



Idrættens Eventmanagement Uddannelse 2011

- Et unikt, netværksskabende udviklings- og uddannelsesforløb med udgangspunkt i dine aktuelle udfordringer med planlægning og gennemførelse af internationale sports-events.

Forretningskoncept- og udvikling – Hvervestrategi – Projektledelse – Eventkommunikation – TV- og Pressearbejde – Støttemuligheder & samarbejdspartnere – Sponsorarbejde – Effektanalyse - Videnopsamling og implementering

SPORT EVENT DENMARK

Hosting Winners



DANMARKS IDRÆTTS-FORBUND
Olympisk komite

Forord

Sport Event Denmark udbyder nu for 4. gang Idrættens Eventmanagement Uddannelse i samarbejde med Danmarks Idræts-Forbund.

Uddannelsen henvender sig til nuværende og kommende arrangører af internationale sportsevents under Danmarks Idræts-Forbund, herunder frivillige og ansatte i specialforbundene, værtsbyer, sportseventorganisationer mv.

Uddannelsen bygger på de problemstillinger, som idrættens eventarrangører ofte sidder med i dagligdagen samt arbejdsområder, der med fordel kan sættes fokus på i planlægningsforløbet.

Dermed sigter vi mod at give inspiration og sparring til eventarrangørernes daglige arbejde og at højne kvaliteten i eventafviklingen.

Uddannelsen er desuden en unik mulighed for at udbygge sit netværk i idrættens verden, få indsigt i og høre om andres nationale og internationale erfaringer fra eventområdet. Du vil således møde nogle af branchens mest erfarne og bedste oplægsholdere, høre masser af cases og indgå i workshops.

INDHOLD OG OPBYGNING

Uddannelsesforløbet er bygget op over tre moduler og består af et mix mellem faglige oplæg, workshops og diskussioner, som giver inspiration til og skærper dine evner som eventmanager. Tidligere deltagere på uddannelsen har vægtet mødet med andre eventarrangører – både kommuner, specialforbund og eventorganisationer, som et uvurderligt element i uddannelsen.

På uddannelsen får du også nye værktøjer, tid til refleksion og mulighed for sparring. Mellem modulerne får du hjemmeopgaver, så du hele tiden holder fokus på at finde nye veje til at varetage eventarbejdet endnu bedre.

Vi glæder os til at se dig!



Modul 1

IDÉ, KONCEPT OG KAMPAGNE

På første modul sætter vi fokus på de værdier og elementer, som ligger i den enkelte event, samt hvordan det enkelte særkende kan udnyttes optimalt i både opbygning, gennemførelse og markedsføring af eventen. Vi ser også på hvilke rammer og samarbejdspartnere, der er optimale for den enkelte event, og hvorfor nogle events med fordel kan placeres i Jylland frem for København – og omvendt.

Endelig sætter vi fokus på udviklingen af den strategi og de budskaber, der skal være med til at sikre nye events til Danmark i fremtiden.

Det er hensigten, at modulet skal skabe en forståelsesramme inden for teorien af forretnings- og kampagneudvikling, så deltagerne bliver i stand til at løfte sig op over det praktiske plan og se mere strategisk på planlægningen af eventarbejdet.



Hvervearbejde/kampagnestrategi

Kampen om at vinde værtskabet af internationale sportsevents er støt stigende, og en række lande sætter i disse år ind med øgede ressourcer for at intensivere arbejdet. Vi høster erfaringerne fra en række vindere og ser på, hvad der gik galt for andre, for til

sidst at komme med et konkret bud på, hvad den enkelte kandidat kan gøre for at optimere sit bud.

Lars Haue-Pedersen, administrerende direktør for TSE Consulting, Lausanne



Sport Event Danmark – nationalt og internationalt fokus

Hør om Sport Event Danmarks arbejde på de nationale og internationale fronter i relation til nationale og internationale specialforbund, sportsmedier mv. Hør også om Sport Event Danmarks primære fokusområder og

markedsføringen af Danmark via internationale sportsevents. Vi sætter desuden fokus på, hvad der får forbund og værtsbyer til at gå ind i eventarbejdet, samarbejdet mellem Sport Event Danmark, specialforbund og værtsby, finansieringsgrundlaget for en event samt det rigtige valg af værtsby.

Lars Lundov, direktør, Sport Event Danmark



Koncept og forretningsudvikling

Hvem er en sportsevents største konkurrent i kampen om tilskuere, mediedækning og sponsorer, og hvordan ruster vi os bedst til kampen? Et oplæg krydret med teori og cases om publikumsadfærd, konkurrenceparametre, eventens styrker/svagheder og

DNA, interaktivitet med publikum, score card og selvevaluering.

Christian Have, direktør, Have Kommunikation



Modul 2

SPONSERING, FRIVILLIGE, PLANLÆGNING OG EVALUERING

På andet modul skaber sommerens aktuelle event - UEFA U21-EM 2011 - rammerne, og der er således indlagt et besøg bag kulisserne af arrangementet, ligesom vi skal deltage i et VIP-arrangement og se Danmarks kamp mod Hviderusland på Aarhus Stadium.

Der er fagligt fokus på, hvordan man skaffer og plejer såvel frivillige som sponsor. Vi ser også på de mere tekniske sider af eventarbejdet, hvor områder som kontrakter, forsikring, skat og moms bliver belyst. Vi ser også på opstilling af budgetter som et styringsværktøj samt håndtering af visum og akkreditering. Endelig ser vi på effekten af eventarbejdet, både i forhold til eksterne faktorer som fx turismeomsætning og samfundsøkonomi, og i forhold til implementeringen af erfaringerne fra eventarbejdet i det fortsatte arbejde i specialforbundet.

Det er hensigten, at modulet giver deltagerne en praktisk tilgang samt en række værktøjer, som kan omsættes direkte i eventarbejdet.



Case: UEFA U21-EM 2011

UEFA U21-EM 2011 afvikles i de fire danske byer; Aalborg, Aarhus, Viborg og Herning i perioden den 11.-25. juni. Der er bygget en omfattende dansk organisation op, som i samarbejde med UEFA står for afviklingen. Hør om arrangørernes erfaringer hermed samt

med udviklingen af et omfattende koncept for eventen, herunder national og international markedsføring.

Christian Bordinggaard, Tournament Director, UEFA U21-EM 2011, Dansk Boldspil-Union



Rekruttering, motivering og håndtering af frivillige

Internationale sportsevents i Danmark kan kun gennemføres med hjælp af frivillige. De frivillige står ansigt til ansigt med de aktive, trænere, ledere, publikum og presse, når eventen løber af stablen. Deres inddragelse i og

indstilling til opgaven er derfor altafgørende for, hvordan hele arrangementet opleves af de tilreisende. Derfor er det også alfa og omega, at man finder de rette frivillige, behandler dem godt, og giver dem en god oplevelse, så de har lyst til at give en hånd med igen en anden gang.

Franka Abrahamsen, Sekretariatsleder, Cph Volunteers

Budget, regnskab, akkreditering og visum



Lad budget og regnskab blive et fast omdrejningspunkt og ledelsesinstrument i eventarbejdet, så du løbende har et økonomisk overblik over eventen. Vi gennemgår de overordnede regnskabsprincipper og en række gode råd til opstilling, vedligeholdelse, udarbejdelse og offentliggørelse af det

in- og eksterne eventbudget med udgangspunkt i Sport Event Danmarks budgetskabelon.

Hvordan sikrer man en let og smidig akkrediteringsproces for de udenlandske deltagere? Hvilke persondata er der behov for, hvilke lande skal ansøge om visum, og hvordan kan de danske eventarrangører hjælpe processen på vej?

Frederik Munk, Event Manager, Sport Event Denmark



Sportmarketing/sponsorarbejde

Hvordan får man en nichesport uden danske profiler til at træde ud af skyggen fra de store, og typisk, TV eksponerede begivenheder?

Hvordan udarbejdes et sponsorkoncept, hvad kan sælges, og hvad er de typiske faldgrupper i forbindelse med

prisfastsættelsen af produktet? Kan eventmageren selv varetage salget, eller skal der findes en samarbejdspartner, og hvordan trænger man igennem over for en potentiel sponsor? Hvad kræver det at have sponsorer, og er det arbejdet værd? I hvilken grad skal man imødegå sponsors ønsker og muligvis ændre på elementer i eventen?

Henrik Reichel Bartholdy, Nordisk direktør, MEC Access



Det juridiske hjørne, forsikring, skat og moms

Hvad er den bedste organisationsform juridisk set, når man skal afvikle en event? Hvem kan indgå købs-, leje-, forsikringsaftaler mv. på vegne af eventorganisationen? Og hvad skal der stå i aftalen for, at den holder juridisk? Dækker den kollektive idræts-

forsikring hos DIF, når der afvikles events, eller skal der tegnes yderligere forsikringer? Skal der betales skat af et eventuelt overskud? Hvornår er det en fordel at være momsfrataget, og hvem kan blive det?

Willy Rasmussen, konsulent, Danmarks Idræts-Forbund



Effektmåling og evaluering

Hvornår er en event en succes – og en succes for hvem? Hvilke parametre kan/skal der måles på, og til hvem/hvordan skal resultatet formidles?

Hvordan sikres det, at erfaringerne fra en event forankres hos eventarrangøren/specialforbundet og kan

overføres til den næste? Hvad kan effekterne af en international sportsevent være? Og hvordan måles effekterne? Med udgangspunkt i en konkret eventevaluering og effektanalyse, gennemgås eksempler på videnopsamling, samfundsøkonomiske og immaterielle gevinster forbundet med værtskaber.

Birgitte Schultz, analysekonsulent, Sport Event Danmark



Personlighedstyper og karakteristika

Menneskers måde at bidrage til løsning af en opgave på, skabe relationer og samarbejde med andre mennesker er væsensforskellig. Vi gennemgår forskellige teamroller og ser på, hvilke karakteristika, du med fordel kan se efter til forskellige opgaver, ligesom vi

kortlægger, hvilken type du er.

Torben Bundgaard, chefkonsulent, Danmarks Idræts-Forbund



Foto: FITA

Modul 3

ORGANISERING, LEDELSE OG KOMMUNIKATION

På modul 3 sætter vi fokus på organiseringen og planlægningen af de mange eventopgaver samt de persontyper, som man med fordel kan se sig om efter, når man skal opbygge en eventorganisation.

Vi ser på kommunikationsplatform, som skal bygges op omkring eventen for at give størst gennemslagskraft og synlighed, herunder bl.a. tv-aftaler, pressekontakt, sociale medier mv. Det er hensigten, at modulet skal give deltagerne en praktisk tilgang samt en række værktøjer, som kan omsættes direkte i eventarbejdet.



Projektorganisation og projektledelse
Hvad er en hensigtsmæssig opbygning og ledelse af en projektorganisation? En række konkrete styringsredskaber og projektledelsesværktøjer vil blive gennemgået, ligesom der vil blive sat fokus på tiltrækning, motivation og fastholdelse af det enkelte individ og grupper.

Jan Gudnitz, udviklingskonsulent, DIF



Tv-aftaler, - rettigheder og samarbejde
Hvilke events har brug for en host broadcaster? Hvad forventer det internationale specialforbund, og hvad skal en tv-aftale indeholde? Hvad koster en produktion, og hvem betaler regningen?

Hanne Sejer, souschef i Sport Event Denmark



Case: Pressearbejdet i Danmarks Badminton Forbund

Hvordan håndterer et forbund pressearbejdet op til og under en international sportevent, og hvordan skabes der størst mulig synergi i forhold til forbundets daglige pressearbejde? Hvad er "need to have", når de personlige og økonomiske ressourcer er

begrænsede, og hvor kan man supplere, hvis der er tid eller penge til overs?

Trine Bay, kommunikationschef i Danmarks Badminton Forbund



Eventkommunikation

Hvad skal der til kommunikationsmæssigt for at sikre synlighed om en event? Hvordan kan Sport Event Denmark og andre samarbejdspartnere hjælpe til med at sikre synligheden af den enkelte event? Om valg af kommunikationsplatforme, planlægning af kommunikationsindsatsen,

målgrupper og budskaber.

Eline Andersen, Event and Communication Manager i Sport Event Denmark



Praktisk information

Tid og sted

Modul 1: **Scandic Copenhagen**
Torsdag den 5. – fredag den 7. maj 2011

Modul 2: **Plaza / Århus**
Tirsdag den 14. – torsdag den 16. juni

Modul 3: **Dragør Badehotel**
Torsdag den 25. – fredag den 26. august



Hvem kan deltage?

Målgruppen for uddannelsen er personer, der til daglig arbejder med tiltrækning, planlægning, afvikling og/eller markedsføring af større internationale sportsevents i Danmark, primært under DIF, herunder både frivillige og ansatte i DIF's specialforbund og klubber, ansatte og frivillige i kommuner, sportseventorganisationer, sportsarenaer mv.

Deltagerantallet er begrænset til max. 25 personer, hvorfor vi kan blive nødsaget til at foretage en udvælgelse blandt ansøgerne.

Pris

7.500 kr. per deltager. Prisen inkluderer undervisningsmaterialer, forplejning, ophold og overnatning på alle tre moduler samt billet til VIP-arrangement og UEFA U21-kampen. Deltagerne skal selv betale for transport til/fra kurset.

Faktura udsendes sammen med bekræftelse på tilmelding.

Ansøgning/tilmelding

Send din motiverede ansøgning **inden den 21. marts 2011**. Ansøgningen skal indeholde følgende oplysninger:

- Navn
- Organisation
- Postadresse
- Telefonnummer og evt. mobil
- E-mail
- Organisatorisk placering: Ansat / Frivillig
- Eventfunktion i organisationen (stillingsbetegnelse)
- Beskriv kort omfanget og indholdet i din stilling, samt hvilke events du har været eller er involveret i
- Uddannelsesmæssig erfaring
- Evt. øvrige bemærkninger

Ansøgninger indsendes til:
Carsten Hjøllund/Sport Event Denmark
e-mail: ch@sporteventdenmark.com

Yderligere oplysninger

Hanne Sejer, souschef i Sport Event Denmark og kursusleder på uddannelsen
e-mail: hs@sporteventdenmark.com, tlf. 43 26 21 03,
mobil: 20 27 40 44