



Eventvurdering - Swoop Challenge 2016

[Link til ansøgning](#)

Med Swoop Challenge tages faldskærmssporten til hjertet af København og inviterer borgerne til at opleve en spektakulær sportevent når Søerne omdannes til faldskærmsarena.

Konkret vil en række af verdens bedste faldskærmsatleter kaste sig ud af helikoptere og suse ned mod søerne med 150 km i timen. Lige inden de rammer vandet retter de skærmen op, skøjter henover vandet i freestyles og lander på en platform. Eventen er unik på verdensplan.

I 2015 afholdes Swoop Challenge CPH International 2015 i juni i Herning, Københavns havn og ved Søerne i København. Her forventes 60.000 tilskuere i løbet af de dage, hvor eventen foregår.

Eventen forventes at finde sted i juni 2016.

Økonomi

Foreløbigt budget for Swoop Challenge 2016 fremgår af ansøgning. For et overblik over budgetposterne henvises hertil. Forvaltningen bemærker, at udgifterne til organisation er høje.

Af den samlede eventudgift på 7,5 mio. kroner søges Københavns Kommune om et tilskud på 1 mio. kr. i 2016.

Sport Event Denmark, WoCo, Region Hovedstaden og Herning Kommune søges også om tilskud i 2016. Der er ikke truffet endelig beslutning i de nævnte offentlige institutioner om tilskud 2016.

Eventen er nedenfor vurderet med afsæt i Københavns Kommunes eventvurderingsmodel.

10-06-2015

Sagsnr.
2015-0111599

Dokumentnr.
2015-0111599-12

Sagsbehandler
Sine Midtgaard Hansen

Folkeoplysning, Tilskud og Events

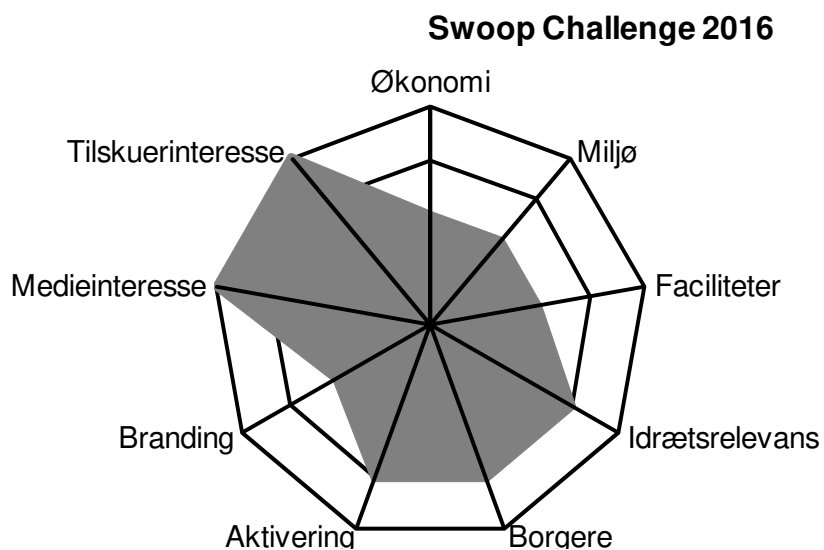
Nyropsgade 1
1602 København V

Mobil
2485 6756

E-mail
sinemi@kff.kk.dk

EAN nummer
5798009780393

Swoop Challenge 2016	
Parametre	Vurderede point
Økonomi	2
Miljø	2
Faciliteter	2
Idrætsrelevans	3
Borgere	3
Aktivering	3
Branding	2
Medieinteresse	4
Tilskuerinteresse	4
Total:	25



Ansøgerorganisationer

Hovedarrangøren er Swoop Challenge, som har arbejdet på projektet siden 2013 med en lang række samarbejdspartnere, herunder Teknik- og Miljøforvaltningen, By og Havn, Trafikstyrelsen, Naviair, WoCo, Sport Event Denmark, Dansk Faldskærmsunion m.fl.

Samfundsøkonomiske effekter

Der udarbejdes en effektvurdering af eventens samfundsøkonomiske omsætning efter endt afvikling i 2015.

Vurderes til at opnå point: 2

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

2. Miljømæssig bæredygtighed

Swoop Challenge har fokus på affaldssortering, miljørigtig produktion af grafisk materiale, økologi og brug af el-biler.

Vurderes at opnå point: 2

- Der tages miljømæssige hensyn i planlægning og afvikling af eventen
- Eventen forpligter sig så vidt muligt på affaldssortering, brug af økologi og begrænsning af energiforbrug

3. Faciliteter

Eventen foregår i luften og på vandet.

Vurderes at opnå point: 1

- Facilitetsbehovet kan opfyldes uden yderligere investeringer fra Københavns Kommune

4. Relevans for idrætslivet i København

Der findes pt. ingen københavnske faldskærmsklubber. Øst for Storebælt findes fire klubber, som alle har 80 procent af deres medlemmer med bopæl i København. I alt har Dansk Faldskærmsunion 3.300 medlemmer. En event som Swoop Challenge forventes at øge interessen for ekstermsporten og hverve flere medlemmer til landets klubber.

Vurderes at opnå point: 2

- 3.300 medlemmer med bopæl i København

5. Relevans for borgerne

En så unik og spektakulær oplevelse i centrum af København forventes at opnå stor tilskuerinteresse. Eventen er gratis.

I forhold til inddragelse af foreningslivet samarbejder Swoop med danske faldskærmsklubber, DFU, Dansk Handdliding og Paragliding Union. Der arbejdes på et udvidet samarbejde med flere foreninger i 2016.

Forventes at opnå point: 3

- Eventen nyttiggør byens rum
- Eventen er tilgængelig for borgere og besøgende
- Inddragelse af foreninger mm.

6. Aktivering

Swoop Challenge sigter på inddragelse af publikum ved brug af livemusik, flydende skaterampe til lokale skatere, forlystelser, som relaterer til vandsport, fremvisning af faldskærmsudstyr mm.

Vurderes at opnå point: 3

- Aktiveringen opfordrer til deltagelse
- Aktiveringen lægger op til en anderledes udnyttelse af byens rum
- Aktiveringen lægger op til partnerskaber med andre events

7. Branding

Swoop Challenge vises live på tv/web nationalt og internationalt. Arrangør markedsfører gennem sociale medier og benytter sine samarbejdspartnere til at komme bredt ud.

Vurderes at opnå point: 2

- Eventen brander København som innovativ, kreativ og aktiv oplevelsesdestination

8. Medieinteresse

Arrangøren forventer massiv mediedækning og live tv-dækning.

Vurderes at opnå point: 4

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

9. Tilskuerinteresse

Swoop Copenhagen forventes at tiltrække minimum 60.000 tilskuere.

Vurderes at opnå point: 4

- Over 50.000 tilskuere