

FØR DU GÅR I GANG

- Hvorfor vil I afholde en sportevent?
 - Hvad skal arven/legacy være efter eventen?
 - 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 holde en international sportevent i Danmark, er der fire grundlæggende elementer, som skal drøftes og undersøges, inden det kan vurderes, om der er realiteter bag drømmen. De fire elementer er: Legacy, organisering, venue og budget.

Legacy

Den direkte oversættelse af legacy er arv, hvilket i event-sammenhæng 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 den tjeneste at overveje grundigt, hvorfor man vil afvikle en event. Hvad er målsætningen? Og hvilke bevæggrunde motiverer de forskellige partnere til at gå ind i eventarbejdet? Tæt forbundet hermed er spørgsmålet om, hvad der skal stå tilbage, når eventen er afviklet – the legacy.

Eksempler på legacy kan være:

- Bedre (sports)faciliteter
- Nyt udstyr til arrangørklubber/forbund
- Flere medlemmer
- Nye udviklingstiltag, som fortsætter efter hovedeventen
- Nyt liv til allerede eksisterende aktiviteter
- Øget eksponering af sporten i offentligheden
- Organisations-/kompetenceudvikling
- Etablering af nye netværk (klub, forbund, kommune, Sport Event Denmark, erhvervsliv mv.)
- Øget sponsor-/medieinteresse
- Øget kendskab til Danmark
- Øget internationalt netværk

Organisering

På dette tidlige tidspunkt i eventovervejelserne behøver I ikke at lægge Jer fast på den endelige organiseringsform. 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
- Klub(ber)
- Frivillige enkeltpersoner (nøglepersoner)
- Professionel Congress Organiser
- Copenhagen Volunteers eller andre frivillignetværk
- Privat eventfirma
- 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 / værtsby

Et af de allerførste skridt på vejen mod en stor event er også 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.

I forhold til de sportslige faciliteter bør I undersøge, om flere venues lever op til de sportslige og tekniske nationale og internationale krav. (*Se mere herom i kapitlet Venue.*) Derudover bør I overveje, hvor I får den bedste venue i forhold til prisen? Herunder vurdering af fx:

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

Læs mere herom i kapitlet Venue.

Desuden er der en lang række andre forhold, der spiller ind på valg af venue og værtsby, fx:

- Lokal forankring: Overvej, hvilken venue der giver størst opbakning fra nærmiljøet, altså hvor klubber, medlemmer og frivillige vil støtte mest op om eventen og give en hånd med.
- Logistik: Hvilken venue har lettest adgang fra lufthavn, banegård, havn mv., og hvordan er logistikken mellem venue og overnatningsmuligheder?
- Samarbejdspartnere: Hvor får vi de bedste samarbejds muligheder i kommunen/regionen?
- Økonomi: Hvor får vi de bedste hotel-/bespisningstilbud? (Priser, rabatter og forhold). Pris på leje af faciliteter, tilskud fra kommune mv.
- Hvor passer eventen bedst ind? Find gerne en location, som har en særlig stemning, et tema eller andet, som kan tilføre eventen et særkende og måske gøre, at eventens målgruppe udvides.
- Er der mulighed for, at den potentielle venueoperatør/-ejer gennemfører forbedringer, tilbygninger mv. i forbindelse med jeres event?
- Hvor er der bedst mulighed for turismemæssige/ sociale arrangementer, shopping, natteliv mv.) Det kan være et trækplaster for ledsagere og evt. kongresdeltagere.

Endelig kan I overveje at sende eventen i "udbud" – og på den måde få mulige afviklingssteder til at oppe sig.

Budget

Det sidste væsentlige element, I skal undersøge for at vurdere, om eventdrømmene er realistiske, er eventbudgettet.

På dette tidspunkt behøver I ikke have detaljerne på plads, men hjørnestenene i eventen – og dermed budgettet – skal fastlægges.

Det kan ikke understreges nok, at hvis I har et gennearbejdet 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 gennearbejdet eventbudget. Brug os!

Læs mere om budgetlægning i kapitlet Budget og Økonomi.

FRA IDÉ TIL HANDLING

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

Eventtrekanten

Ideen til at holde 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. Hvis eventen skal foregå i Danmark og kræver offentlig støtte, er dette forum typisk eventtrekanten.



Eventtrekanten er et partnerskab mellem de tre hovedaktører:

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

Især for eliteidrætsevents er den internationale rettighedshaver oftest et internationalt sportsforbund,

som tildeler eventen til værtsbyer/nationale specialforbund efter en budrunde.

Sport Event Denmark har stor erfaring i tilrettelæggelse og gennemførelse af budkampagner og fungerer ofte som tovholder for denne proces. Et typisk forløb består af en budworkshop mellem partnerne i eventtrekanten, fastlæggelse af kampagnebudskaber og budproces samt udarbejdelse af præsentationsmateriale og en budpræsentation overfor det internationale forbund.

Når eventen er tildelt Danmark, løfter de tre parter sammen eventen, sædvanligvis med en overordnet fordeling af byrderne.

Ildrætten (specialforbundet) er typisk hovedaktør mht. det afviklingsmæssige.

Værtsbyen bidrager med lokal markedsføring, udvikling og aktivering.

Sport Event Denmark har fokus på national og især international markedsføring samt den overordnede projektledelse og -planlægning.

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

Se Sport Event Denmarks Retningslinjer for økonomisk støtte på sporteventdenmark.com

Succeskriterier

På de indledende møder i eventtrekanten anbefales det grundigt at drøfte mulige fordele og ulemper ved at holde eventen.

Opstil målbare succeskriterier, fx hvad angår tilskuere per dag, deltagernationer, tv-dækning og tilgang af nye medlemmer. Tilpas succeskriterierne efter sportens udbredelse i Danmark og udlandet. Priorité mål og delmål.

Fordele/muligheder kan fx være:

- Profilering af idrætten (ønske om flere medlemmer og øget sponsorinteresse).
- Profilering af forbundet og arrangørerne og 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 event-afvikling.
- 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 samarbejdspartnerne).
- Profilering af en virksomhed (sponsor).
- Mulighed for at knytte kontakter og venskaber på tværs af fag- og landegrænser.

Ulemper/trusler kan 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 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. Sæt 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.

Se også kapitlet Evaluering.

GRØNNE FIF

- **Husk også at læse Danmarks Idrætsforbunds tips til, hvordan eventen kan gøres grøn! Du finder den samlede grønne guide under kapitlet Grønne FIF og i forlængelse af dette kapitel.**
-

SPORT EVENT DENMARK

Idrættens Hus, Brøndby Stadion 20, 2605 Brøndby

Tlf: 43 26 21 00

Fax: 43 26 21 25

Info@sporteveddenmark.dk



Eventen kan nemt gøres grøn!

I et internationalt perspektiv har Danmark et godt image på klima- og miljø siden, 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, klimaet og miljøet.

Hvilke klima- og miljøhensyn vil og kan I tage?

Afhængigt af hvilken event man er ved at planlægge, kan man overveje at tage klima- og 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 klima- og miljøvenligt, men det er en fordel at se på klima- og miljøforbedringerne samlet. Ellers risikerer I, at tingene ikke hænger sammen, at I glemmer

væsentlige klima- og miljøpåvirkninger, eller at to 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.

For at kunne nå at tænke alle klima- og 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 klima- og 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 klima- og 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 klima- og 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 klima- og 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 klima- og miljøvenlige arrangementer til at komme og dele deres erfaringer med jer. Husk også kommunens klima- og miljøansvarlige, som kender de lokale klima- og 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 klima- og 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 klima- og miljøansvarlige skal koordinere indsatsen, få udpeget de personer, der skal være udførende på klima- og miljøtiltagene og være tovholder på evalueringen.

Evaluering

Når de klima- og 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. Fokusér på det store billede

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

3. Opdel arrangementet i faser

- Planlægnings/opbygningsfase
- Afholdelsesfase
- Nedtagningsfase

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

4. Lad jer inspirere

Flere eventarrangører vælger i dag at afholde klima- og 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.strategicforum.org.uk/current-activities/sustainability/>

Før du går i gang		
Tjekliste	JA/NEJ	Bemærkninger
Vi har et budget for vores grønne tiltag.	<input type="checkbox"/>	
Vi har valgt en klima- og miljøansvarlig.		
Vi har nedskrevet nogle overordnede klima- og miljømålsætninger for vores arrangement.	<input type="checkbox"/>	
Vi har prioriteret de klima- og 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"/>	