

Sport Event Denmark

EVENTGUIDE



Evaluering

EVENT GUIDE

EVALUERING

- Hvilke parametre skal vi evaluere på og hvordan?
- Hvilke målsætninger er der for eventen på hvilke områder?
- Er målsætningerne prioriteret i forhold til hinanden?
- Er der en tidshorizont for målsætningerne?
- Er der opstillet succeskriterier for målsætningerne? (I hvilken grad er målene opfyldt?)
- Hvad er forskellen på intern og ekstern evaluering?

En events succes afhænger ikke alene af øjnene, der ser, men også af målsætningen for eventen. En event kan være en ubetinget succes, men de fleste events vil være en succes på nogle områder, og ikke på andre.

Evalueringen begynder allerede i planlægningsfasen, da I undervejs i processen finder ud af, om I opnår jeres delmål eller ej. Hvis I løbende evaluerer, vil I kunne nå at rette på de elementer, der ikke lever op til forventningerne. Husk både at fokusere på de positive og negative erfaringer samt komme med en mulig forklaring på, hvorfor det gik, som det gjorde.

Hvor en prioritering af de enkelte elementer i målsætningen kan afsløre, om de vigtigste mål er nået, kan fastlæggelse af succeskriterier afsløre, i hvilket omfang målene er nået. Jo mere specifik og målbar, målsætningen er, jo nemmere er det selvsagt efterfølgende at fastslå, om målsætningen er nået.

Intern evaluering

Den interne evaluering af en event er typisk forankret i den danske organisationskomité for eventen. Organisationskomitéen opstiller, før eventen finder sted, en række målsætninger, som er mere eller mindre specifikke og målbare. Efter eventen evaluerer I, om målsætningerne er nået.

Eksempler på meget overordnede målsætninger:

"Gennem den konkrete opgaveløsning og projektorganisationens dannelse at lokalisere og udvikle potentielle og nuværende ledere i forbundet."

"At øge det generelle kendskab til sporten."

Begge disse målsætninger er temmelig ukonkrete. Fx fastsætter eksempel 2 ikke nogen specifik kendskabsgrad som mål. Kender man tilmed ikke udgangspunktet for værtskabet, f.eks. at kendskabsgraden på det tidspunkt var 40 procent, kan man heller ikke måle eventuelle bevægelser.

Eksempler på meget specifikke og målbare målsætninger er:

"300 udenlandske tilskuere"

"Minimum 100 personer skal deltage i fortræning til motionseventen"

Ovennævnte to målsætninger konflikter ikke, men i de tilfælde hvor målsætninger konflikter, kommer prioriteringen ind i billedet. Hvilken målsætning er vigtigst?

Eksempler på vanskeligt målbare målsætninger:

"Værtskabet af eventen skal øge antallet af medlemmer til vores sport."

Hensigten er god, og det kan umiddelbart virke som en målsætning, der er let at måle. Men målsætningen rejser spørgsmål som "hvor lang tid efter eventen, skal

man i givet tid måle en evt. effekt? Og "hvordan isoleres effekten af værtskabet fra en udvikling, der ville have fundet sted under alle omstændigheder?"

Ekstern evaluering

Eksempel på en *specifik og målbar* målsætning:

"Eventregnskabet skal balancere, dvs. minimum ende ud i et driftsøkonomisk 0, så vores underskudsgaranti ikke skal udløses."

Sport Event Denmarks fremsender et elektronisk evalueringsskema pr. mail til eventarrangørerne et par uger efter, at en event har fundet sted. Evalueringsskemaet har til formål at afdække de samfundsøkonomiske, driftsøkonomiske, markedsførings-/mediemæssige, organisatoriske og sportslige effekter af eventen samt omfanget af anvendt frivillig arbejdskraft. Eventarrangørerne udfylder herefter skemaet og returnerer det til Sport Event Denmark.

EFFEKTMÅLING

Sport Event Denmark har tidligere udarbejdet en række effektmålinger fra udvalgte events.

Se eksempler herpå på www.sporteventdenmark.com.

Sport Event Denmarks krav om evaluering fra de eventarrangører, der modtager økonomiske støtte og/eller rådgivning, sker ud fra vores egen interne målsætning om til stadighed at kunne:

- Indarbejde eventarrangørernes erfaringer i Sport Event Denmarks rådgivning til fremtidige eventarrangører.
- Videreformidle eventerfaringerne som dokumentation til pressen og andre interessenter

Både Wonderful Copenhagen Copenhagen og Visit-Denmark har analyseafdelinger, som kan hyres ind til at gennemføre effektmålinger. Begge har tidligere været

inde over effektmålinger af internationale sportsevents. Ofte har Epinion været inde som underleverandør til at indsamle data.

Praktisk

- Hvem er tovholder på evalueringen?
- Hvem står for hvilke områder af evalueringen?
- Hvordan indsamler og formidler vi evalueringen?
- Hvornår er deadline for indrapportering til evalueringen?
- Er der eksterne krav til evaluering af eventen og i så fald hvilke?
- Er der sat budget af til evalueringen?

Tovholder og indsamling af data

Rent praktisk skal I gøre jer overvejelser i forbindelse med evaluering af en event. Allerede i planlægningsfasen af eventen kan I med fordel udpege en tovholder på evalueringen, så vedkommende kan uddelegere evalueringsopgaverne og have overblikket undervejs. Dermed har I også allerede taget hul på spørgsmålet, om hvorvidt I vil udarbejde en rapport, tage billeder og/eller optage video undervejs – og hvem der i givet fald sørger for det.

Sæt en deadline for indrapporteringer til evalueringen og sørg for, at den bliver overholdt. Det er et ærgerligt sidste indtryk, hvis I har gennemført en god event, men evalueringen trækker ud.

Evalueringsrapport

Evalueringen kan fungere som projektafslutning og døråbner i forhold til kommende samarbejdspartnere og sponsorer. En gennemarbejdet evalueringsrapport kan endvidere være det, der gør, at allerede eksisterende samarbejdspartnere vil være interesserede i at deltage i et lignende projekt en anden gang. En appetitlig rapport, som fx dokumenterer en sponsors synlighed og rolle i arrangementet, kan være medvirkende årsag til, at sponsorer føler, at de har fået det ud af eventen, som

EVENT GUIDE

de ønskede og derfor gerne vil støtte et lignende arrangement en anden gang.

Evalueringen kan ses som et led i markedsføringen, idet der også efterfølgende over for pressen følges op på, hvordan eventen gik, hvor mange eventgæster der var mv. Denne form for opfølgning vil give eventen et liv efter afviklingen og kan være med til at styrke fremtidige projekter.

Har I inden eventen lavet en aftale med en ekstern partner vedrørende evalueringen, så husk at medtage eventuelle krav fra denne.

Evalueringen af en event bliver ofte nedprioriteret, fordi arrangører og medvirkende er trætte oven på afviklingen. Evalueringen er imidlertid en væsentlig del af projektarbejdet, både med henblik på den langsigtede indsats og i forhold til omverdenen, hvorfor det er essentielt også at sætte resurser af hertil.

Overvej også gerne, hvordan erfaringerne fra eventarbejdet kan integreres i det fremtidige specialforbundsarbejde!

Evalueringen kan nemt gøres grøn!

- Hvad skal vi evaluere?
- Formidling af resultater
- Tips

Til at lave en evaluering på miljøområdet, kan den miljøansvarlige beskrive resultaterne af arrangementets miljøindsats, og hvordan den harmonerer med arrangementets miljøpolitik og mål.



Det kan være en beskrivelse af, hvilke handlingsplaner og tiltag arrangøren har iværksat for at nå sine mål.

Eksempel:

Miljøpolitik

Der arbejdes aktivt på at reducere arrangementets påvirkninger på miljøet.

Miljømålsætning

Arrangementet vil reducere spild af mad og emballage.

Miljømål

At sænke spild med 20 pct. ift. 2012. - Når målet sættes op, bør I med det samme også aftale/skrive, hvordan det konkret kan/skal måles, og hvem der har ansvaret herfor.

Indsats

- 1) Mad: F.eks. ved at have en aftale med den lokale bonde om afhentning af mad til dyrene eller lign.
- 2) Emballage: F.eks. ved at købe i store portioner.

Resultat

Det er lykkedes at opnå en 22 pct. reduktion af spild ift. arrangementet i 2012. (Dette mål kræver f.eks., at der er en konkret måling fra det tidligere arrangement.)

Formidling af resultater

Det er vigtigt, at evalueringens resultater formidles til de forskellige interessenter, der har været involveret i arrangementet. For at interessenterne føler ejerskab til evalueringen og dens resultater, er det vigtigt, at I kommunikerer rigtigt og bruger de rigtige metoder. I kan vælge at lave en kommunikationsplan for formidling af evalueringen og på forhånd afklare, om formen f.eks. skal være via mail, på hjemmesiden osv. Samtidig skal det afklares, om resultaterne skal kommunikeres via pressen, et seminar eller lignende.

Gode spørgsmål at stille...

- Gik alt som planlagt?
 - Hvis ikke, hvorfor ikke?
- Var deltagere og publikum tilfredse?
- Hvad kunne gøres anderledes / bedre?
- Hvad fungerede godt?
- Hvilke erfaringer kan I give videre?