

EVALUERING

- **Hvilke parametre skal vi evaluere på og hvordan?**
 - **Hvilke målsætninger/succeskriterier er der for eventen?**
 - **Skal evalueringen deles op i en intern / ekstern del?**
-

En events succes afhænger af øjnene, der ser, men også af målsætningen for eventen. Pas på med at melde alt for høje mål ud offentligt inden eventen, da det også er dem I bliver "hængt op på" efterfølgende. Vær ambitiøs, men realistisk. En event kan være en ubetinget succes, men de fleste events er en succes på nogle områder og ikke på andre.

Målsætning og evaluering hænger uløseligt sammen. Overvej derfor hvordan I vil evaluere på eventen allerede i planlægningsfasen, når I opstiller jeres mål for eventen.

En prioritering af de enkelte mål kan afsløre, om de vigtigste mål er nået, mens fastlæggelse af succeskriterier afslører, i hvilket omfang målene er nået.

Specifik målformulering

Start med at overveje, hvilke områder I vil evaluere på, fx:

- Event-/tilskueroplevelsen
- Turismeomsætningen
- Mediedækning/branding
- Samarbejder og sideevents, herunder hvor mange organisationer deltog i aktiveringen af eventen og hvor mange personer var opmærksomme på/deltog i sideeventprogrammet?
- Bæredygtighed (Se Guide for grønne events)

Jo mere specifikt og målbart, jeres mål formuleres, jo nemmere er det selvsagt efterfølgende at fastslå, om jeres målsætninger er nået.

Eksempler på specifikke og målbare målsætninger:

- 3.000 udenlandske tilskuere i løbet af eventperioden (let at måle ved indendørs events med billetsalg, men svært ved udendørs events, fx cykelløb)

- Minimum 1.000 personer skal deltage i vores sideevent/motionsløb
- 50 nye medlemmer i den lokale klub 3 måneder efter eventen.
- Eventregnskabet skal gå i nul

Tovholder og samarbejdspartnere

- Hvem er tovholder på evalueringsdesign og sørger for indsamling af data?
- Hvordan indsamles og formidles 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?

Allerede i planlægningsfasen af eventen kan I med fordel udpege en tovholder på evalueringen. Tag stilling til, hvad der skal måles på og hvordan, for at I får et fyldestgørende grundlag til at kunne afdække jeres målsætninger.

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.

Overvej, om I selv kan tilvejebringe de ønskede data og/eller, I skal have eksterne leverandører på – både til at indsamle data og/eller skrive selve evalueringsrapporten. Ved at vælge en ekstern leverandør bliver evalueringen mere objektiv, men husk at der så også skal indhentes tilbud og sættes penge af i budgettet til denne post.

VisitDenmark har en analyseafdeling, som kan hyres ind til at gennemføre effektmåling af turismeøkonomi. Typisk sker dette i samarbejde med et analysefirma, fx Epinion, som ved flere lejligheder har indsamlet og formidlet data fra sportsevents. Endvidere har der været samarbejde med SportCal om en række internationale analyser. De nævnte partnere har alle været gode samarbejdspartnere i forhold til både analysedesign og analyse setup, gennemførelse og udarbejdelse af den endelige evalueringsrapport.

Visit Denmark har i forbindelse med en række analyser udregnet de turismeøkonomiske effekter baseret på "LINE-modellen". Ved at de bistår hermed, bliver der således mulighed for

sammenligning med tidligere analyser. Dog skal det bemærkes at de afledte effekter beregnes på basis af turismeomsætningen, hvorfor det er altafgørende for resultatet, at man har valide indsamlede tal for antallet af danske/udenlandske gæster og antallet af de forskellige gruppers overnatningsmønstre, antal dage, forbrug mv.

In-/ekstern evaluering

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 medvirke til, at sponsorer føler, at de har fået det ud af eventen, som de ønskede og derfor gerne vil støtte et lignende arrangement en anden gang.

Evalueringen kan således også ses som et led i markedsføringen af jeres næste event, idet der også efterfølgende over for pressen følges op på, hvordan eventen gik, hvor mange eventgæster der var mv. Denne form for opfølgning giver eventen et efterliv 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, hvordan erfaringerne fra eventarbejdet kan integreres i det fremtidige specialforbundsarbejde og om der evt. skal udarbejdes en intern evaluering, som afdækker forhold i organisationen eller andet, som I ikke nødvendigvis er interesserede i at dele med andre.

Sport Event Denmark-evaluering

Ud over de konkrete målsætninger for eventen og den for eventen aftalte evalueringsform, fremsender Sport Event Denmarks altid et elektronisk evalueringskema pr. mail til eventarrangørerne et par uger efter eventafviklingen.

Evalueringskemaet har til formål at afdække de samfundsøkonomiske, driftsøkonomiske, markedsførings-/mediemæssige, organisatoriske og sportslige effekter af eventen samt omfanget af anvendt frivillig arbejdskraft og arrangørernes arbejde med grøn bæredygtighed.

Sport Event Denmark's 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 Denmark's rådgivning til fremtidige eventarrangører
- Videreformidle eventerfaringerne som dokumentation til pressen og andre interessenter

SPORT EVENT DENMARK

Idrættens Hus
Brøndby Stadion 20
2605 Brøndby
Info@sporteventdenmark.dk

