanktionering fra det relevante specialforbund.</p>	<p>En beskrivelse af Bellagroup samt den seneste årsrapport kan læses her: https://bellagroup.dk/om-bellagroup/om-os</p>
<p>Momsregistreret Angiv om eventarrangøren er momsregistreret samt om SKAT ansøges om momsfristagelse</p>	<p>Eventarrangøren er momsregistreret og underlagt betaling af moms på almindelige vilkår.</p>

11. KONTAKTPERSON	
Kontaktperson Navn og stilling Forbund/Klub/Virksomhed Postadresse, tlf., e-mail Evt. web-adresse for arrangementet.	Ulrich Ammundsen Head of Project CGW Bellagroup Center Boulevard 5 DK-2300 Copenhagen S D +45 2324 9920 E ulam@bellagroup.dk

12. BUDGET
Dateret eventbudget og finansieringsplan skal <u>altid</u> vedlægges ansøgningen. Benyt budgetskabelonen. De store budgetposter som venue, indkvartering, forplejning, transport, frivillige, markedsføring mv. skal baseres på konkrete tilbud. Derudover skal budgettet indeholde så præcise oplysninger som muligt om forventet deltagerantal, deltagerbetaling mv.

13. UNDERSKRIFT OG DATO
Undertegnede erklærer på tro og love, at de ovenfor afgivne oplysninger og bilag er korrekte:
d. 15.9.2022  Christian Folden Lund
Dato Underskrift (gengivet i blok- eller maskinskrift)
Ansøgningen sendes til: Københavns Kommune, Kultur- og Fritidsforvaltningen til Frida Launey: b74h@kk.dk . Mobil: 2483 4465.
Ansøgningen vedlægges følgende bilag: <ul style="list-style-type: none"> - Budget og finansieringsplan - Beregning af eventens forventede turismemæssige omsætning. Beregningen udarbejdes i samarbejde med Wonderful Copenhagen. - Risikovurdering - Evt. organisationsdiagram.
Bemærk at ansøgningen og de tilhørende bilag skal indsendes som én samlet pdf. fil.

Events i byrummet

Hvis eventen foregår i byrummet, er du som eventarrangør ansvarlig for at indhente alle tilladelser samt på forhånd undersøge 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

Eventguide

Som en ekstra hjælpende hånd kan vi henvise til Sport Event Danmarks hjemmeside (www.sporteventdenmark.com), hvor du blandt andet finder en eventguide. I Eventguiden er der A-Z kapitel der relaterer sig til eventarbejdet, hvad enten man arrangerer en idrættskongres, et mindre EM i en idrætsgren eller et stort VM med megen medieinteresse og kamp om tilskuerpladserne. Guiden indeholder samtidig en række råd til, hvordan eventarbejdet med lidt omtanke kan tænkes miljøvenligt.

Budget 1. år Copenhagen Gaming Week 2023

Indtægter:	Fra KK	
Salg:		
Omsætning fra billet salg - 3 kategorier*	2.500.000 kr.	
Omsætning fra F&B (mad & drikke)	1.500.000 kr.	
Omsætning fra stande - Expo	750.000 kr.	
Omsætning fra sponsor og partnerskaber	750.000 kr.	
Tilskud		
Fra Region H	1.000.000 kr.	
Fra KK	3.000.000 kr.	
Fra BellaGroup	3.000.000 kr.	
i alt	12.500.000 kr.	
Omkostninger:		
F&B (mad & drikke)	900.000 kr.	
Kulturindhold** og opbygning	3.000.000 kr.	1.000.000 kr.
Gamingindhold (spillere, foredragsholdere)	1.500.000 kr.	500.000 kr.
Salgsfremmende omkostninger (reduceret billtpriser til studerende)	1.250.000 kr.	500.000 kr.
AV & TECH	2.000.000 kr.	
Design og udvikling***	750.000 kr.	250.000 kr.
Personale og adm.	2.500.000 kr.	750.000 kr.
Sikkerhed, vagt og godkendelser	600.000 kr.	
i alt	12.500.000 kr.	3.000.000 kr.
Balance		0 kr.

* Vi arbejder med forskellige billettyper indenfor kategorierne almindelige billetter, fans og erhvervsbilletter, med varieret tilgang til de forskellige søjler indenfor det samlede event, med et forventet split på ca 60/25/15. Pris-niveauerne (tilgængelig for alle) indregnet i budgettet ligger fra 150-200 kr for de billigste billetter til 2000 kr for B2B konference, men er naturligvis subject to change.

**København Kommunes bidrag vil gå til kulturindhold der afspejler Københavns gamingkultur og indhold (dans, gadekultur etc.), der passer hertil.

*** CGWs grafiske identitet skal afspejle København



**Hosting moments
that matter**

Copenhagen Gaming week - organisation

CGW organisation

