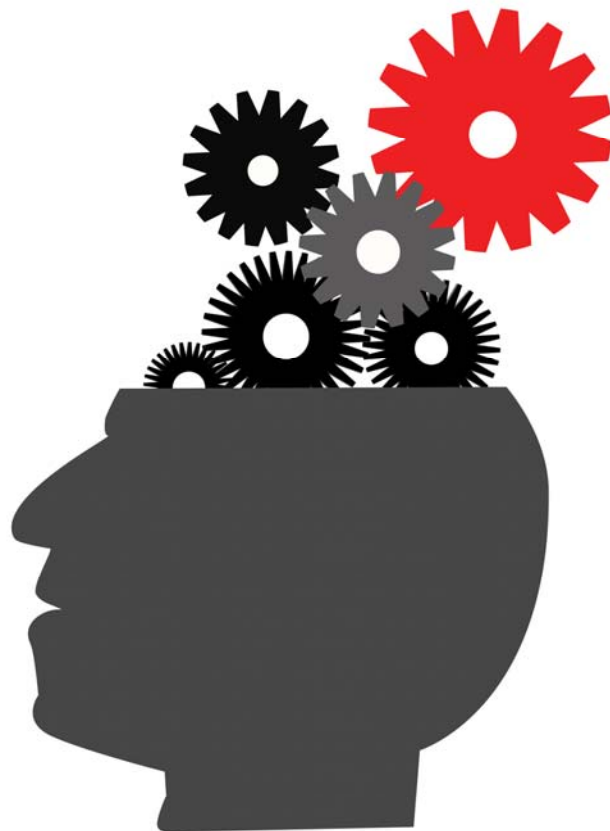


Sport Event Denmark

EVENTGUIDE



Før du går i gang

EVENT GUIDE

FØR DU GÅR I GANG

- Hvad skal arven efter eventen være?
- Hvorfor vil I afholde en sportevent?
- Hvordan bringer I eventen sikkert i hus?
- Hvor skal eventen afholdes?
- Lever venue op til de internationale krav?
- Hvordan ser logistikken ud?
- Hvordan hænger eventbudgettet sammen?

Når I har fået ideen til at afholde en international sportevent i Danmark, er der fire grundlæggende elementer, som skal drøftes og undersøges, inden det kan vurderes, om der er realiteter bag drømmene. Først herefter kan det egentlige arbejde gå i gang. De fire elementer er: Legacy, organisering, venue samt budget.

Legacy

Den direkte oversættelse af legacy er arv, hvilket i eventsammenhæng kan udlægges som det, der står tilbage, når eventen er afviklet.

Alle idrætsforbund og andre interessenter med en eventarrangør i maven bør gøre sig selv og alle andre den tjeneste at overveje grundigt, hvorfor I vil afvikle en event. Hvad er målsætningen? Og hvilken motivation har partnerne for at gå ind i eventen? Tæt forbundet hermed er spørgsmålet, om hvad der skal stå tilbage – the legacy. Nogle eksempler på legacy kan være:

- Forbedrede faciliteter
- Nyt udstyr til arrangørklubber/forbund
- Flere medlemmer
- Nye udviklings tiltag, som fortsætter efter hovedeventen
- Nyt liv til allerede eksisterende aktiviteter
- Øget eksponering af sporten i offentligheden
- Organisationsudvikling
- Netværksdannelser (klub, forbund, kommune, Sport Event Denmark)
- Øget sponsorinteresse
- Øget medieinteresse
- Øget kendskab til Danmark

- Øget internationalt netværk

Organisering

På dette tidlige tidspunkt i processen skal I ikke have lagt jer fast på den endelige organisering. Det er dog vigtigt, at især forbundet/klubben, som kommer til at stå med den mandskabstunge afviklingsdel, allerede nu gør sig nogle ideer om, hvem og hvordan eventen skal bringes sikkert i hus.

Flere modeller – og partnere – kan bringes i spil, når organisationen skal sammensættes, også i kombination med hinanden, fx:

- Ansatte fra forbundskontoret
- Projektansættelse
- Frivillige enkeltpersoner (nøglepersoner)
- Professionel Congress Organiser
- Klub(ber)
- Copenhagen Volunteers og lignende
- Privat eventfirma (fx: Race Makers og JBK Horse Show)
- Kommune
- Sport Event Denmark

Alle parter har stærke og svage sider, og det må bero på den konkrete situation, hvilken organiseringsmodel, der benyttes (se desuden kapitlet [Organisation og strategi](#)).

Venue

Et af de allerførste skridt på vejen mod en stor event er at finde den bedste venue og værtsby for eventen. Denne beslutning bør drøftes og tages af specialforbundet i samarbejde med potentielle værtsbyer og Sport Event Denmark.

Faciliteter

I forhold til det facilitetsmæssige bør I overveje, om venue lever op til de sportslige (nationale og internationale) krav. Derudover bør I overveje, hvor I får den bedste venue i forhold til prisen? Herunder vurdering af fx:

- Deltager/spillerfaciliteter

- Tv-gulv, tv-studie
- TV kantine og opholdsrum
- Lyd- og lyssætning (vær opmærksom på ønsker/krav fra tv)
- Tilskuerforhold (stemningsmæssigt og pladsmæssigt, toiletforhold mv.)
- Adgangsforhold for handicappede
- Mødelokaler, områder til VIP, EXPO, frivillig lounge, tilskuerforplejning, side events mm

Bemærk, at der kan være mulighed for at aftale diverse forbedringer/tilbygninger fx i form af telt mv. på venue, der som oftest er (delvist) kommunalt ejet, i tilknytning til store events.

Samarbejdsmuligheder

Eventen får størst værdi, når den forankres lokalt. I forbindelse med samarbejdsmuligheder bør I overveje, hvor I får de bedste hotel-/bespisningstilbud. Samt hvad det koster at leje faciliteter kontra tilskud fra kommune mv.

Andet

I skal overveje, hvor der vil være opbakning fra nærmiljøet, altså hvor klubber, medlemmer og frivillige vil støtte op om eventen og give en hånd med.

Logistik spiller også en stor rolle. I bør overveje, hvilken venue, der har den letteste adgang fra lufthavn, bane-gård, havn mv. Og hvordan er logistikken mellem venue og overnatningsmuligheder?

Generelt skal I gøre jer nogle tanker om, hvor eventen passer bedst ind. Findes der en location, som har en særlig stemning, et tema eller andet, som kan tilføre eventen et særkende og måske gøre, at eventens målgruppe udvides?

Desuden er det en god idé at overveje, hvor der er bedst muligheder for turismemæssige/sociale arrangementer, muligheder for shopping, natteliv mv., da det kan være et trækplaster for ledsagere og kongresdeltagere.

Endelig skal I overveje, om I skal sende eventen i "ud-

bud" – og på den måde få de mulige afviklingssteder til at oppe sig. Læs meget mere i kapitlet **Venue**.

Budget

Det sidste væsentlige element, I skal undersøge for at teste, om eventplanerne er realistiske, er udarbejdelsen af et eventbudget.

På dette tidspunkt behøver I ikke have de små detaljer på plads, men hjørnestenene i eventen – og dermed i budgettet – skal fastlægges. Det kan ikke understreges nok, at hvis I har et gennemarbejdet eventbudget, så har I også en gennemtænkt event!

De store budgetposter som venue, indkvartering, forplejning, transport, frivillige, markedsføring mv. skal gerne baseres på konkrete tilbud og så præcise oplysninger som muligt om forventet deltagerantal, deltagerbetaling mv.

Sport Event Denmark har stor erfaring med budgetlægning og har en række budgeteksempler, som vi gerne trækker på til at hjælpe med at få lagt et realistisk og gennemarbejdet eventbudget. Brug os!

FRA IDÉ TIL HANDLING

- Tildeling af eventen
- Hvad er vores succeskriterier?
- Hvilke fordele/muligheder er der?
- Hvilke ulemper/trusler kan der være?

Eventtrekanten

Ideen til at afholde en sportsevent kan opstå mange steder. Men når ideen er født, bør det første skridt være at samle de nærmeste partnere i projektet til en drøftelse. I Danmark vil dette forum for sportsevents være eventtrekanten.

EVENT GUIDE



Eventtrekanten er et partnerskab mellem de tre hovedaktører:

- Idrætten – primært ved de organiserede specialforbund (herunder klubber)
- Værtsbyen
- Sport Event Denmark

Især for eliteidræts-events er rettighedshaver oftest et internationalt forbund, som skal tildele eventen til Danmark efter en budrunde.

Sport Event Denmark har i dag stor erfaring i tilrettelæggelse af en budkampagne og fungerer ofte som tovholder for denne proces. Et typisk forløb består af en budworkshop mellem partnerne i eventtrekanten, fastlæggelse af budskaber og proces samt udarbejdelse af præsentationsmateriale og selve budpræsentationen overfor det internationale forbund.

Se cases om budkampagner.

Når eventen er tildelt Danmark, løfter de tre parter sammen eventen, sædvanligvis med en overordnet fordeling af byrderne. Idrætten (specialforbundet) er hovedaktør mht. det afviklingsmæssige. Værtsbyen bidrager med lokal markedsføring og udvikling. Og Sport Event Denmark har fokus på national og især international markedsføring samt den overordnede projektledelse/-planlægning.

Værtsbyen og Sport Event Denmark bidrager som regel økonomisk til eventen 50/50.

Succeskriterier

På de indledende møder anbefales det, at I grundigt drøfter fordele og ulemper. Opstil gerne målbare succeskriterier, fx hvad angår tilskuere per dag, deltager-

nationer, tv-dækning og tilgang af nye medlemmer. Tilpas succeskriterierne efter sportens udbredelse herhjemme og i udlandet. Priorité mål og delmål.

Fordele/muligheder kunne fx være:

- Profilering af idrætten (ønske om flere medlemmer og øget sponsorinteresse).
- Profilering af forbundet og arrangørerne samt mulighed for at få øget indflydelse.
- Intern styrkelse af organisationen, herunder fx fælles mål og/eller oplevelser for medlemmerne i forbund/klub samt rekruttering, motivering og uddannelse af frivillige ledere.
- Ønske om at være nyskabende inden for eventafvikling.
- Events kan virke som løftestang for facilitetsforbedringer.
- Sportsligt/hjemmebanefordele.
- Mulighed for indtjening for specialforbund/arrangør, turisme og erhvervsliv samt det offentlige (øget beskæftigelse, skatter og afgifter).
- Profilering af byen, regionen og Danmark (ofte primært ønske fra samarbejdspartnere).
- Profilering af en virksomhed (sponsor).
- Mulighed for at knytte kontakter og venskaber på tværs af fag- og landegrænser.

Ulemper/trusler kunne fx være:

- Ringe dansk indsats, som nedgør værdien af sporten i landet.
- Overarbejde i arrangørkomite, sekretariat mv.
- Risiko for en økonomisk "øretæve".
- Alt, hvad kan gå galt ved eventen og evt. kan give dårlig omtale af eventen/arrangørerne.

Det er en god idé at dele succeskriterierne op i niveauer, da det er umuligt at overpræstere på alle områder. I kan fx lave en virtuel lagkage med tre lag, som vist herunder.



Nederste lag er basis. Her placeres de områder, der "bare" skal være ligeså godt, som det plejer. Mellemste lag består af to til tre områder, hvor I gerne vil gøre det lidt bedre end normalt. Øverste lag eller "lysene i lagkagen" er det, som I gerne vil huskes for. Lysene er det helt særlige, som adskiller sig (positivt) fra tidligere events. Tag ikke mere end et til tre lys for at sikre, at der er kræfter og økonomi til virkelig at gøre disse områder til noget helt ekstraordinært.

SPORT EVENT
DENMARK

Sport Event Denmark
Idrættens Hus
Brøndby Stadion 20
2605 Brøndby

Tlf. 43 26 21 00

Fax. 43 26 21 25

info@sporteventdenmark.com

Eventen kan nemt gøres grøn!

- Hvilke miljøhensyn vil og kan I tage?
- Opstil miljømål
- Prioritér ideerne
- Lav en plan
- Evaluering
- Tips
- Lær af andres erfaringer

I et internationalt perspektiv har Danmark et godt image på miljøside, som det kan være en ide at underbygge ved at tænke grønt, når ens event skal planlægges.

Ideen til et grønt arrangement kan starte af lysten til at sprænge rammer, prøve noget nyt eller bare det at ville gøre noget for naturen og miljøet.

Hvilke miljøhensyn vil og kan I tage?

Afhængigt af hvilken event man er ved at planlægge, kan man overveje at tage miljøhensyn indenfor f.eks.

- Transport
- Forbrug af produkter (mad, drikke, service og emballage, papirvarer m.v.)
- Affald
- Energi og vandforbrug
- Spildevand (via valg af vaske- og rengøringsmidler)

Det er altid muligt at gennemføre én eller flere enkeltløsninger, som kan gøre et arrangement mere miljøvenligt, men det er en fordel at se på miljøforbedringerne samlet. Ellers risikerer I, at tingene ikke hænger sammen, at I glemmer væsentlige miljøpåvirkninger, eller at løsninger direkte modvirker hinanden. - Det er f.eks. ikke så interessant at indkøbe

komposterbare produkter, hvis man ikke sørger for at indsamle det komposterbare affald bagefter, hvilket kan give dårlig omtale.

For at kunne nå at tænke alle miljøforbedringerne igennem, er det en god idé at starte i god tid, men det skal på den anden side understreges, at I ikke skal lade være med at tænke miljø ind i jeres arrangement, hvis I føler, at I er kommet lidt for sent i gang. Hellere få gennemført nogle få tiltag end slet ingen!

Opstil miljømål

Begynd med en planlægningsrunde, hvor I beslutter hvad I ønsker at gøre noget ved – f.eks. transport, indkøb og affald. Overvej om I kan stå tilbage med en egentlig grøn legacy, altså forbedringer på miljøområdet i forhold til før eventens afholdelse. Hav i den forbindelse fokus på effekterne af de enkelte tiltag.

Det er en fordel at formulere nogle miljømålsætninger, f.eks. "Flaske-kilde-vand bliver udskiftet med taphanevand" eller "Transportbehovet skal samlet set gøres mindst muligt".

Det vil ofte være en fordel at involvere andre aktører i denne proces, f.eks. kan I invitere andre eventarrangører, som har afholdt miljøvenlige arrangementer til at komme og dele deres erfaringer med jer. Husk også kommunens miljøansvarlige, som kender de lokale miljøordninger og muligheder godt.

Prioritér ideerne og lav et budget

Næste skridt er at finde forslag til, hvilke tiltag og løsninger I kan sætte i værk for at opfylde arrangementets målsætninger. Start med en idéfase, helst i en gruppe, hvor I kan inspirere hinanden. I denne fase kan I hente gode råd og ideer i de enkelte kapitler i denne guide. Når I har fået listet en række muligheder, kan I diskutere, hvordan de skal prioriteres – med andre ord hvilke af dem, I vil gøre mest ud af. Det er vigtigt



her at se på, om de enkelte løsninger hænger sammen, så indsatsen giver det optimale udbytte.

Det er også i denne fase, at I undersøger, om der er realisme bag ideerne i forhold til økonomi. Lav et budget, som kan hjælpe jer til at prioritere indsatserne.

Lav en plan

Når det er besluttet, hvilke løsninger I vil gennemføre, skal der laves en plan, hvor det for hver løsning/tiltag fremgår:

- Hvad er målet?
- Hvad skal der gøres?
- Hvem er ansvarlig for at gøre hvad?
- Hvornår skal det gøres?

Vælg en miljøansvarlig

Det er vigtigt at udpege en miljøansvarlig, der kan sikre, at de valgte løsninger bliver gennemført og den pågældende holder styr på arrangementets grønne mål.

Den miljøansvarlige skal koordinere indsatsen, få udpeget de personer, der skal være udførende på miljøtiltagene og være tovholder på evalueringen.

Evaluering

Når de miljømæssige mål er sat, er det vigtigt, at I efter arrangementet følger op på dem og ser, om I har nået målene. Hvad var godt, og hvad kunne gøres bedre? Det er vigtigt, at I giver tilbagemeldinger til folk, der har været involveret i processen. (Læs mere i kapitlet om Evaluering)

Tips

1. Tag små skridt

Begynd med mindre tiltag, der kan passe ind i jeres eksisterende eventstruktur og arbejd hen imod større forandringer.

2. Fokuser på det store billede

Hvis det er små ting, der ikke imødekommer jeres miljømål, så kom videre!

3. Opdel arrangementet i faser

- Planlægnings/opbygningsfase
- Afholdelsesfase
- Nedtagningsfase

Og sørg for, at jeres miljøtiltag bliver gennemført i alle faser.

4. Lad jer inspirere

Flere eventarrangører vælger i dag at afholde miljøvenlige arrangementer, kommuniker med dem, og lad jer inspirere af deres arbejde. I behøver ikke altid selv opfinde den dybe tallerken.

5. Skab overblik

Gør overvejelser om, hvilke indsats, der giver størst udbytte i forhold til netop jeres event og prioriter dem højest.

Lær af andres erfaringer...

- http://www.uisp.it/emiliaromagna/files/Sostenibilita/documenti/iso20121_london_2012_sustainability_policy.pdf
- <http://www.green-champions.de/index.php?id=26&L=1>

Før du går i gang		
Tjekliste	JA/NEJ	Bemærkninger
Vi har et budget for vores grønne tiltag.	<input type="checkbox"/>	
Vi har valgt en miljøansvarlig.		
Vi har nedskrevet nogle overordnede miljømålsætninger for vores arrangement.	<input type="checkbox"/>	
Vi har prioriteret de miljømæssigt relevante områder, vi vil arbejde videre med.	<input type="checkbox"/>	
Vi har lavet en plan for, hvad der skal gøres, hvem der er ansvarlig, og hvornår det skal gøres.	<input type="checkbox"/>	