



Bilag 1 - Eventvurdering af Volvo Ocean Race 2012

09-07-2009

Wonderful Copenhagen (WOCO) ønsker, at København bliver stopover under Volvo Ocean Race 2012. Begivenheden finder sted over to uger/tre weekender i maj/juni 2012.

Sagsnr.

2009-88753

Volvo Ocean Race er blandt de 3 største sejlsportsevents i verden. WOCO forventer, at i størrelsesordenen 12 både vil deltage i kapsejladserne. Volvo Ocean Race er en elitesportsevent. De store budgetter, det kræver at stille op i kapsejladserne, betyder, at teamene er støttet af store internationale virksomheder.

Dokumentnr.

2009-396588

WOCO ønsker at støtte op om eventen med en stor folkefest med begivenheder på land og vand for københavnere og tilrejsende turister. Det kan ifølge WOCO være startskuddet til en årligt tilbagevendende havnefestival, hvor erhvervslivet og kulturen langs havnen mødes. Ansøger forventer at Operaen, Skuespilhuset, Admiral Hotel, Nordea, Mærsk, RealDania m.fl. vil deltage i festivalen.

Baggrund

<i>Parameter</i>	<i>Vurdering</i>
1. Økonomisk bæredygtighed	4
2. Miljømæssig bæredygtighed	3
3. Faciliteter	3
4. Idrætsbillede	3
5. Borgere	2
6. Aktivering	2

Fritid & Idræt

Nyropsgade 1, 3. sal
1602 København V

Telefon
3366 3847

Telefax
3366 7062

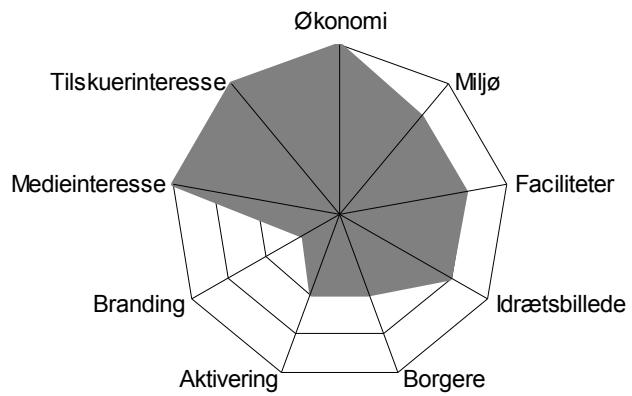
E-mail
jekams@kff.kk.dk

EAN nummer
5798009780393

www.kk.dk

7. Branding	1
8. Medieinteresse	4
9. Tilskuerinteresse	4
Total	26

Volvo Ocean Race (stopover) 2012



1. Økonomisk bæredygtighed

WOCO angiver, at de samlede udgifter til Volvo Ocean Race 2012 vil være i størrelsesordenen 22 mio. kr. Heraf søges Københavns Kommune om 5 mio. kr. Uden finansiering fra Københavns Kommune vil eventen ikke kunne afholdes.

Sport Event Denmark vil endeligt tage stilling til sit tilskud på et bestyrelsesmøde i efteråret. Der er endnu ikke indgået aftaler med de øvrige tilskudsydere.

Budgettet forudsætter, at en dansk båd deltager i kapsejladsen. Det arbejdes der på, og WOCO forventer en afklaring i løbet af efteråret.

UDGIFTER

Sekretariat og administration	3.000.000
Race Village - opbygges	4.000.000
Mediecenter	3.000.000
Pressebåde/helikopter	2.000.000
Båd service og faciliteter	3.000.000
Kontorby - opbygges	1.000.000
Overnatning, hotel	800.000
Ceremonier, officielle	1.500.000
Sikkerhed	700.000
Frivillige	500.000
Catering	500.000
Uforudsete udgifter 10%	2.000.000
Total	<u>22.000.000</u>

INDTÆGTER

Sport Event Denmark	7.000.000
Københavns Kommune	5.000.000
Region Hovedstaden	2.000.000
Sponsorer, fonde	8.000.000
Total	<u>22.000.000</u> <u>0</u>

Budgettet indeholder ikke poster til marketing, events og havnefestivalen. WOCO vil søge at finansiere disse poster igennem sponsorater uden om det ovenstående budget. Dermed vil tilskuddet fra Københavns Kommune ikke gå hertil. Finansieringen af en eventuel havnefestival efter 2012 er ikke afklaret.

Ansøgerorganisationerne

Wonderful Copenhagen og Sport Event Denmark har bred erfaring som tovholder fra bl.a. BMX Supercross World Cup 2008 – 2009, Copenhagen Marathon 2006-2009 samt en række større og mindre kultur- og idrætsevents. Organisationen vil i 2012 også have erfaringer fra bl.a. BMX World Cup 2009, Copenhagen Marathon 2010-2012, VM Taekwondo 2009, World Cup Finale i Bueskydning 2009, VM i landevejscykling 2011 m.fl.

Ud over WOCO vil Dansk Sejlunion, Copenhagen Capacity, Københavns Havn, Kongelig Dansk Yacht Klub, Sport Event Danmark og Region Hovedstaden optræde som samarbejdspartnere i forbindelse med begivenheden. Hertil kommer lokale sejl- og roklubber, sponsorer og Sailing Region Copenhagen, der er under konstruktion.

Samfundsøkonomiske effekter

Ifølge WOCO og revisions- og rådgivningsvirksomheden Deloitte er Volvo Ocean Race en af de sportsevents i verden af relativ kort varighed, der har størst samfundsøkonomisk indvirkning på værtsbyen (gæster, hotel, restaurant, medier, detail, branding m.v.).

WOCO angiver, at Deloitte Impact Report om starten på Volvo Ocean Race 2008/2009 i Alicante til sammenligning viste en direkte omsætning i størrelsesordenen 450 mio. kr. i byen og regionen. Det bemærkes imidlertid, at Alicante var vært for den samlede start på løbet, mens der i København vil være tale om et stopover. Derudover var en betragtelig del af omsætningen relateret til infrastrukturinvesteringer i Alicante, ligesom teamene har brugt længere tid i byen på at forberede bådene til starten. Eventen forventes imidlertid stadig at have en betragtelig samfundsøkonomisk effekt.

Vurderes til at opnå point: 4

2. Miljømæssig bæredygtighed

Volvo Ocean Race er en kapsejladts jorden rundt i sejlbåde. Ifølge WOCO lægges der fra arrangørernes side stor vægt på klima- og miljøaktuelle tiltag. Bl.a. skal tilmeldte både være selvforsynende med energi i form af sol-, vind- eller bølgeenergi.

WOCO sigter mod at styrke denne profil i deres ansøgning om værtskab for et stopover i 2012. Bl.a. sigtes der mod, at energiforsyningen til begivenheden i København kan komme fra vindmøller på Middelgrunden i Københavns Havn. Hermed skabes en synlig sammenhæng mellem energiforbrug og -forsyning. Derudover vil WOCO i forbindelse med aktiviteterne i Race Village lægge vægt på miljøtiltag og –oplysning, bl.a. med udgangspunkt i bådenes kamp mod elementerne på vej over havene. Det bemærkes imidlertid, at dette miljøfokus er tillagt begivenheden.

Endelig forpligtiger WOCO sig på affaldssortering, genbrug og brug af miljømærkede produkter i forbindelse med begivenheden.

Vurderes til at opnå point: 3

3. Faciliteter

Selve etaperne vil foregå på havene omkring Danmark fra ét stopover til det næste. I løbet af de ca. 16 dage, Volvo Ocean Race vil opholde sig i København, vil der derudover være en in-port kapsejladts mellem

Middelgrundsfortet og Trekronerfortet ud for Københavns Havn.

Der vil i forbindelse med Volvo Ocean Race's ophold i København være udgifter til midlertidig etablering af en 'Race Village' (4 mio. kr.) og en kontorby (1 mio. kr.). WOCO har udtrykt ønske om, at Race Village kan være samlet omkring Kvæsthusgraven og Amalievej, hvor skibene vil lægge til kaj.

Det bemærkes, at dette område i dag ejes af Staten. Det fremtidige ejerskab er imidlertid uafklaret. Derfor vil brugen af arealerne kræve tilladelse fra enten Staten eller den fremtidige ejer/brugsrethaver.

Udgifterne til etablering af Race Village og Kontorbyen er en del af det samlede budget, hvori Københavns Kommunes tilskud vil indgå.

Vurderes til at opnå point: 3

4. Relevans for idrætslivet i København

Ifølge Dansk Sejlunion er der i størrelsesordenen 7.000 medlemmer i sejlsportsklubber hjemmørende i Københavns Kommune. Det bemærkes derudover, at der især nord for København ligger flere store sejlsportsforeninger.

I forhold til mulighederne for sejlsport i København vil kapaciteten bl.a. udvides med anlæggelsen af en lystbådehavn på Prøvestenen inden for de næste par år. Her er der imidlertid ikke fra start indtænkt egentlige sejlklubber. Derudover oplyser Dansk Sejlunion, at flere gode sejlsportsklubber i København har plads til medlemstilgang¹. Det kan på den anden side diskuteres, om der i forbindelse med Volvo Ocean Race – ligesom Formel 1 – er tale om en konkurrence med så store budgetter, at der vil være en mere begrænset afsmitning på breddeidrætten.

Vurderes til at opnå point: 3

5. Relevans for borgerne

Hovedbegivenhederne med de deltagende både vil udspille sig på vandet ud for Københavns Havn. Eventen vil dermed inddrage Københavns blå omgivelser som venue for begivenheden. Det vil imidlertid i sagens natur gøre det sværere for Københavns borgere at overvære kapsejladser på tæt hold.

Som tidligere beskrevet ønsker WOCO at opsætte en midlertidig Race Village ved Kvæsthusgraven og Amalievej, hvor bådene vil ligge til kaj i de ca. 16 dage, Volvo Ocean Race er i København. Arrangørerne bag

¹ Sejlsport kan udstyrmæssigt være en forholdsvis dyr idræt at begynde på, hvilket kan mindske effekten af en international sejlsportsbegivenhed i forhold til medlemstilgang. På den anden side har flere klubber udstyr, der kan lånes af klubbens medlemmer. Ifølge Dansk Sejlunion er sejlsport den 10. billigste idræt at begynde på i forhold til prisen på kontingent.

Volvo Ocean Race lægger op til, at borgere og turister her vil kunne overvære koncerter, se de deltagende både på nært hold, deltage i forskellige arrangementer fra de sponsorer, der står bag de forskellige teams, mm. Der vil være gratis adgang til aktiviteterne i Race Village for både Københavns borgere og turister.

I samarbejde med Dansk Sejlunion og sejlklubber i Københavns Kommune sigter WOCO derudover mod at arrangere en række mindekapsejladser og kom-og-vær-med aktiviteter under begivenheden. Derudover sigtes der mod at inddrage skoleklasser igennem temaundervisning, hvor eleverne lærer teori og praksis om sejladser mm.

Vurderes til at opnå point 2

6. Aktivering

I samarbejde med Dansk Sejlunion ønsker WOCO at arrangere en række forskellige aktiviteter, der skal skabe opmærksomhed om eventen og om sejlsport. Der er bl.a. tale om at arrangere ungdomskapsejladser, kom-og-vær-med aktiviteter på vandet, temaundervisning/-ture for skoleklasser, firmasejladser, havnerace og koncerter. Der arbejdes også med fotoudstillinger om natur og sejladser, film mm.

Med udgangspunkt i den ønskede placering ved Kvæsthusgraven og Amaliekaaj lægger denne aktivering af Volvo Ocean Race op til øget udnyttelse af byens blå rum og opfordrer til deltagelse i de forskellige begivenheder, der arrangeres i Race Village. Det bemærkes imidlertid, at et tilskud fra Københavns Kommune ifølge det indsendte budget ikke vil gå til aktiveringen, der søges finansieret af sponsorer.

At aktiveringen afhænger af sponsorater gør det vanskeligt at vurdere begivenheden under dette parameter, da omfanget endnu ikke er fastlagt.

Vurderes til at opnå point: 2

7. Branding

En begivenhed af Volvo Ocean Race's størrelse vil med en stor medieinteresse kunne brande København udadtil på et internationalt niveau. Brandingarbejdet vil finde sted i samarbejde med Copenhagen Capacity, M-fonden, Visit Denmark og Sport Event Denmark.

Ud over den branding, der skabes i den periode, Volvo Ocean Race er i København, vil København også have rig mulighed for at brande sig i forbindelse med de andre stopover-events verden over. Her vil der blive vist præsentationsvideoer af alle stopover-byerne på storskærm.

Volvo Ocean Race vil ifølge WOCO trække en række internationale virksomheder til København under begivenheden – her især sponsorerne bag de forskellige teams. Værtskabet for en event med så

store erhvervsinteresser vil derfor kunne brande København som en by, der er åben for investeringer.

Samtidig lægger arrangørerne bag Volvo Ocean Race stor vægt på bæredygtig energi og miljøhensyn. Hvis energiforsyningen, som WOCO sigter mod, kan komme fra nærliggende vindmøller på Middelgrunden, så der skabes en tydelig sammenhæng mellem energiforbruget og grøn energiproduktion, vil begivenheden også kunne brande København som kreativ/innovativ, ved at fremhæve Danmarks position inden for alternative energikilder som vindenergi.

Brandingen af København skønnes hovedsageligt at omhandle København som erhvervsby og som en by, kan løfte større internationale idrætsevents.

Vurderes til at opnå point: 1

8. Medieinteresse

WOCO angiver, at der vil være massiv international mediedækning af Volvo Ocean Race. Ud over indslag på en række internationale tv-kanaler, er eventen bredt dækket i skriftlige medier, på Internettet, med downloads til mobiltelefoner og med podcasts. For at sætte yderligere fokus på mediedækningen, har Volvo Ocean Race fra 2008 bl.a. indført et medie-besætningsmedlem på hver båd, der rapporterer direkte under hele sejladserne.

Erfaringerne fra Volvo Ocean Race 2008-2009 er, at eventen samlet – med de andre stopovers - nåede et globalt tv-publikum på i størrelsesordenen 1,8 mia. mennesker, generede 17.600 presseartikler, 3,5 mio. besøgende på websitet og 4 mio. mobile downloads.

WOCO angiver, at forventningerne for 2012 som minimum er i samme størrelsesorden – bl.a. fordi det forventes, at flere teams fra America's Cup vil stille op i Volvo Ocean Race². Det bemærkes imidlertid, at det er langt fra hele denne mediedækning, der vil relatere sig direkte til København.

Vurderes til at opnå point: 4

9. Tilskuerinteresse

Volvo Ocean Race 2012 vil være gratis at overvære for Københavnerne og turister. Erfaringerne fra 2008/2009 har vist, at der samlet var i størrelsesordenen 344.000 besøgende i Race Village i Alicante, mens Stockholm angiver et samlet antal besøgende i Race Village på op mod 1 mio. mennesker. På den baggrund skønner WOCO, at de forventer ½ - 1 mio. besøgende i Race Village i København.

Det er et åbent spørgsmål om besøgende i Race Village er det samme

² Organisationerne bag America's Cup ligger i retssag om kapsejladsernes fremtidige udformning.

som tilskuere. Da kapsejladserne vil foregå ud for Københavns Havn, kan det være svært at følge begivenhederne fra land. Udsynet til begivenhederne vil derfor være bedst for københavnere og turister med egen båd. For andre vil der være mulighed for at følge begivenhederne fra storskærme i Race Village. For at kompensere for dette, sigter WOCO mod at samle tilskuere på mindre færger og skibe, der kan bringe dem tættere på sejladsen.

Vurderes til at opnå point: 4