



Swoop Challenge ApS
Ryvangs Allé 72
2900 Hellerup
info@swoopchallenge.com
28691104 / 20596970

10.08.2015

Swoop Challenge CPH Invitational 2015

Ultimo 2014 besluttede KFU at yde økonomisk støtte til Swoop Challenge CPH Invitational 2015. Udvalget udbetalte 300.000,- inkl. moms i støtte til det samlede eventbudget på 3.3 mio.

Målsætningen for organisationen bag projektet, var at afvikle verdens første professionelle internationale Swoop Freestyle konkurrence i hjertet af København med live TV-transmission. Eventen skulle være næste skridt for organisationen bag, i skabelsen af et eventframework til en fremtidig international eventserie. Visionen bag Swoop Challenge er at skabe en verdensserie der turner årligt over 8-10 events og sendes live og post på internationale TV-kanaler.

Resultat af Swoop Challenge CPH Invitational 2015

I perioden 8.-12. juni afvikledes eventen i Herning og København med stor succes. Antal besøgende og størrelsen af impact blev langt over det forventede.

Traditionelle medier	Nye medier
<p><u>TV:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Nationalt:<ul style="list-style-type: none">o DR3 viste hele uge 24 eventtrailer flere gange dagligt.o DR3 viste liveudsendelse (varighed 135 minutter) af finalen på Peblinge Sø d. 12. juni og efterfølgende syv døgn på DR TV.o Go' morgen Danmark d. 12. juni havde besøg af den danske atlet Christian Webber.o DR1, TV2, TV2 News, TV2 midt/vest og TV2 Lorry viste alle nyhedsindslag i perioden- Internationalt:<ul style="list-style-type: none">o Discovery Channel optog som resultat af eventen en reportage ved Operahuset d. 2. juli om Swoop Challenge og København, der vises i november i Canada og USA med et forventet reach på 40.000.000. <p><u>Aviser:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Politikken, Metroxpress, Østerbro Avis m.m. havde artikler i aviser i perioden 1. maj-12. juni. <p><u>Radio:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- P3 sendte d. 3. juni live interview med Christian	<p><u>Sociale medier:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Platformene der er brugt er Facebook, Twitter, Instagram og Snapchat.- På egne sociale medier har der været en reach på 1.500.000.- Gennem partneres platforme, såsom Skydive Dubai, Nissan International, Skydive Mag m.m. reach på 4.000.000.- Swoop Finals på Peblinge Sø opnåede adgang til den officielle Copenhagen livekanal på Snapchat og var tilgængeligt i hele verden d. 12. juni for 200.000.000 brugere. <p><u>Internet-aviser, blogs m.m.:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Nationalt har netaviser, eventguides, TV-programoversigter, netmagasiner m.m. posted materiale om Swoop Challenge i perioden marts til juni inklusiv.- Internationalt har netmagasiner, eventguides og faldskærmsrelaterede sider lagt materiale op om/fra Swoop Challenge i perioden maj-juni inklusiv.

<p>Webber og partner fra Swoop Challenge.</p> <p>- P4 sendte d. 12. juni live interview med partner fra Swoop Challenge.</p>	
<p style="text-align: center;">Tilskuere (gennemstrømning)*</p> <p><u>Swoop Night Lights, Nordre Toldbod, 11. juni</u></p> <p>- Mellem kl. 16:00 og 21:00 vurderes det at 10.000 har besøgt eventen i kortere eller længere tid.</p> <p><u>Swoop Finals, Peblinge Sø, 12. juni:</u></p> <p>- Mellem 12:00-19:00 vurderes det at 70.000 har besøgt eventen i kortere eller længere tid.</p> <p><i>*Besøgsopgørelse udført af Nissan Danmark.</i></p>	<p style="text-align: center;">Partnere</p> <p><u>Nationale:</u></p> <p>- Arrangementspuljen, AV Center, By & Havn, City Lift, Charlie 9 Helicopters, Copenhagen Air Experience, Copenhagen Street Food, CPHLIVE, Creative Sight, DFU, DHPU, DR, Dropzone Denmark, Idea Graphic, Herning Kommune, Kaffesalonen, KDA, Københavns Kommune, Københavns Politi, Løgismose, Marinehjemmeværnet, Nørrebroløbet, Naviair, Nissan Danmark, Nordsjællands Kystlivredningstjeneste, Olympus Danmark, Renhold, Roskilde Rental, Sport Event Denmark, Sport Event Denmark, SSOP, Søværnet, Toldboden Restaurant, Traffics, Trafikstyrelsen, Wonderful Copenhagen</p> <p><u>Internationale:</u></p> <p>- Australian Parachute Federation, Blue Skies Mag, Copenhagen Post, Discovery Channel Canada og USA, dropzone.com, LVN, Larsen & Brusgaard, Snapchat, Skydive Dubai, Skydive Mag, United States Parachute Association.</p>

Kultur og Fritidsudvalgets målsætning for Swoop Challenge CPH Invitational 2015

I tildelingen af støtten fra udvalget blev der opstillet syv målsætninger for eventen der skulle overholdes for at Københavns Kommune anså eventen for en succes. Alle syv målsætninger blev realiseret:

1. Afvikling af åbningsceremonien Swoop Night Lights i Københavns Havn:

D. 11. juni blev åbningsceremonien afviklet foran By og Havns hovedkontor ved Nordre Toldbod. Åbningsceremonien var en to timer lang flyveopvisning som viste hvad faldskærmsporten, paragliding og hanggliding har at byde på i Danmark.

2. Afvikling af hovedkonkurrencen Swoop Finals med landinger på Peblinge Sø:

D. 12. juni blev hovedeventen afviklet på Peblinge Sø med en liveproduktion til DR3 med unikt materiale af København fra oven (livefeed fra helikoptere og atleter).

3. Etablering af Swoop Arena med borgerrettede sideevents:

Ved begge events kunne besøgende hos Dansk Faldskærms Union og Dansk Hanggliding og Paragliding Union se og prøve udstyr, høre om muligheder for at dyrke sporten m.m. Anden aktivering var bl.a. Søværnets og Marinehjemmeværnets statiske displays samt Nissan Danmarks display af elbiler.

4. Aktivering af københavnske foreninger og frivillige medlemmer ved afvikling af event og sideevents:

I alt blev eventen støttet op af 150 frivillige som primært blev hvervet i det danske faldskærmsmiljø. Marinehjemmeværnet støttede med frivillige til sikkerhedsopgaver og logistikopgaver.

5. Samarbejde med lokalt erhvervsliv:

På begge venues blev det lokale erhvervsliv integreret for at skabe synergi. Ved Nordre Toldbod samarbejdede Swoop Challenge med Restaurant Toldboden, Løgismose og Søværnets Officersskole der alle befinder sig på venue. Ved Peblinge Sø samarbejdede vi med Kaffesalonen som befinder sig på venue.

Den største udgift ifm. eventen var produktion af liveudsendelsen til DR3. Produktionen blev lavet af CPHLIVE ApS der er et produktionsselskab med adresse på Vesterbro i København.

6. Medieproduktion til brug for live transmission og postproduktion:

Den to timers lange finale blev transmitteret live på DR3 og DR TV. Discovery Canada og USA viser postproduktion fra eventen i reportage i programmet Adrenalin Junkies der vises første gang i november.

7. Miljømæssigt fokus - samarbejde med TMF/Renhold omkring affaldssortering på venues:

Renhold har ikke en affaldssorteringsløsning endnu og var derfor interesserede i at se vores erfaringer. Efter dialog med Renhold blev vi enige om at behovet for sorteringen ville være almindeligt affald og pantsortering. Med materiel fra Dansk Retursystem havde besøgende ved hvert affaldsområde mulighed for at komme af med almindeligt brændbart og pantemballage i hver deres beholder. Affaldssorteringen blev benyttet med stor succes. Efterfølgende blev panten sorteret og afhentet af Dansk Retursystem.

Økonomisk resultat og næste skridt

Henimod eventafviklingen, primo maj, mistede Swoop Challenge sin hovedpartner Coca Cola Nordic, på grund af uenighed mellem de fire nationale Coca Cola afdelinger. Det betød at der manglede 300.000,- ekskl. moms til afvikling af eventen som desværre ikke blev fundet hos andre partnere.

Derfor blev det økonomiske resultat negativt og organisationen har måttet dække -302.497,85 DKK ind (se bilag 1 – Regnskab Swoop Challenge 2015). Siden projektet blev startet op i 2013 har der ikke været udbetalt løn til ansatte og organisationen har investeret 800.000,- DKK for at nå hertil. Der forventes ingen udbetaling af lønninger før finansieringen af 2016 touren er på plads.

Underskuddet fra årets event er dækket ind med midler der var allokeret til administrationsomkostninger og strategiske rejseomkostninger i andet halvår 2015, hvor næste års events planlægges og forhandles på plads. I 2016 vil organisationen træde ud over de danske grænser og afvikle fire events i verden. Der forhandles lige nu med private og offentlige partnere om afvikling af events i Australien, Tyskland, Danmark og De Arabiske Emirater i perioden april til oktober 2016. Styrken i Swoop Challenge er tydelig. Det internationale marked er stærkt interesseret i denne innovative konkurrenceform indenfor faldskærmssporten og derfor er potentialet for fremtiden enormt. Forventningerne til næste år er at 2016 touren vises på internationalt TV med flere vinkler. Lige nu forhandles med Discovery Channel om en tour-dokumentar og med Eurosport om live transmission af alle events. Swoop Challenge vil næste år i endnu større stil sætte Danmark på verdenskortet som en førende eventnation og brande Danmark for en bred international målgruppe af turister.

Den økonomiske situation

På baggrund af underskuddet på -302.497,85 DKK har Swoop Challenge svært ved at realisere målsætningen for 2016. Organisationens forventer udgifter på 250.000,- DKK frem til 1. januar 2016, for at kunne realisere målsætning 2016. Udgifterne er i store træk til drift af kontor, rejseudgifter til de nye venues og videreudvikling af live transmissionsudstyr.

På grund af vores økonomiske situation ansøges KFU om en underskudsgaranti til Swoop Challenge CPH Invitational 2015 på 250.000,- DKK inkl. moms. Hvis organisationen ikke finder 250.000,- DKK gennem fonde og tilskud i august og september vil Swoop Challenge ikke overleve til at kunne realisere næste skridt.