



SPORT EVENT DENMARK

HOSTING WINNERS

TURISTØKONOMISK EFFEKTMÅLING
OG EVALUERING

UEFA U/21 EM fodbold 2011

Den 11. - 25. juni i Viborg, Aarhus, Aalborg og Herning

INDHOLDSFORTEGNELSE

Indledning	1
Baggrund	1
Nøgleresultater	2
Arrangementsdata	3
Finansieringen	4
Formål	4
Metode og indhold..	4
Afgrænsning	6
Resumé	6
Kapitel 1. Fans	12
Kapitel 2. Pressefolk	36
Kapitel 3. Andre eventgæster.....	48
Kapitel 4. Frivillige hjælpere	48
Kapitel 5. Online mediedækning	65
<u>BILAGSAFSNIT</u>	
Bilag 1 – Stikprøve vs. totalpopulation	68
Bilag 2 – Kvalitative uddybninger af svar fra segmentet fans	69
Bilag 3 – Kvalitative uddybninger af svar fra segmentet medier.....	70
Bilag 4 – Kvalitative uddybninger af svar fra segmentet frivillige hjælpere	74

UEFA U/21 European Championship 2011 11. – 25. juni i Viborg, Herning, Aalborg og Aarhus



FOTO: Glade tilskuere ved en af Danmarks kampe under U21 EM 2011

Indledning:

Viborg var en af fire jyske værtsbyer for denne, den største event i 2011 i regi af rettighedshaverne, det europæiske fodboldforbund, UEFA.

Sammen med DBU og værtsbyernes øvrige samarbejdspartnere, bl.a. Sport Event Denmark, lykkedes det de danske arrangører dels at skabe stor national og international opmærksomhed omkring eventen dels at sikre en succesrig afvikling, bl.a. takket være 826 ihærdige frivillige hjælperes indsats. Dette og en lang række andre forhold vil denne turistøkonomiske evaluering afdække med fokus på værtsbyen Viborg.

Baggrund:

Sport Event Denmark har igennem mere end ti år gennemført effektmålinger af udvalgte store internationale sports events og sportskongresser i Danmark, men aldrig før ved en event i fire værtsbyer. Fællesværtsskabet betyder, at der er udarbejdet én effektmåling pr. værtsby med fokus på eventens betydning for netop denne værtsby. Desuden har Sport Event Denmark udarbejdet en tværgående overordnet "Tourist Economic Impact Analysis and Evaluation" af eventen på engelsk, sidstnævnte i samarbejde med UEFA og med deres godkendelse.

Derudover har UEFA selv gennemført en telefonisk fanundersøgelse efter eventen med godt 1.000 respondenter, der ifm. eventen i Danmark, sagde ja til efterfølgende at stille op til interview pr. telefon. En række af de spørgsmål, UEFA stiller i deres undersøgelse, er sammenfaldende med dem, Sport Event Denmark, har stillet i nærværende undersøgelse.

Her følger en række nøgleresultater fra eventen i summarisk form, specifikt for Viborg (undtagen resultaterne for pressefolk, der ikke er værtsbyopdelt):

- Der blev solgt 24.752 billetter ift. målsætningen på 36.731, dvs. at der blev solgt 11.979 færre billetter end forventet, svarende til 33%. Godt 60% var til lokale borgere
- De tilskuere, der ikke kun opholdt sig i fanzonen, men også overværede kampe på stadion, så eller havde til hensigt at se 1,2 kampe i gennemsnit
- Næsten halvdelen af fansene i Viborg svarede, at de ikke skulle se nogen kampe, men kun feste i fanzonen, heraf flest lokale
- 24% af dem, der indløste billet til de to første kampe i Viborg, dukkede aldrig op på stadion¹
- Knap 2 ud af 3 fans i Viborg spiller selv fodbold (eller har gjort tidligere) og/eller deres børn gør
- 2 ud af 3 fans i Viborg, der ikke bor i lokalområdet, overnatter uden for eget hjem ifm. deres U/21 ophold, gennemsnitligt i knap 3 dage
- Der var relativt flere kvinder blandt fansene i Viborg end i øvrige værtsbyer (47%)
- Eventen appellerede i høj grad til det yngre segment; gennemsnitalderen på fansene i Viborg var lavere end i øvrige værtsbyer (blot 21 år)
- De sociale medier spillede, sammen med tv/radio og familie/venner, en stor rolle mht. at gøre fansene bekendt med værtskabet af EM'et i Viborg (og de øvrige 3 byer)
- Hver femte fan i Viborg vidste, der var en (dansk) event Facebook fanside
- For hver fjerde af disse 20% var Facebook medvirkende til, at de skulle ind og se en U21 kamp på Viborg Stadion
- Venner og bekendte var det mest forekommende rejseselskab, og den typiske rejsegruppe bestod af 6-7 personer
- For 62% af fansene i Viborg var det første gang, de så en U/21 kamp
- Der var størst tilfredshed blandt fansene med fanzonen og med gæstfriheden i Viborg
- Hver femte reporter var fra lokalområdet og hver femte udenbys fra
- 6 ud af 10 pressefolk var fra udlandet
- De overnattende pressefolk (89%) havde i gennemsnit 8,6 overnatninger
- De fleste pressefolk tog direkte til stadion efter ankomst i værtsbyen
- Knap 2 ud af 3 havde andre reportagemæssige opgaver end EM'et, mest byaktiviteter relateret til turneringen
- UEFAs hjemmeside var klart det medie, pressefolkene anvendte mest for at holde sig løbende opdateret på turneringen men de sociale medier spillede også en vis rolle
- 21% af pressefolkene følte, de havde negative oplevelser ifm. eventopholdet

¹ Er ikke målt på de to øvrige kampdage i Viborg men procentandelen skønnes at være lavere i lyset af, at den ene var semifinalen

- Der var generel stor tilfredshed med eventopholdet blandt pressefolkene på de 12 målepunkter, der er spurgt ind til
- Der var størst tilfredshed blandt pressefolkene med sikkerheden, gæstfriheden og med hjælpsomheden blandt personalet i medicencentret
- Der var mindst tilfredshed med forplejningen
- Den typiske frivillige hjælper var mand, 36 år, bosiddende i lokalområdet, lønmodtager på fuld tid med en mellemlang uddannelse som ballast
- Den typiske frivillige hjælper dyrker selv fodbold og/eller én i familien gør det
- Den typiske frivillige hjælper fik primært viden om muligheden for at blive frivillig ved EM'et via de sociale medier
- Den typiske frivillige hjælper er overvejende motiveret af den oplevelse, han/hun får ved at være med at løfte i flok
- Den typiske frivillige hjælper foretrækker at arbejdet inden for områder, der understøtter eksisterende kompetencer
- Den typiske frivillige hjælper mener, at hans indsats ved EM'et har givet ham/hende nye og/eller har styrket eksisterende kompetencer, især sociale og kommunikative kompetencer
- Godt hver fjerde frivillige hjælper føler, han/hun har gjort en forskel ved EM'et
- 9 ud af 10 frivillige ved EM'et vil gerne være med igen ved en fremtidig sportsevent
- Turismeomsætningen i Viborg blev på 8,6 mio. kr., heraf 4,5 mio. kr. udenlandsk (=52%)
- Det offentlige provenu i form af moms, skatter og afgifter til Viborg Kommune afledt af turismeomsætningen blev på kr. 258.061 kr.
- Værdien af den frivillige arbejdskraft i Viborg er opgjort til godt 1,5 mio. kr. baseret på 136 frivillige hjælpere i 5,7 dage hver á 10 timer pr. dag á kr. 200
- Viborg er nævnt sammen med eventen i 641 online artikler (nationale og internationale) i juni 2011
- Ifølge tal fra UEFA blev turneringen set af 98 mio. tv-seere

Arrangementsdata:

De danske arrangører valgte at markedsføre UEFA U/21 EM'et 2011 under sloganet "Stars of today – Superstars of tomorrow".

Otte nationer, nemlig Danmark, England, Hviderusland, Island, Schweiz, Spanien, Tjekkiet og Ukraine deltog i turneringen. Desværre havde ingen af de traditionelt stærke fodboldnationer Italien, Tyskland, Frankrig og Holland kvalificeret sig.

Der blev spillet 15 kampe i turneringen samt 1 OL-kvalifikationskamp i Aalborg; fire i Aarhus, fire i Aalborg, fire i Herning og fire i Viborg, og finalekampen mellem Spanien og Hviderusland d. 25. Juni i Aarhus trak det største tilskuertal (19.063).

Danmark gik lige akkurat ikke videre til semifinalerne, hvilket bidrog til, at tilskuertallet ved eventen ikke levede op til forventningerne.

Spanien, Schweiz og Hviderusland kvalificerede sig til OL 2012 i London efter de 16 kampe i turneringen.

Finansiering:

Viborg Kommune har som udgangspunkt haft en udgift på UEFA Under21 2011 på kr. 4,655 mio. Efter tilskuddet fra Sport Event Denmark på kr. 1,25 mio. bliver nettoudgiften imidlertid på kr. 3,305 mio. kr.

Derudover er der lønudgifter i kommune, som ikke indgår i nettoudgiften.

Formål:

Formålet med Sport Event Danmarks overordnede Tourist Economic Impact Analysis and Evaluation er kort fortalt, at:

1. Dokumentere de mange effekter forbundet med eventgæsternes² besøg ifm. eventen, herunder både af samfundsøkonomisk og ikke-samfundsøkonomisk karakter
2. Afdække eventgæsternes demografiske profil og evaluering af eventafviklingen/ værtsbyerne
3. Dokumentere den nationale og internationale online mediedækning.
4. Afdække de frivillige hjælperes motivation, demografi, erfaringer mv. (frivilligprofil)

Formålet med nærværende værtsbyspecifikke rapport er herefter, så vidt det er muligt, at vise resultaterne afgrænset til Viborg.

Metode og undersøgelsens indhold

Denne rapport, der indledes med et resumé, består af fem delundersøgelser. De personlige interviews, der ligger til grund for tilskuerundersøgelsen i kapitel 1, er foretaget af Epinion i og omkring stadion og fanzone.

Stikprøvens størrelse ift. populationen er angivet for hver af de relevante aktørgrupper (tilskuere, medier osv.) i bilag 1.

Hvor det er skønnet forsvarligt, er "ikke besvaret/ved ikke"-svarene fra tabellerne i de enkelte kapitler fjernet fra resultaterne i Nøgleresultater og Resumé. På den måde giver de reelt afgivne svar mere mening. Det giver f.eks. ikke megen mening i en kønsfordeling at vide, at 30% var mænd, 20% kvinder og 50% har ikke besvaret spørgsmålet. Den slags er der således korrigeret for.

- 1) Evaluering af eventen – FANS; deres profil, forbrug mv. – KAPITEL 1
Tilskuernes forbrug i Viborg³, demografiske kendetegn, turistadfærd, brug af sociale medier, tilknytning til fodboldsporten, sponsorerindring og en lang række andre aspekter.

Undersøgelsen er baseret på 198 personlige interviews foretaget i Viborg af Epinion, søndag d. 19. juni og onsdag d. 22. juni, både ved stadion og i fanzonen.

² Kun eventgæster, der ikke har bopæl i værtskommunen og kun eventgæster, der er i byen primært pga. EMet

³ Excl. billetforbrug til EMet, da disse tilfaldt UEFA

Der var tale om en vis grad af selvudfyldning, dvs. at fansene selv udfyldte skemaerne og herefter overlod dem til Epinion interviewerne. Denne høje grad af selvudfyldning medførte på positivsiden, at målet mht. antal indhentede fansvar blev nået, men omvendt også, at visse spørgsmål ikke er blevet besvaret og/eller uddybet tilstrækkeligt.

De indhentede 198 svar er en relativt beskedne stikprøve, der bevirker, at når den nedbrydes f.eks. på udenbys, udenlandske og lokale, er der forholdsvis få respondenter i hver undergruppe med de statistiske usikkerhed, der er forbundet hermed. I bilag 2 findes de kvalitative uddybninger af de indhentede svar fra fans.

Det engelsksprogede spørgeskema, der lå til grund for undersøgelsen, indeholdt ca. 25 spørgsmål, og var udarbejdet af Sport Event Denmark og godkendt af UEFA.

2) Evaluering af eventen – MEDIEFOLK; deres profil, forbrug mv. – KAPITEL 2

Om de mediefolk, der var akkrediteret via UEFA, havde andre medieopgaver end at rapportere fra VM-kampene, deres turistadfærd, sponsorerindring, forbrug i Danmark og en lang række andre aspekter.

Undersøgelsen er baseret på et online spørgeskema til anonym selvudfyldning udarbejdet af Sport Event Denmark på engelsk og godkendt samt sendt ud fra centralt hold i UEFA d. 23. juni. Spørgeskemaet indeholdt ca. 30 spørgsmål.

76 besvarelser indløb inden deadline. De 76 besvarelser er på tværs af de fire værtsbyer og ud af 514 mulige (=svarprocent 15%),. Det kan ikke ses, hvor mange der specifikt rettede sig imod Viborg, men de kvalitative uddybninger af svarene kan ses i bilag 3 og kan i visse tilfælde give en indikation.

3) Andre eventgæsters forbrug⁴ - KAPITEL 3

Vi gennemførte ikke interviews i dette segment. Derfor er deres bidrag til turismeomsætningen anslået ud fra vores erfaring på området igennem mere end 10 år således: erfaringsbaseret gennemsnitligt døgnforbrug x antal nætter fra personerne i dette segment jfr. oplysninger fra UEFA og DBU.

4) Evaluering af eventen – FRIVILLIGE HJÆLPERE; deres profil, motivation mv – KAPITEL 4

De frivillige hjælpere motivation, demografiske kendetegn, erfaring med frivilligt arbejde, ønske om at være frivillig hjælper igen ved en fremtidig sportsevent, tilknytning til fodboldsporten, evaluering af eventen og mange andre aspekter. Endvidere er værdien af den frivillige arbejdskraft forsøgt værdisat.

Undersøgelsen er baseret på et online spørgeskema til anonym selvudfyldning udarbejdet af Sport Event Denmark på dansk og mailet rundt d. 27. juni. Spørgeskemaet indeholdt ca. 30 spørgsmål.

76 besvarelser fra frivillige hjælpere i Viborg indløb inden deadline ud af 136 mulige. Dette giver en svarprocent på 56%. De kvalitative uddybninger af svarene kan ses i bilag 4.

De frivillige hjælpere blev ikke adspurgt om deres forbrug i Viborg ifm. EMet. Hovedsagelig fordi der primært var tale om folk fra lokalområdet (Viborg Kommune), og pr.

⁴ F.eks. UEFA-funktionærer, sponsorer og spilleragenter

definition tæller lokale borgeres forbrug ikke med i effektmålinger som nærværende. Se "Afgrensning".

5) National og international online mediedækning – KAPITEL 5

En opgørelse over antal artikler fra januar 2011 til september 2011 med fokus på Viborg og en sammenligning mellem antal internationale og nationale online artikler.

Bilag

- stikprøvestørrelse og -fordeling danske vs. udenlandske samt totalpopulation
- kvalitative uddybninger af svar fra segmentet FANS
- kvalitative uddybninger af svar fra segmentet MEDIER
- kvalitative uddybninger af svar fra segmentet FRIVILLIGE HJÆLPERE

Afgrensning

- Kun EM-gæster med fast bopæl uden for lokalområdet og med eventen som hovedårsag til besøget i Viborg er medregnet i turismeomsætningen
- Effekterne af EMet er sammenlignet med en 0-situation, dvs. ingen alternativ anvendelse af de midler, der er investeret i eventen (havde det f.eks. været mere fordelagtigt at investere i anden sports event eller en koncert, konference eller andet?)
- Fortrængningseffekten på indkvarteringsstederne er ikke modregnet i effekterne, men de vurderes at have været beskedne⁵

Ud over selve turneringen blev der afholdt en række nationale og internationale konferencer og seminarer, bl.a. et UEFA Referee Meeting, samt adskillige sideaktiviteter såsom en fodboldturnering for skolerne i de 4 værtsbyer. Effekterne af sideaktiviteterne er ikke beregnet, men de vurderes at være beskedne.

Resumé

Her følger et resumé af resultaterne fra den del af eventen, der fandt sted i Viborg, opdelt på aktørgrupper (fans, medier, andre, frivillige hjælpere). I slutningen af resuméet findes en oversigt over den nationale og internationale online mediedækning med udgangspunkt i Viborg.

Fans

De fans⁶, der var solgt flest billetter til ved EM'et i Viborg, var primært fra lokalområdet (60%). Som i de øvrige værtsbyer var der imidlertid en del af dem, der havde købt billet (eller som der var købt billet til), der aldrig dukkede op (=no shows) på stadion, og disse var primært lokale. På den måde har der sandsynligvis været færre end 60% lokale blandt de unikke hoveder ved kampene i Viborg.

Det nøjagtige antal af lokale fremmødte tilskuere ved kampene i Viborg kendes imidlertid ikke, hvorfor det er de resterende 40%, der danner grundlag for turismeomsætningsberegningen i denne rapport⁷. Dertil kommer naturligvis omsætning fra de ude fra kommende fans, der kun opholdt sig i fanzonen.

⁵ Altså at EM-gæsterne optager plads på hoteller mv. på bekostning af andre gæster

⁶ Herunder også lokale firmaer, Viborg kommune m.fl.

⁷ Dvs. ikke tæller med i beregningen, da lokale borgere pr. definition aldrig tælles med her

- Næsten halvdelen af fansene i Viborg er kun i fanzonen og skal ikke se nogen kampe på stadion, flest lokale
- De fans, der er interviewet i Viborg, og som så kampe på stadion, så i gennemsnit 1,2 kampe
- Der var en smule flere mænd end kvinder blandt fansene (53% vs. 47%) og gennemsnitsalderen var blot 21 år
- Knap 2 ud af 3 fans i Viborg spiller selv fodbold (eller har gjort tidligere) og/eller deres børn
- 2 ud af 3 fans i Viborg, der ikke bor i lokalområdet selv, overnatter uden for eget hjem ifm. U/21 eventen, gennemsnitligt i knap 3 dage
- Venner og bekendte var det hyppigste rejseselskab
- Flest fans blev bekendt med EM'et via tv og radio men også familie/venner og sociale medier spillede en stor rolle
- Der var flest, der blev bekendt med EM'et, hhv. 1-3 mdr. før kick-off og >1 år før kick-off
- Knap 2 ud af 3 af fans i Viborg har en Facebook-profil
- Hver femte fan i Viborg vidste, at der var en (dansk) UEFA U/21 EM Denmark Facebook-side
- 4 ud af 10 af disse har skrevet kommentarer, syntes godt om eller bidraget med indhold til siden
- For hver fjerde af dem, der kendte til eventens Facebook-side, var Facebook medvirkende til, at de skulle se/så en U-21 kamp på stadion
- Bilen var det mest anvendte transportmiddel til/fra kampene på Viborg Stadion
- Flest fans brugte <250 kr. pr. dag i Viborg ifm. eventen
- 6 ud af 10 ude fra kommende fans i Viborg overnattede uden for eget hjem ifm. eventen
- De fleste fans i Viborg opholdt sig i fanzonen før de tog ud på stadion⁸
- For mere end halvdelen af fansene i Viborg er det vigtigt eller meget vigtigt, at der er et fanzoneområde
- De fleste fans i Viborg opholder sig 2 gange i fanzonen
- Mere end 8 ud af 10 fans i Viborg husker en eller flere eventsponsorer (gns. 4,5). Højest scorer Carlsberg Sport, McDonalds og Carlsberg
- For 62% af fansene i Viborg var det første gang de så en U-21 kamp
- Der var størst tilfredshed med fanzonen og med gæstfriheden i værtsbyen
- Der var mindst tilfredshed med transportmulighederne til stadion og med sikkerhedstjek/sikkerheden omkring stadion
- De fleste fans i Viborg købte/fik billet til EMet via UEFAs hjemmeside og fra en sponsor-promotionskonkurrence
- 58% af de, der indløste billet til eventen, var meget godt eller godt tilfreds med prisniveauet på billetter til kampene

⁸ Heri er således ikke inkluderet de fans, der aldrig tog til nogen kampe men kun var i fanzonen

- 56% af de, der indløste billet til eventen, var meget godt eller godt tilfreds med serviceniveauet omkring billetkøb
- Godt halvdelen af de 69%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til UEFA U21 mesterskaberne, gjorde det i positiv retning (53%)
- Hver tredje af de 59%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til UEFA, gjorde det i positiv retning
- Næsten 2 ud af 3 af de 76%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til Viborg, gjorde det i positiv retning (64%) – tallet inkluderer også byens egne borgere
- Knap hver tredje af de 60%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til sponsorerne, gjorde det i positiv retning (32%)
- Godt halvdelen af de 73%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at værtskabet havde forbedret Danmarks omdømme, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (52%)
- Knap halvdelen af de 73%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at værtskabet var en stor succes, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (48%)
- Godt hver fjerde af de 86%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at mesterskaberne var overkommercialiserede, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (27%)
- Knap 2 ud af 3 af de 73%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at Danmark havde været en god vært for mesterskaberne, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (66%)
- 42% vil anbefale familie eller venner at besøge Viborg i fremtiden
- 48% har brugt Viborgs U21 fanzone Facebook side ifm. eventen
- 40% har brugt Viborgs U21 Foursquare til at checke ind i Viborgs fanzone
- 39% har brugt Viborgs U21 Gowalla-trip på ruten fra fra fanzonen til stadion
- Knap halvdelen af de, der svarede spørgsmålet, føler, at disse Viborg tjenester (Facebook, Foursquare og Gowalla) har forbedret deres oplevelse af den samlede event

Pressefolk

Medieundersøgelsen er ikke opdelt på værtsbyer specifikt, (flere medier rapporterede tværgående fra en eller flere værtsbyer) hvorfor nedenstående er de generelle tendenser ved medierne ophold i og evaluering af eventbesøget i de fire værtsbyer. Der kan dog være kvalitative uddybninger af svarene i bilag 3, der afslører, om erfaringen er gjort i den ene eller anden værtsby.

- 6 ud af 10 pressefolk var fra udlandet
- 20% af pressefolkene var fra lokalområdet
- Størstedelen var fra den skrevne presse incl. web-medier
- Næsten 9 ud af 10 ude fra kommende pressefolk overnattede i værtsregionen ifm. eventen (men det kan desværre ikke ses, hvor, altså i hvilken af de 4 værtsbyer)
- De overnattende pressefolk havde i gennemsnit 8,6 overnatninger i værtsregionen

- Alle pressefolkene tog direkte til stadion efter ankomst i værtsbyen
- Størstedelen dækkede finalekampen d. 26. juni 2011 mellem Spanien og Hviderusland
- Knap 2 ud af 3 pressefolk havde andre reportagemæssige opgaver end EM'et, mest byaktiviteter relateret til turneringen
- De der havde andre reportagemæssige opgaver end kampene, dækkede "city related activities"
- UEFAs hjemmeside var klart det medie, pressefolkene anvendte mest for at holde sig løbende opdateret
- Sociale medier spillede en vis rolle i pressefolkernes forsøg på at holde sig løbende opdateret
- Over halvdelen af pressefolkene var i stand til, uhjulpet, at nævne en eller flere eventsponsorer
- De pressefolk, der var i stand til dette, nævnte i gennemsnit 3 sponsorer
- 21% af pressefolkene følte, de havde negative oplevelser ifm. med eventopholdet
- Der ses ganske betydelig positiv holdningsændring til selv UEFA U21 eventen og til Danmark efter eventafviklingen
- Der var generelt stor tilfredshed med eventopholdet på de 12 målepunkter⁹ vi spurgte til
- Der var størst tilfredshed med sikkerheden i og omkring stadion samt i værtsbyen, med gæstfriheden og med hjælpsomheden blandt personalet i mediecentret
- Der var mindst tilfredshed med forplejningen, eventatmosfæren og udsynet fra medietribunen

Andre eventgæster

Der blev som nævnt ikke foretaget nogen interviews blandt "øvrige eventgæster" end fans, mediefolk og frivillige hjælpere. Deres gennemsnitlige døgnforbrug er sat til kr. 2.000 pr. person ud fra Sport Event Danmarks tidligere undersøgelser og gennemsnitstal fra Visit-Denmark for gæster, der er i Danmark i erhvervsmæssigt øjemed.

Frivillige hjælpere

Den typiske frivillige hjælper ved EM'et i Viborg var:

- En mand
- Han er 36 år
- Han er bosiddende i lokalområdet

⁹ 47%-86% svarede "meget tilfreds" eller "tilfreds"

- Han er lønmodtager fuldtid
- Han har en mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)
- Han dyrker selv fodbold og/eller én i familien gør det (eller har gjort det tidligere)
- Hans interesse for fodbold er ikke blevet styrket efter EM'et: interessen var stor i forvejen
- Han fik viden om muligheden for at blive frivillig hjælper ved EM'et primært via de sociale medier
- Han har været frivillig hjælper før i en eller anden sammenhæng, overvejende frivilligt arbejde i en idrætsforening
- Hans motivation er primært den oplevelse, han får ved at være med til at løfte i flok
- Han foretrækker at arbejde inden for områder, der understøtter eksisterende kompetencer
- Han mener hans job ved EM'et har givet ham enten nye og/eller styrket eksisterende kompetencer, især de sociale og kommunikative kompetencer
- Hans hovedområde har primært været arbejde med fanzone- og stadionopgaver
- Hans funktioner har primært været omkring akkreditering
- Han har gennemsnitligt arbejdet som frivillig ved EM'et i 5,7 dage, men de fleste frivillige arbejdede i 3-4 dage
- Han fandt opgaverne nemme at forstå/håndtere og indimellem udfordrende på den gode måde
- Mere end hver fjerde følte, de gjorde en forskel
- Han fandt bemanningen på sine vagter passende, om end i starten i overkanten
- Han fandt det ansvar, han var tildelt, passende
- Han oplevede i høj grad samarbejdet med de andre frivillige som tilfredsstillende
- Han oplevede ligeledes i høj grad samarbejdet med UEFA som tilfredsstillende¹⁰
- Endelig oplevede han også samarbejdet med DBU og værtsbyerne som tilfredsstillende
- Han oplevede EM'et set ude fra som velorganiseret
- Han vil gerne være med igen som frivillig hjælper ved en fremtidig sportsevent

¹⁰ 44% havde dog slet ingen kontakt med UEFA og kunne derfor ikke besvare spørgsmålet

- Han fremhæver især fællesskabet med de andre frivillige som særligt positivt
- Skal han sætte fingre på noget særligt negativt set fra de frivilliges side er det forplejningen
- Han synes, at den belønning, han har fået for at hjælpe til har været tilstrækkelig
- Han finder, at langt overvejende har briefing/informationen fra værtsbyerne/DBU været god
- Han mener klart, organisationen bag EM'et har holdt, hvad de lovede de frivillige hjælpere

Online mediedækningen

Viborg er nævnt sammen med eventen i 641 artikler i juni måned 2011, heraf er de 365 artikler i internationale medier og de 276 i danske.

Samfundsøkonomiske effekter

De direkte samfundsøkonomiske effekter i Viborg er relativt beskedne, bla. fordi flere af de ude fra kommende fans overnattede i Århus og derved lagde størstedelen af deres forbrug der.

Desuden tiltrak turneringen flest lokale fans, der ikke tæller med i turismeomsætningen. Til gengæld skabte de god stemning i fanzonen, og værtskabet gjorde at byens borgere fik en stor begivenhed at mødes omkring og være stolte af at bidrage til afviklingen af.

Tabel 0. Samfundsøkonomiske effekter af EM'et i Viborg

Type effekt	Dansk	Udenlandsk	Effekter ialt
Antal dagsbesøg			5.957
Antal overnatninger			13.154
Turismeomsætning	4,1 mio.kr.	4,5 mio. kr.	8,6 mio. kr.
	Værtskommunal¹¹	Danmark	
Beskæftigelse	8	7	
Offentligt provenu	258.061 kr.	1,85 mio. kr.	
Bruttoværditilvækst	4,4 mio. kr.	3,3 mio. kr.	

Tabel 0 skal læses således, hvad angår opdeling på hhv værtskommunal og national (Danmark) effekt, at den nationale effekt udelukkende er den, der skabes af udenlandske gæster, medens de værtskommunale effekter skabes af både udenbys og udenlandske gæster til gavn for Viborg Kommune. Det nationale offentlige provenu er primært moms og afgifter.

Viborg kommune får således et offentligt provenu ud af eventgæsternes forbrug på kr. 258.061.

¹¹ Bemærk at ved events som denne, hvor en stor del af tilskuerne er danske, vil effekten set fra et værtsregionalt synspunkt overstige effekten set fra et nationalt synspunkt

KAPITEL 1 – fans

I det følgende ses målingerne på fans i Viborg grafisk fremstillet i tabelform. Procentandel skal læses som unikke hoveder. I de tilfælde, hvor der summeres op til mere end 100%, har respondenterne haft mulighed for at afgive mere end ét svar.

Tabel 1: Kan du fortælle mig hvilke kampe du har set/agter at se til UEFA U/21 EM'et?

	Procentandel
Jeg er kun i fanzonen, og skal ikke se nogen kampe på stadion	47 %
Hviderusland vs Island (Aarhus), antal tilskuere du så kampen med	1 %
Danmark vs Schweiz (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	5 %
Tjekkiet vs Ukraine (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	10 %
Spanien vs England (Herning), antal tilskuere du så kampen med	8 %
Schweiz vs Island (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	1 %
Danmark vs Hviderusland (Aarhus), antal tilskuere du så kampen med	6 %
Tjekkiet vs Spanien (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	18 %
Ukraine vs England (Herning), antal tilskuere du så kampen med	3 %
Island vs Danmark (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	5 %
Schweiz vs Hviderusland (Aarhus), antal tilskuere du så kampen med	2 %
England vs Tjekkiet (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	27 %
Ukraine vs Spanien (Herning), antal tilskuere du så kampen med	3 %
Semifinale, 22. juni, (Herning), antal tilskuere du så kampen med	4 %
Semifinale, 22. juni, (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	20 %
Finale, 25. juni, (Aarhus), antal tilskuere du så kampen med	7 %
Total	164 %

Tabel 2: Hvilken forbindelse/relation har du til personen /personerne du ser kampene eller er i fanzone med?

	Procentandel
Børn	8 %
Ægtefælle/kæreste	19 %
Anden familie/slægtninge	12 %
En fanklub	3 %
Venner/bekendte	36 %
Arbejdskolleger	13 %
Ikke besvaret/ved ikke	31 %
Total	123 %

Tabel 3: Hvilken forbindelse har du til fodbold?

	Procentandel
Jeg er eller har været aktiv spiller i en fodboldklub	40 %
Et eller flere af mine børn er eller har været aktive spillere i en fodboldklub	8 %
Andre slægtninge er eller har været aktive spillere i en fodboldklub	17 %
Jeg er eller har været fodboldtræner	6 %
Jeg er medlem af en fanklub	12 %
Generel interesse i sporten	32 %
Ikke besvaret/ved ikke	25 %
Total	140 %

Tabel 4: Hvordan blev du bekendt med U/21-stævnet?

	Procentandel
Gennem DBU/en dansk fodboldklub	14 %
Gennem UEFA's officielle hjemmeside (www.uefa.com)	6 %
Gennem stævnets hjemmeside (www.u21denmark2011.com)	6 %
Gennem DBU's hjemmeside (www.dbu.dk)	4 %
Gennem sociale medier	31 %
Gennem familie, venner etc.	29 %
Gennem sportsblade, etc.	8 %
Gennem tv/radio	44 %
Gennem en anden fodboldbegivenhed	6 %
Andet:	14 %
Ikke besvaret	5 %
Total	166%

Tabel 5: Hvornår blev du bekendt med U/21-stævnet?

	Procentandel
For under en uge siden	14 %
1-4 uger siden	17 %
1-3 måneder siden	25 %
4-6 måneder siden	12 %
7-12 måneder siden	7 %
For over et år siden	22 %
Ikke besvaret	3 %
Total	100%

Tabel 6: Hvilke former for transport brugte du på at rejse til de kampe du har set til UEFA U/21 Mesterskaberne(tm)?

	Procentandel
Bus / Fan-bus	3 %
Tog	7 %
Bil	27 %
Offentlig transport (lokaltoget/bus)	8 %
Fly	4 %
Færge	3 %
Cykel	6 %
Anden (uddyb venligst):	13 %
Ikke besvaret	31 %
Total	100 %

Tabel 7: Hvor vigtigt er det for din oplevelse af dette event værtsskab, at der er et fanzone-område?

	Procentandel
1 - Ikke vigtigt	9 %
2	10 %
3	14 %
4	21 %
5 - Meget vigtigt	32 %
Ikke besvaret/ved ikke	15 %
Total	100 %

Tabel 8: Hvor mange gange opholder du dig i fan-zonen i denne by?

	Procentandel
Ingen	10 %
En gang	22 %
To gange	23 %
Tre gange	13 %
Fire gange	8 %
Flere	14 %
Ikke besvaret	12 %
Total	100%

Tabel 9: Hvilke af de officielle partnere/sponsorer til UEFA U/21 Mesterskaberne(tm) kan du nævne?

	Procentandel
Adidas	43 %
Arriva	20 %
Carlsberg	45 %
Carlsberg Sport	49 %
Coca-Cola	44 %
Ekstra Bladet	14 %
Intersport	22 %
Jyske Bank	34 %
Kia Motors	43 %
McDonalds	47 %
Powerade	9 %
Radio 100	14 %
Sharp	36 %
Sport Event Danmark	31 %
Andet	2 %
Ikke besvaret/ved ikke	17 %
Total	472 %

Tabel 10: Skiltning til stadion fra lufthavnen (hvis du ankom med fly)

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	3 %
2	1 %
3	4 %
4	5 %
5 - Meget tilfreds	6 %
Ved ikke	35 %
Ikke besvaret	46 %
Total	100 %

Tabel 11: Skiltning til stadion fra banegården (hvis du ankom med tog)

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	4 %
2	3 %
3	7 %
4	6 %
5 - Meget tilfreds	9 %
Ved ikke	31 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100 %

Tabel 12: Transport til stadion

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	1 %
3	9 %
4	11 %
5 - Meget tilfreds	9 %
Ved ikke	28 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100 %

Tabel 13: Transport fra stadion

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	2 %
3	9 %
4	7 %
5 - Meget tilfreds	9 %
Ved ikke	29 %
Ikke besvaret	42 %
Total	100 %

Tabel 14: Transport generelt

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	2 %
3	13 %
4	10 %
5 - Meget tilfreds	12 %
Ved ikke	22 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100 %

Tabel 15: Adgangsforhold ved indgangen inkl. parkering

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	3 %
2	2 %
3	7 %
4	14 %
5 - Meget tilfreds	14 %
Ved ikke	21 %
Ikke besvaret	39 %
Total	100 %

Tabel 16: Indslusningstempoet ved indgangen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	2 %
3	8 %
4	14 %
5 - Meget tilfreds	12 %
Ved ikke	23 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100 %

Tabel 17: Stadionpersonalets venlighed

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	2 %
3	8 %
4	9 %
5 - Meget tilfreds	21 %
Ved ikke	21 %
Ikke besvaret	38 %
Total	100 %

Tabel 18: Sikkerhed på og omkring stadion, herunder sikkerhedstjek.

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	4 %
2	3 %
3	11 %
4	6 %
5 - Meget tilfreds	15 %
Ved ikke	25 %
Ikke besvaret	37 %
Total	100 %

Tabel 19: Politiindsatsen i og omkring byen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	3 %
2	3 %
3	7 %
4	15 %
5 - Meget tilfreds	16 %
Ved ikke	22 %
Ikke besvaret	34 %
Total	100 %

Tabel 20: Det generelle sikkerhedsniveau

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	1 %
3	12 %
4	13 %
5 - Meget tilfreds	18 %
Ved ikke	20 %
Ikke besvaret	35 %
Total	100 %

Tabel 21: Udsynet fra siddepladserne

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	1 %
3	7 %
4	13 %
5 - Meget tilfreds	18 %
Ved ikke	23 %
Ikke besvaret	38 %
Total	100 %

Tabel 22: Stadionets generelle standard

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	1 %
3	5 %
4	15 %
5 - Meget tilfreds	17 %
Ved ikke	22 %
Ikke besvaret	40 %
Total	100 %

Tabel 23: Gæstfriheden og imødekommenheden i Danmark/Viborg

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	1 %
3	5 %
4	10 %
5 - Meget tilfreds	31 %
Ved ikke	20 %
Ikke besvaret	33 %
Total	100 %

Tabel 24: Atmosfæren/stemningen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	6 %
3	14 %
4	15 %
5 - Meget tilfreds	18 %
Ved ikke	14 %
Ikke besvaret	33 %
Total	100 %

Tabel 25: Underholdning op til kampen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	3 %
2	3 %
3	12 %
4	14 %
5 - Meget tilfreds	16 %
Ved ikke	21 %
Ikke besvaret	32 %
Total	100 %

Tabel 26: Fanzonen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	2 %
3	10 %
4	15 %
5 - Meget tilfreds	26 %
Ved ikke	15 %
Ikke besvaret	31 %
Total	100 %

Tabel 27: I forhold til billetter, hvor købte du så dine indgangsbilletter til kampene?

	Procentandel
Fra dørsalget på selve dagen	9 %
Fra det officielle UEFA billetkontor	7 %
Fra billetforhandlere rundt omkring i Danmark	8 %
Fra uefa.com (den officielle hjemmeside)	10 %
Fra en billethaj	6 %
Fra en sponsor promotion/konkurrence	10 %
Billetter var inkluderet i prisen på en all-inclusive pakkeløsning	1 %
Andet	20 %
Ikke besvaret	37 %
Total	108 %

Tabel 28: Tilfredshedsgrad med priserne

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	3 %
2	5 %
3	21 %
4	13 %
5 - Meget tilfreds	25 %
Ikke besvaret	34 %
Total	100 %

Tabel 29: Tilfredshedsgrad med serviceniveauet ved billetkøb

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	3 %
2	4 %
3	19 %
4	12 %
5 - Meget tilfreds	20 %
Ikke besvaret	44 %
Total	100 %

Tabel 30: I hvilken retning har du evt ændret opfattelse af UEFA U21 Mesterskaberne?

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	0 %
2	1 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	21 %
4	17 %
5 - Meget mere positivt	18 %
Ved ikke	9 %
Ikke besvaret	35 %
Total	100 %

Tabel 31: I hvilken retning har du evt ændret opfattelse af UEFA?

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	2 %
2	3 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	24 %
4	12 %
5 - Meget mere positivt	8 %
Ved ikke	11 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100 %

Tabel 32: I hvilken retning har du evt ændret opfattelse af Danmark?

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	0 %
2	0 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	23 %
4	13 %
5 - Meget mere positivt	17 %
Ved ikke	9 %
Ikke besvaret	39 %
Total	100 %

Tabel 33: I hvilken retning har du evt ændret opfattelse af Viborg som værtsby?

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	0 %
2	2 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	16 %
4	17 %
5 - Meget mere positivt	27 %
Ved ikke	7 %
Ikke besvaret	31 %
Total	100 %

Tabel 34: I hvilken retning har du evt ændret opfattelse af sponsorerne?

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	1 %
2	1 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	23 %
4	11 %
5 - Meget mere positivt	8 %
Ved ikke	14 %
Ikke besvaret	43 %
Total	100 %

Tabel 35: Hvor rammende finder du dette udsagn: UEFA U21 Mesterskaberne har forbedret Danmarks omdømme?

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	0 %
2	1 %
3 - Hverken/eller	22 %
4	25 %
5 - Meget rammende	14 %
Ved ikke	12 %
Ikke besvaret	27 %
Total	100 %

Tabel 36: Hvor rammende finder du dette udsagn: UEFA U21 Mesterskaberne er en stor succes?

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	0 %
2	4 %
3 - Hverken/eller	17 %
4	29 %
5 - Meget rammende	11 %
Ved ikke	12 %
Ikke besvaret	27 %
Total	100 %

Tabel 37: Hvor rammende finder du dette udsagn: UEFA U21 Mesterskaberne har leveret fodbold på højt niveau?

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	1 %
2	3 %
3 - Hverken/eller	22 %
4	28 %
5 - Meget rammende	7 %
Ved ikke	13 %
Ikke besvaret	27 %
Total	100 %

Tabel 38: Hvor rammende finder du dette udsagn: UEFA U21 Mesterskaberne er overkommercialiserede?

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	3 %
2	8 %
3 - Hverken/eller	29 %
4	14 %
5 - Meget rammende	7 %
Ved ikke	14 %
Ikke besvaret	26 %
Total	100 %

Tabel 39: Hvor rammende finder du dette udsagn: Danmark har været en god vært for UEFA U21 Mesterskaberne?

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	0 %
2	1 %
3 - Hverken/eller	8 %
4	23 %
5 - Meget rammende	30 %
Ved ikke	11 %
Ikke besvaret	27 %
Total	100 %

Tabel 40: Alder

	Procentandel
15-25	64 %
26-35	15 %
36-45	14 %
46-55	4 %
55+	2 %
Total	100 %

Tabel 41: Hvornår ankom du til Viborg, (hvis du ikke bor i Viborg)?

	Procentandel
Tidligere i dag	59 %
I går	8 %
I forgårs	2 %
For mere end 2 dage siden	14 %
Ikke besvaret	17 %
Total	100 %

Tabel 42: Ville du anbefale familie eller venner at besøge Viborg i fremtiden?*

	Procentandel
Ja	42 %
Nej	1 %
Ikke besvaret/ ved ikke	57 %
Total	100 %

Tabel 43: Har du nogle overordnede kommentarer til Viborgs U21 fanzone services på de sociale medier?

	Procentandel
Ja	100 % (17)
Total	100 % (17)

Dette har kun 17 fans, som det ses. Deres kommentarer findes i bilag 2.

KAPITEL 2 – pressefolk

I det følgende ses målingerne på pressefolk i de 4 værtsbyer, fremstillet i tabelform (findes ikke byopdelt). Medieundersøgelsen blev foretaget på engelsk og foreligger ikke på dansk.

Procentandelene skal læses som det antal svar, der er afgivet på den pågældende svarmulighed ift. det samlede antal svar, der er afgivet.

I de tilfælde, hvor respondenterne således har haft mulighed for at afgive mere end et svar, er procentsatserne ikke sammenfaldende med antal unikke hoveder. I de tilfælde vil procentandelen af antal unikke hoveder være højere.

Fig. 1. Which country do you live in? (%)

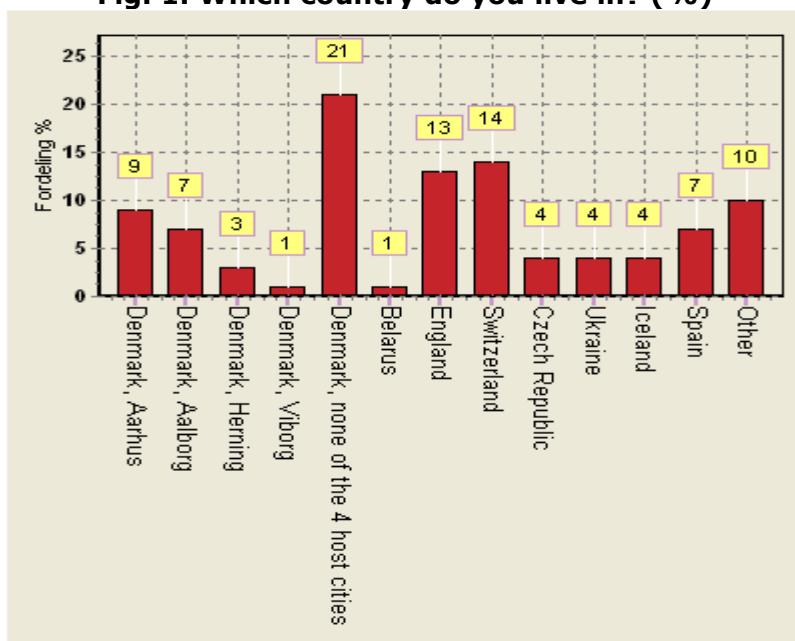


Fig. 2. Which matches did you cover? (%)

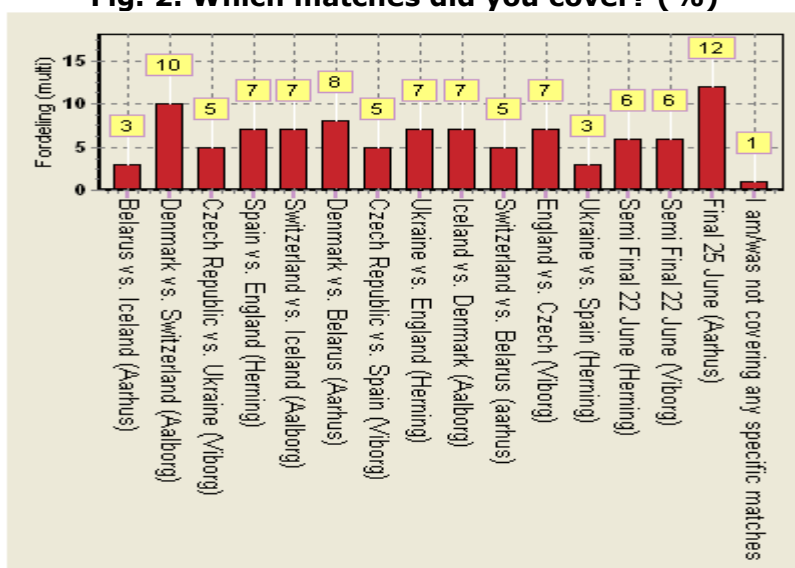


Fig. 3. Did you have any other journalistic tasks than reporting from the matches? (%)

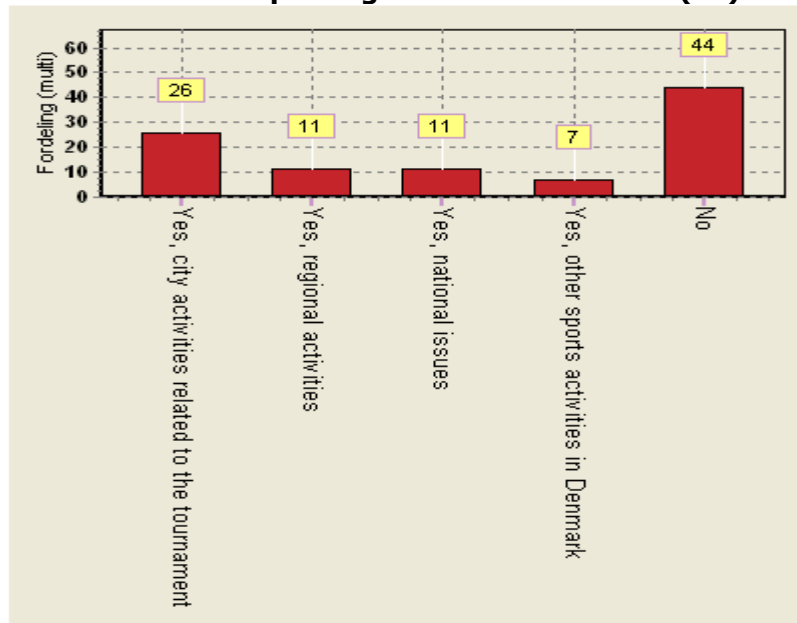


Fig. 4. Can you name any of the official partners/sponsors of this UEFA U/21 event? (%)

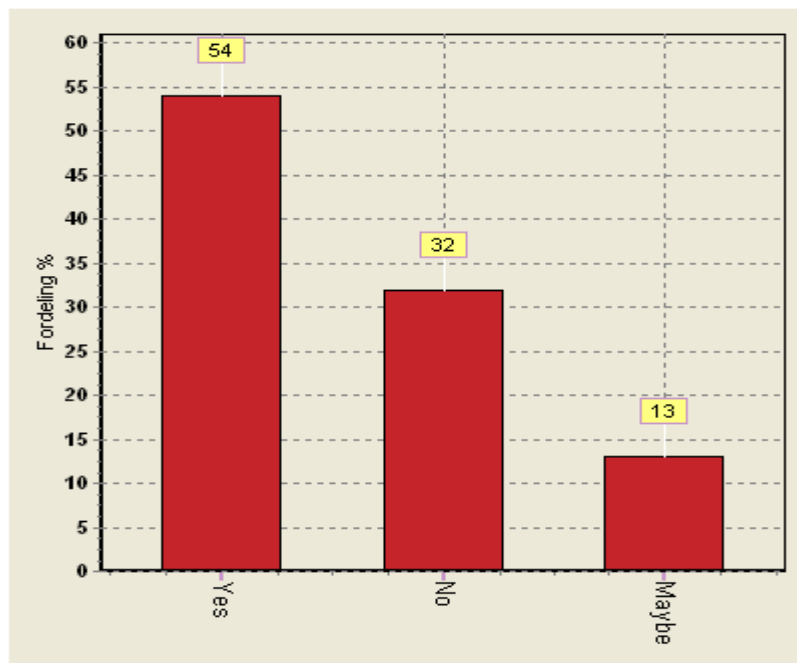
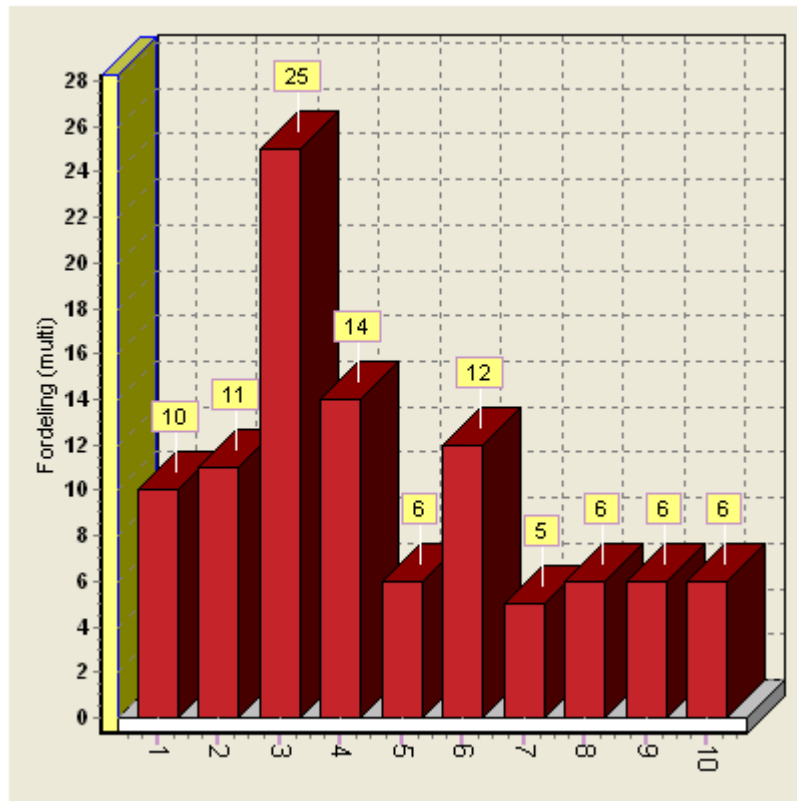


Fig. 5. Which information channels did you use to keep updated on the event? (%)



- 1 National sports federations website
- 2 National press releases
- 3 UEFAs website
- 4 UEFAs press releases
- 5 DBUs website (www.dbu.dk)
- 6 The Danish tournament website (www.u21denmark2011.com or www.u21em.dk)
- 7 DBUs press releases
- 8 Facebook
- 9 Twitter
- 10 Other

Fig. 6. How satisfied are you with the technical set-up in the media tribune and media working area? (%)

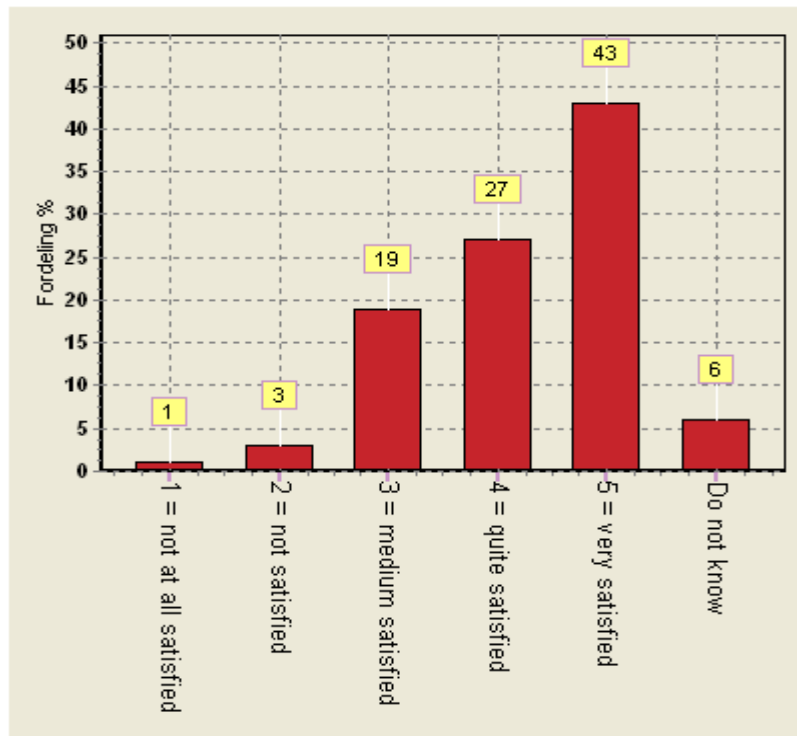


Fig. 7. How satisfied are you with the level and speed of information in the media tribune and media working area? (%)

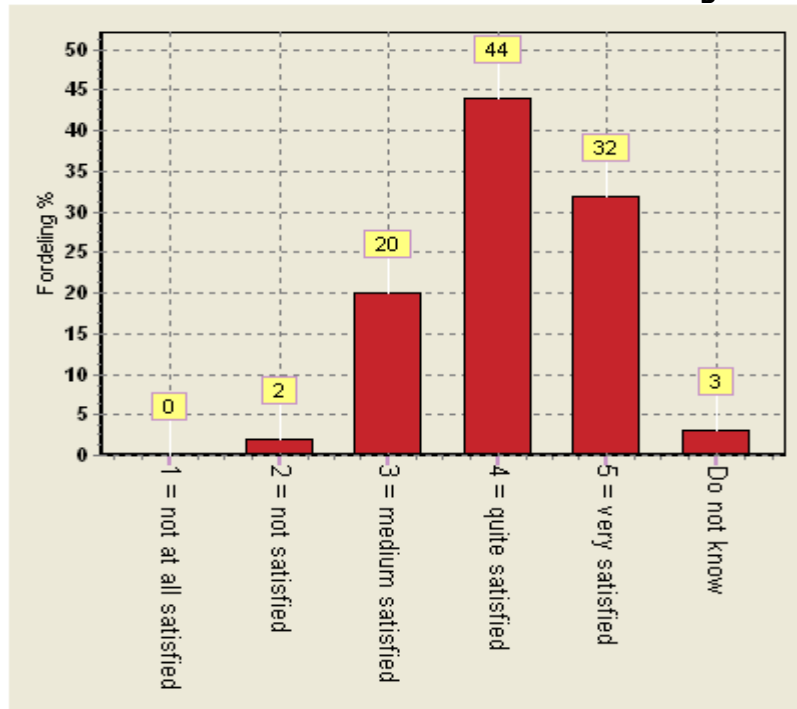


Fig. 8. How satisfied are you with the level of internet connectivity at the media tribune? (%)

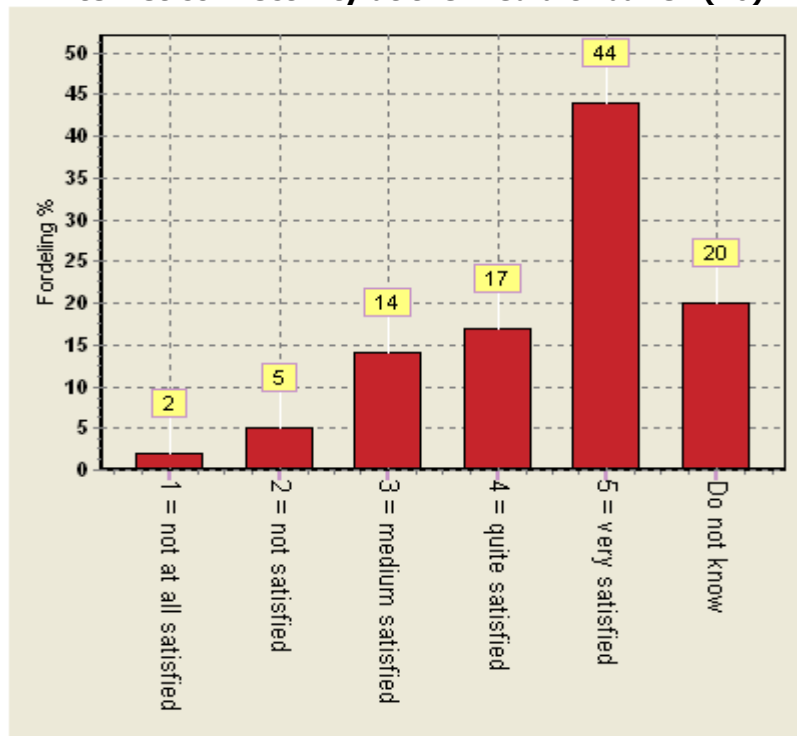


Fig. 9. How satisfied are you with the staff assistance in the media working area? (%)

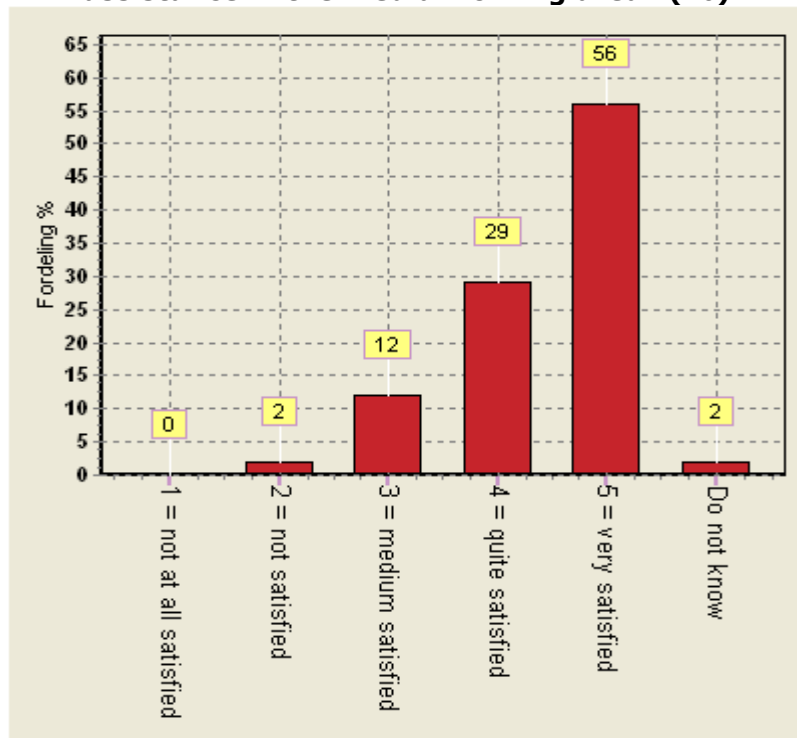


Fig. 10. How satisfied are you with the seating at the media tribune (%)

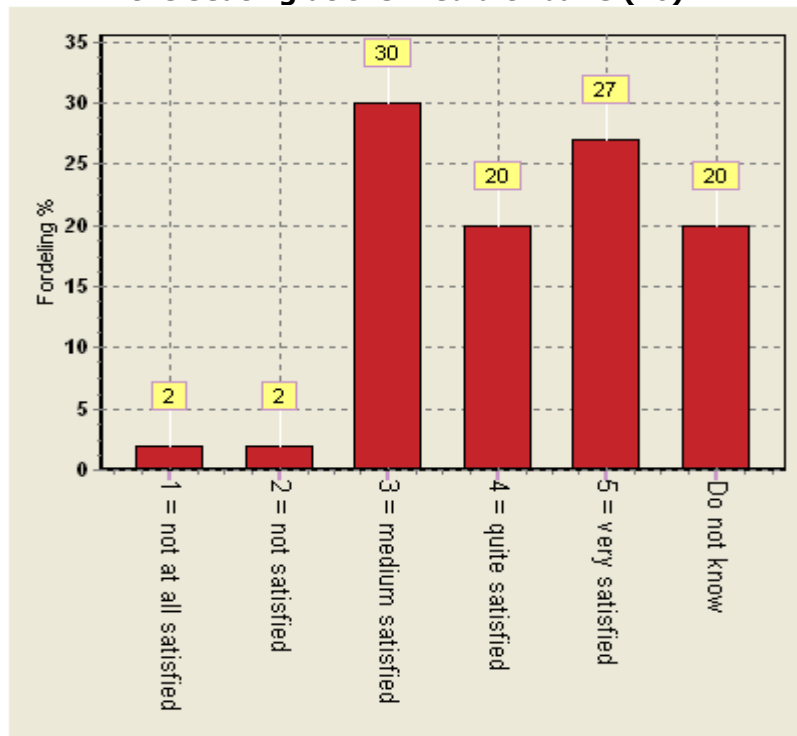


Fig. 11. How satisfied are you with the food and drinks in the media working area? (%)

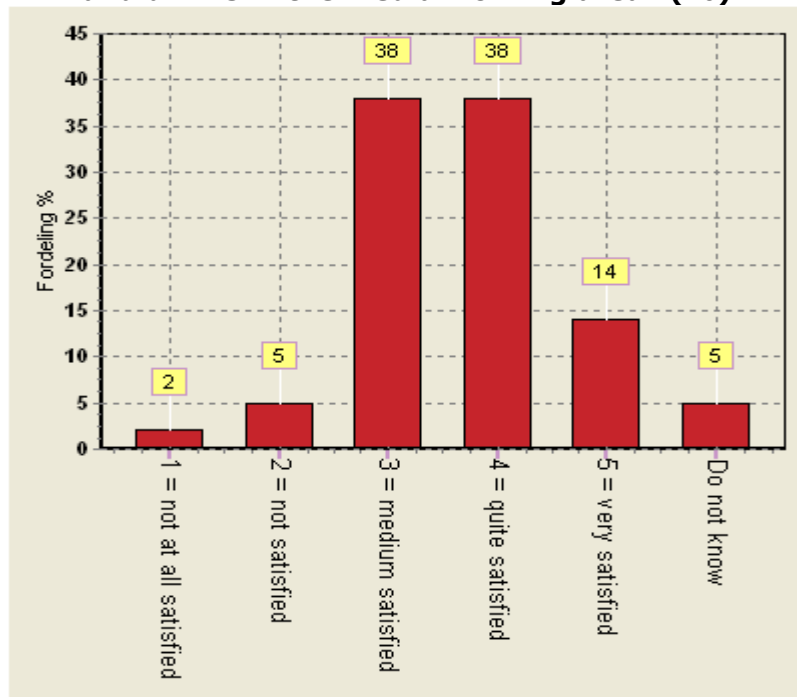


Fig. 12. How satisfied are you with the friendliness of the stadium staff? (%)

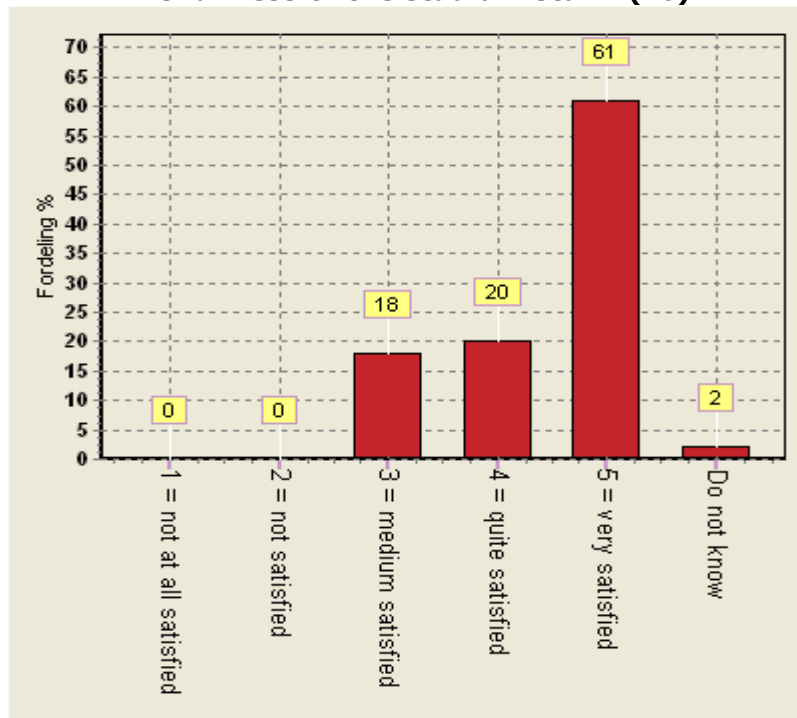


Fig. 13. How satisfied are you with the assistance and direction to the stadium from the airport/train station? (%)

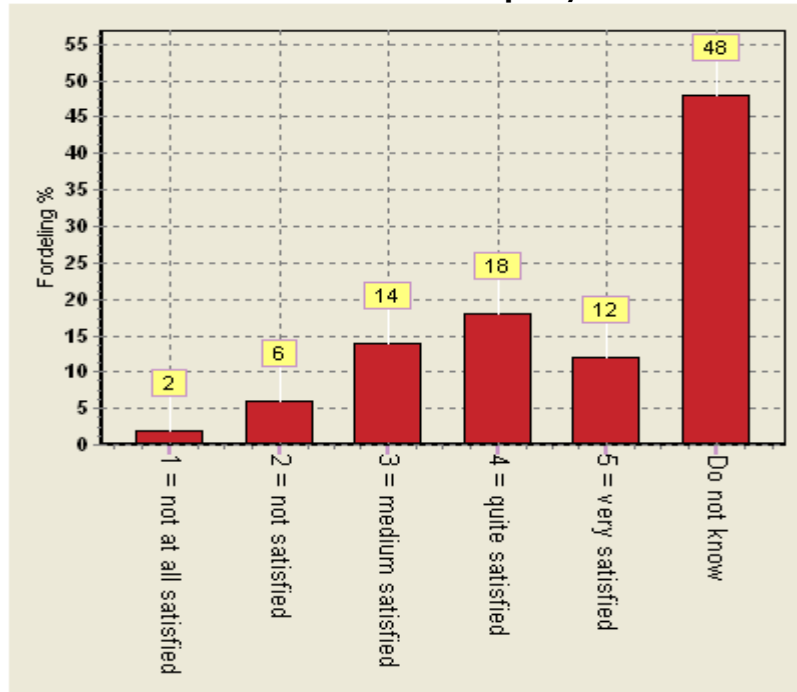


Fig. 14. How satisfied are you with the transportation to/from the stadium? (%)

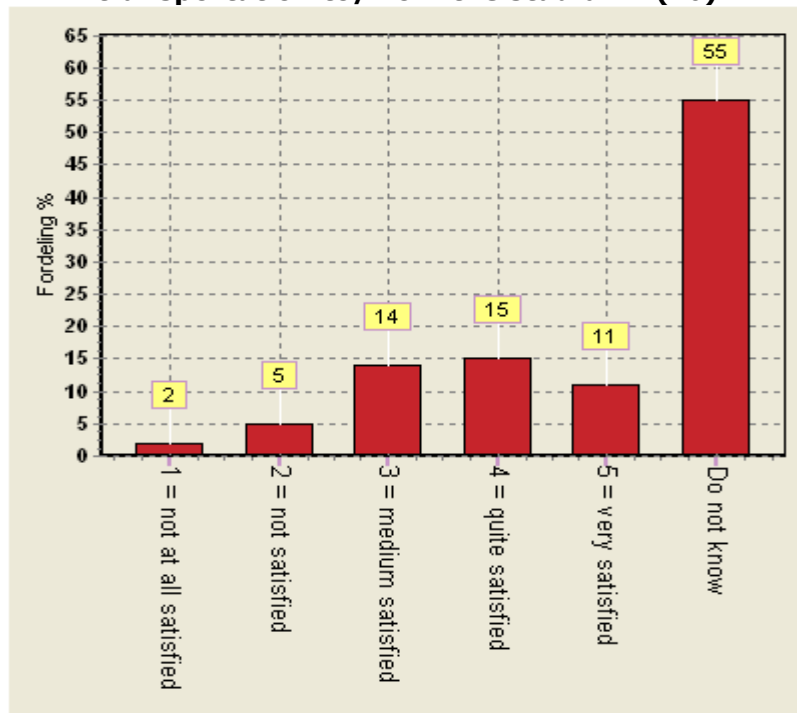


Fig. 15. How satisfied are you with the general level of safety in and around the stadia/host cities? (%)

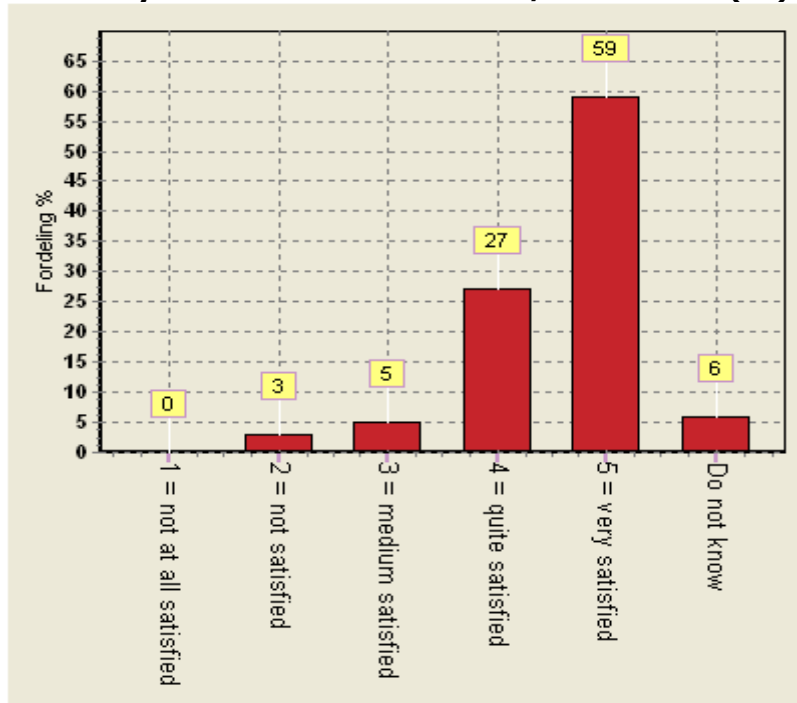


Fig. 16. How satisfied are you with the hospitality in Denmark? (%)

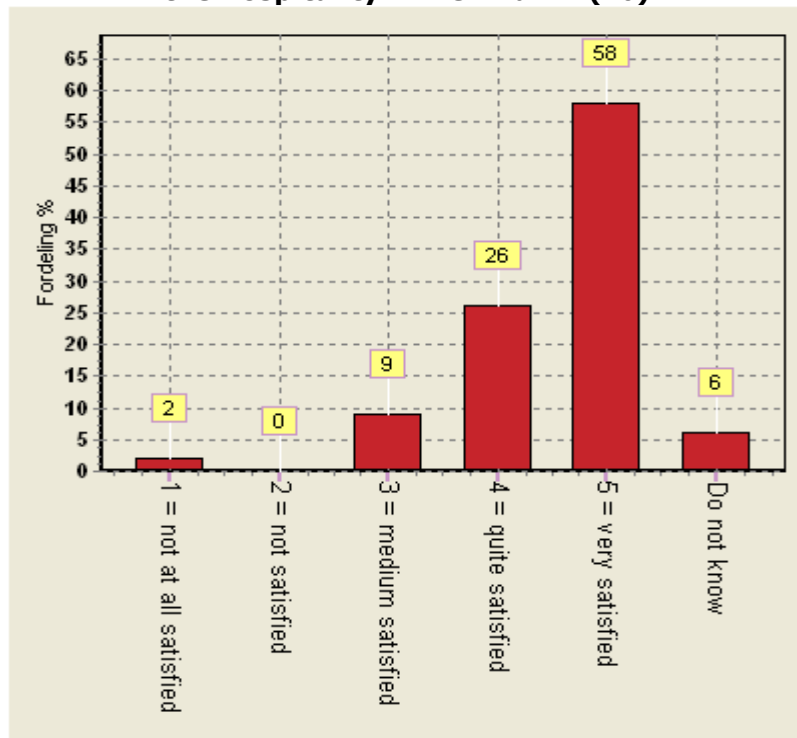


Fig. 17. How satisfied are you with the atmosphere/spirit? (%)

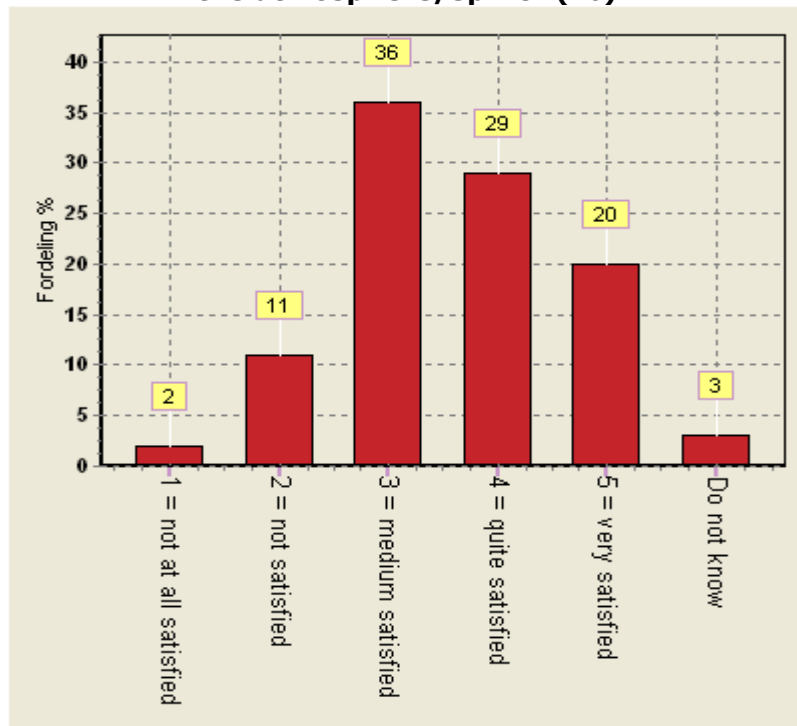


Fig. 18. Did you have any negative experiences during your stay? (%)

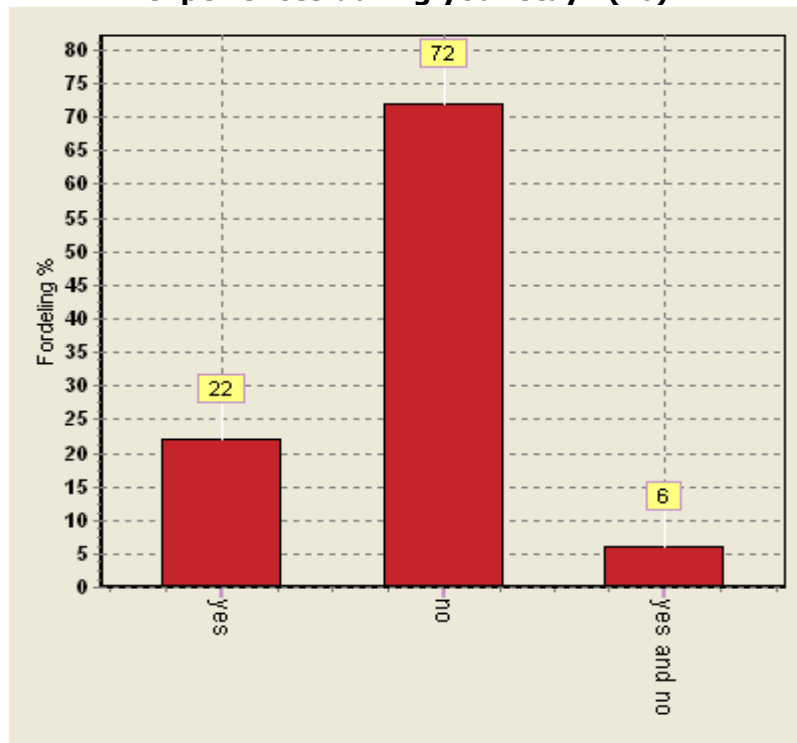


Fig. 19. How much did you stay change your opinion about the UEFA U/21 event? (%)

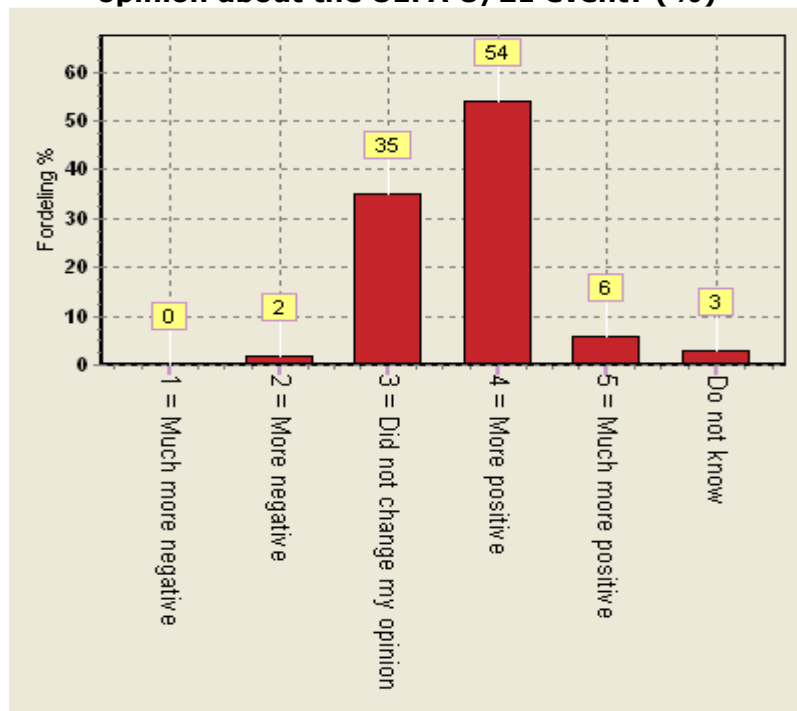


Fig. 20. How much did you stay change your opinion about UEFA? (%)

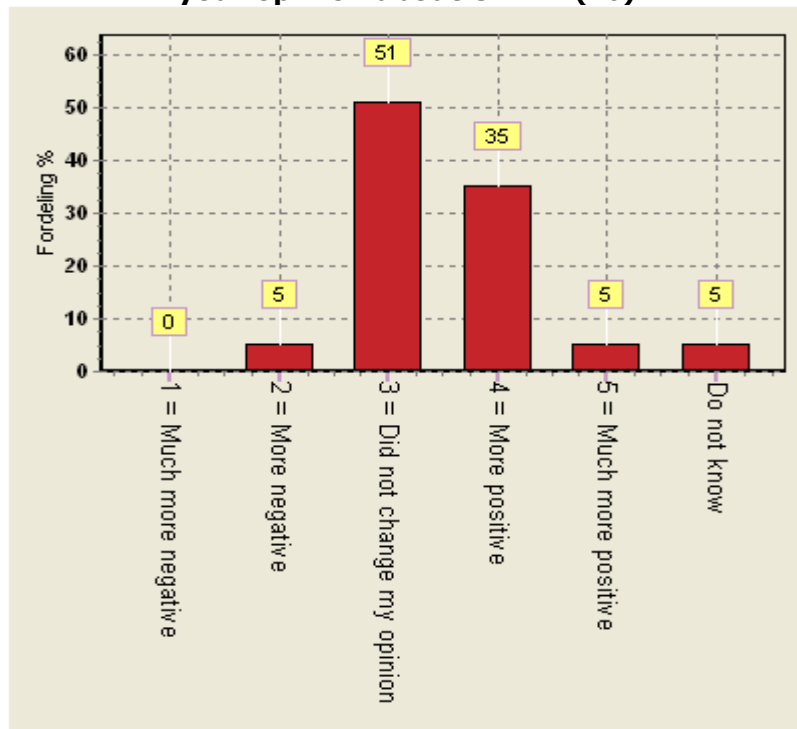


Fig. 21. How much did your stay change your opinion about Denmark? (%)

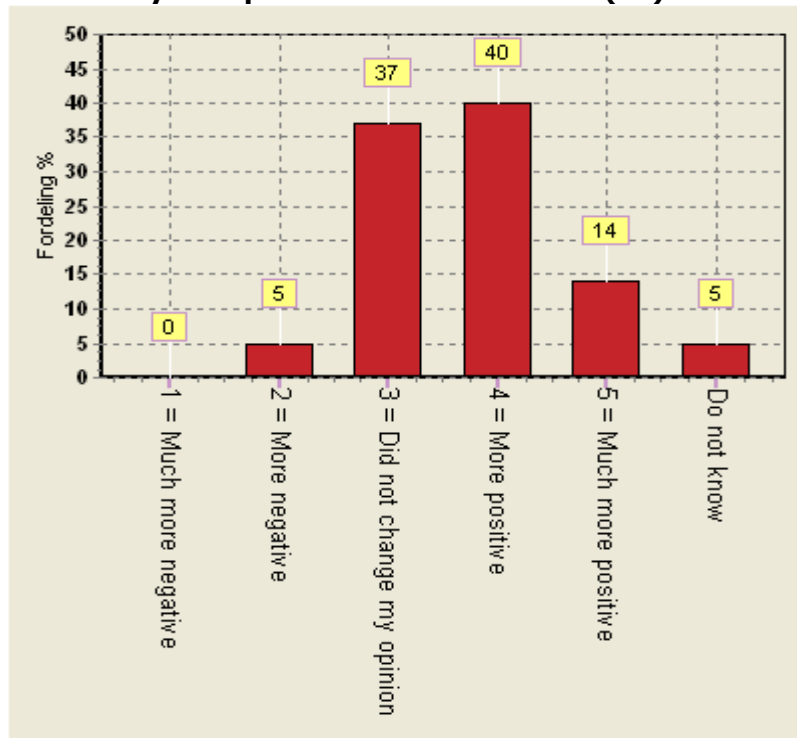


Fig. 22. How much did your stay change your opinion about the sponsor brands? (%)

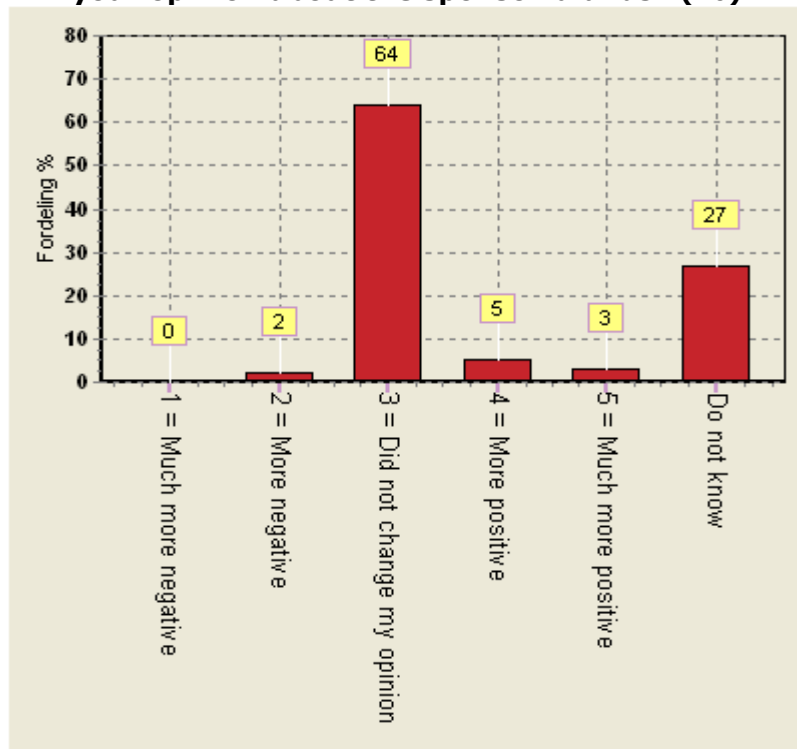
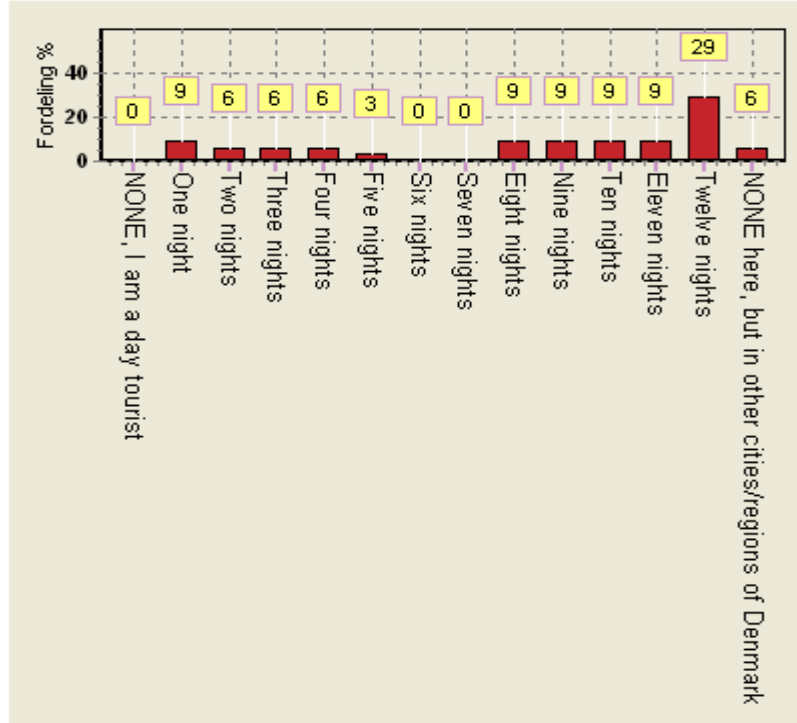


Fig. 23 How many nights did you have in Denmark? (%)



KAPITEL 3 – andre eventgæster

Der blev ikke foretaget interviews med andre eventgæster såsom f.eks. mandskaberne, officials, VIP-gæster, spilleragenter m.fl.

Der gennemsnitlige døgnforbrug er sat til kr. 2.000 pr. person baseret på Sport Event Denmarks erfaringer og VisitDenmarks erfaringer med erhvervsturister i Danmark.

KAPITEL 4 – frivillige hjælpere

I det følgende ses målingerne på frivillige hjælpere i Viborg grafisk fremstillet i tabelform. Procentandelene skal læses som det antal svar, der er afgivet på den pågældende svarmulighed ift. det samlede antal svar, der er afgivet.

I de tilfælde, hvor respondenterne således har haft mulighed for at afgive mere end et svar, er procentsatserne ikke sammenfaldende med antal unikke hoveder. I de tilfælde vil procentandelen af antal unikke hoveder være højere.

I de tilfælde, hvor der summeres op til mere end 100%, har respondenterne haft mulighed for at afgive mere end ét svar.

Fig. 24

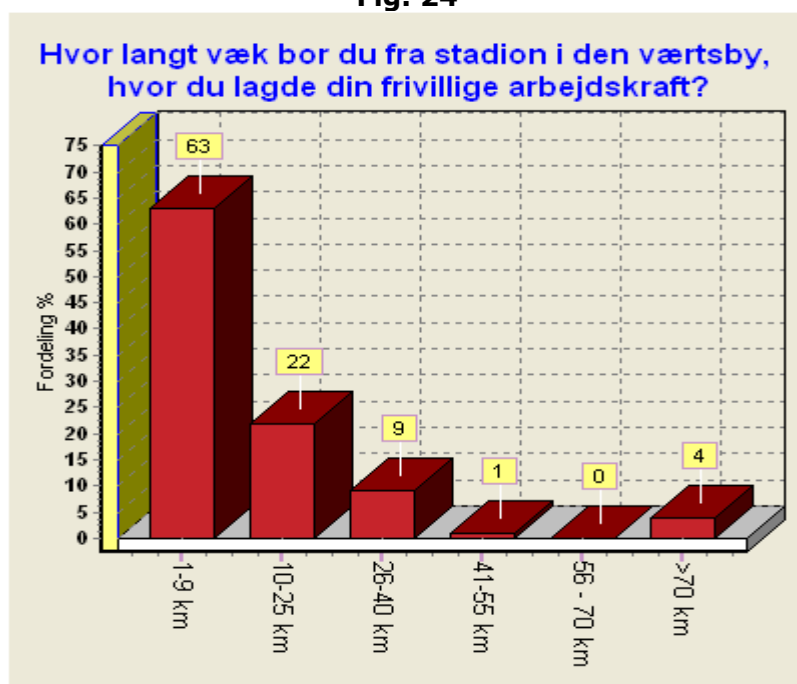


Fig. 25

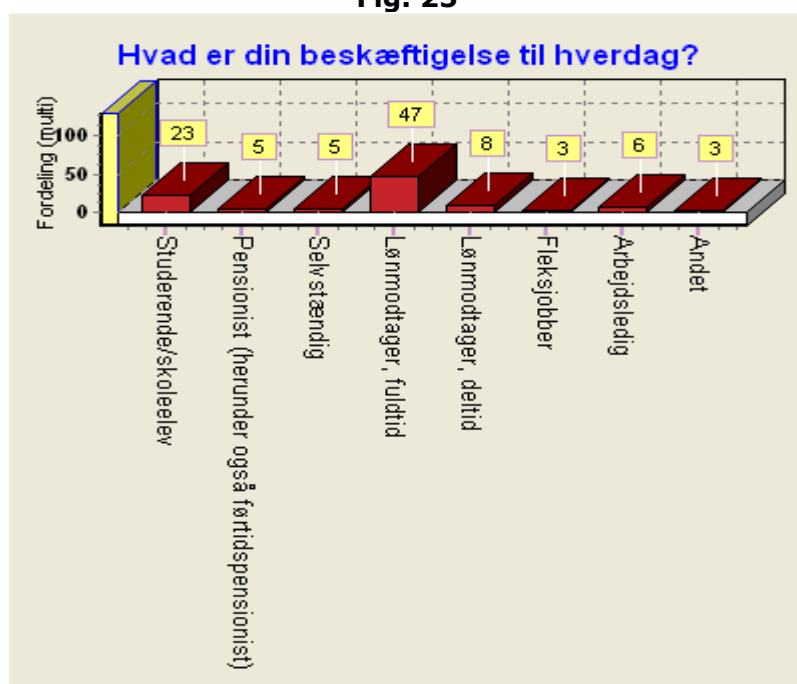


Fig. 26

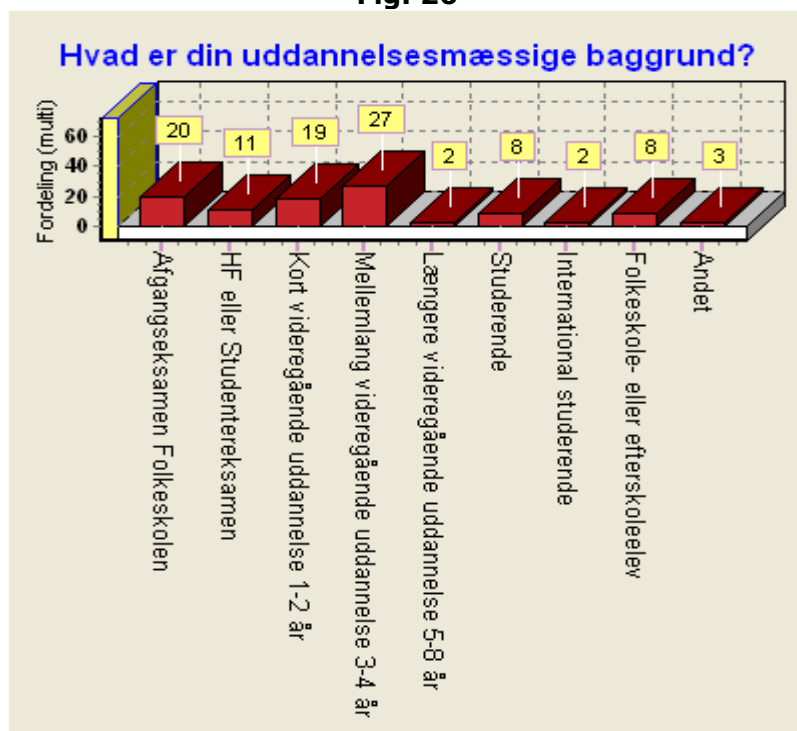


Fig. 27. Dyrker du selv fodbold og/eller gør én i din familie (evt. har gjort tidligere)?

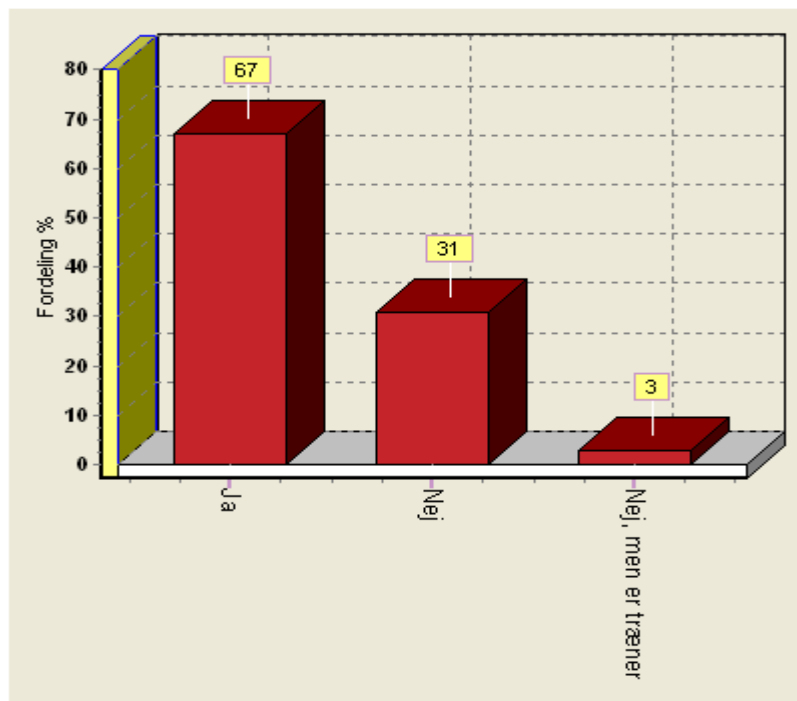


Fig. 28. Er din interesse for fodbold blevet styrket, efter at du har hjulpet til ved EM?

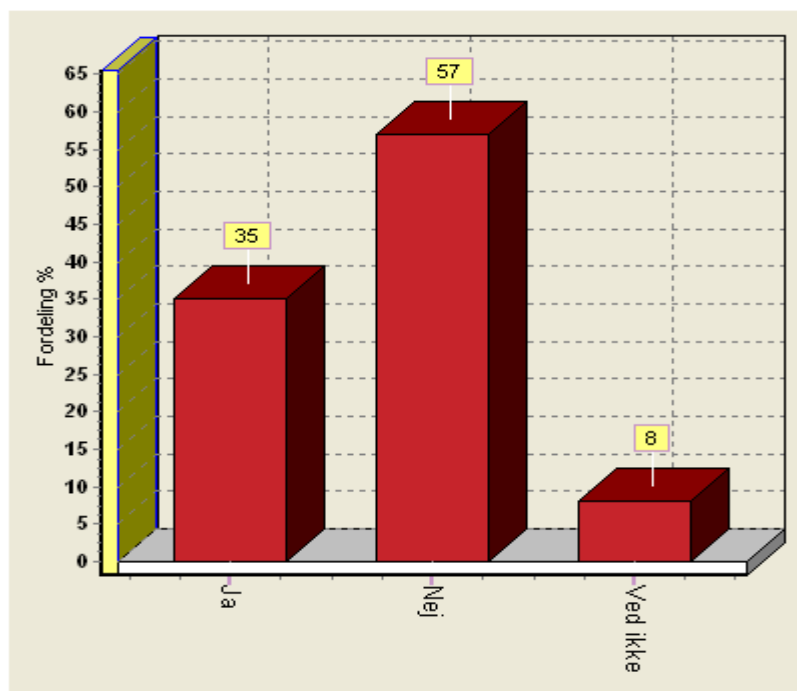


Fig. 29. Hvordan fik du viden om muligheden for at blive frivillig ved denne event?

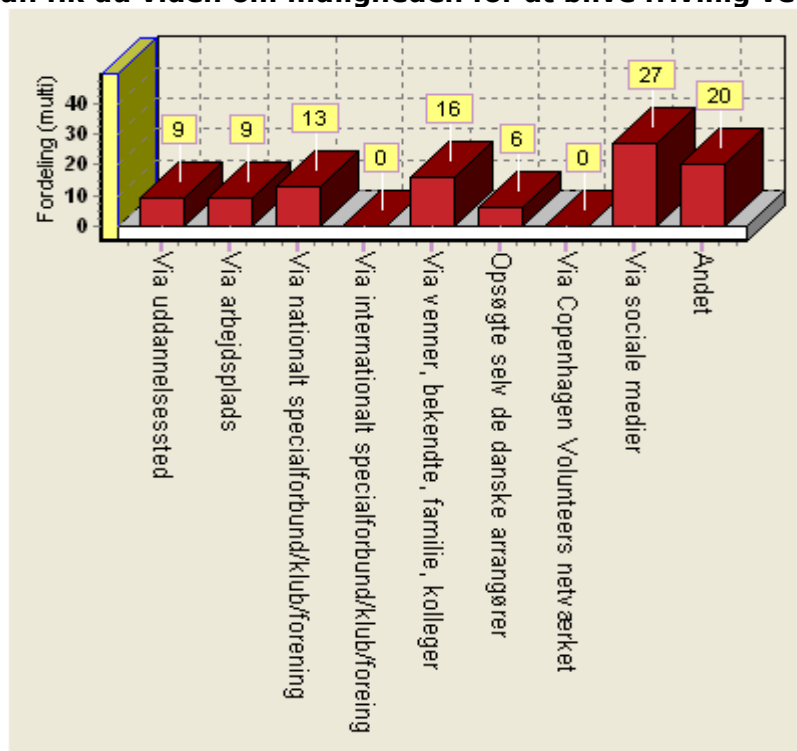


Fig. 30. Har du været frivillig før i en eller anden sammenhæng?

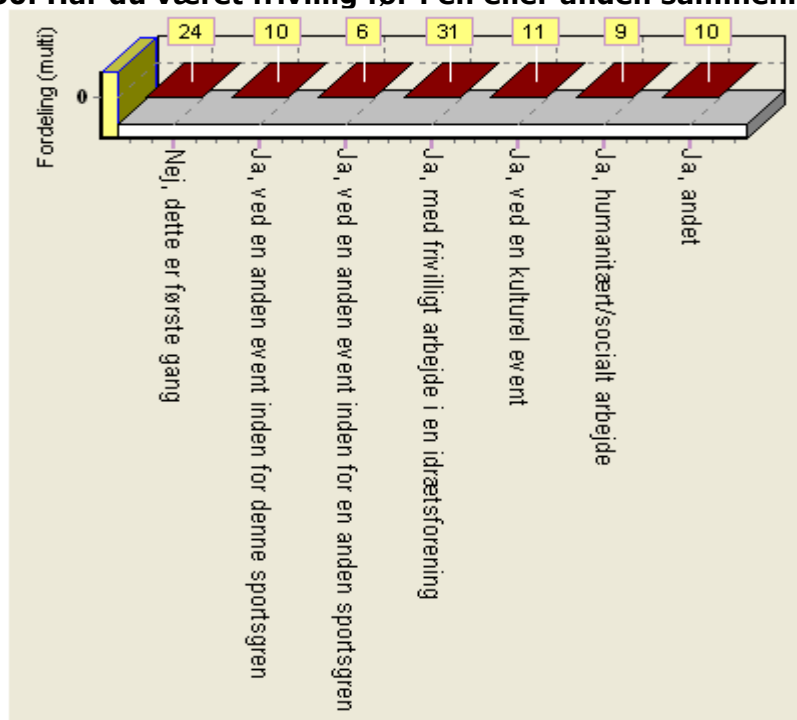
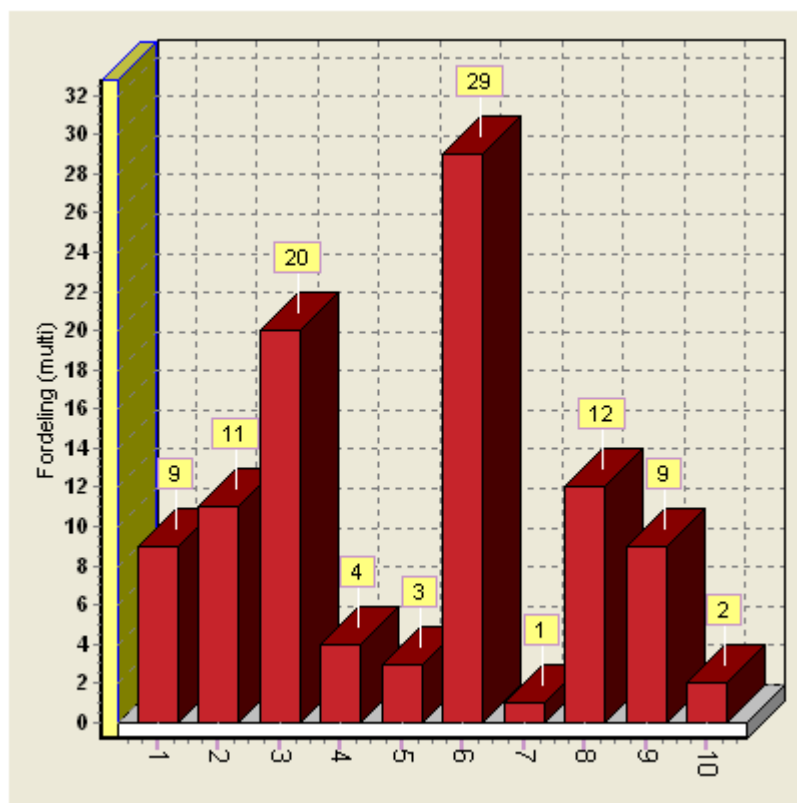


Fig. 31. Hvad var din bevæggrund for at melde dig som frivillig?



- 1 Et plus på mit CV
- 2 Dyrker selv/har familie som dyrker den pågældende sport (eller har gjort tidligere)
- 3 Det sociale aspekt - møde nye mennesker
- 4 Komme tæt på sportsstjerne
- 5 De materielle goder jeg får for at være med (herunder også evt. fribilletter)
- 6 Den oplevelse jeg får ved at være med
- 7 Deltagelse i evt. afslutningsfest
- 8 Udvide mit netværk
- 9 Vil gerne vise arrangørerne min respekt
- 10 Andet

Fig. 32. Foretrækker du at lægge din frivillige arbejdskraft inden for områder, der understøtter dine eksisterende kompetencer?

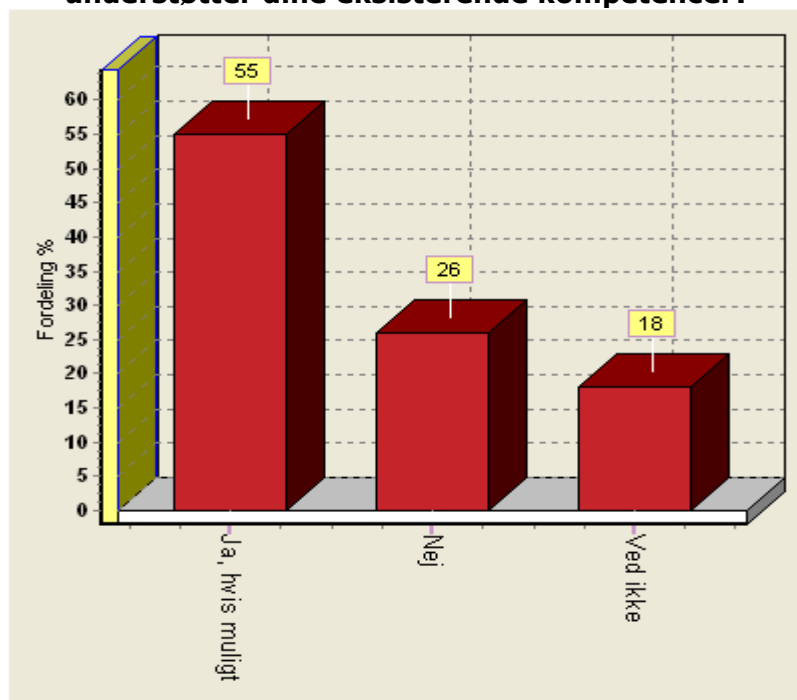


Fig. 33. Syner du din post som frivillig hjælper har givet dig kompetencer, der kan bruges i andre sammenhænge og/eller har styrket dine eksisterende kompetencer?

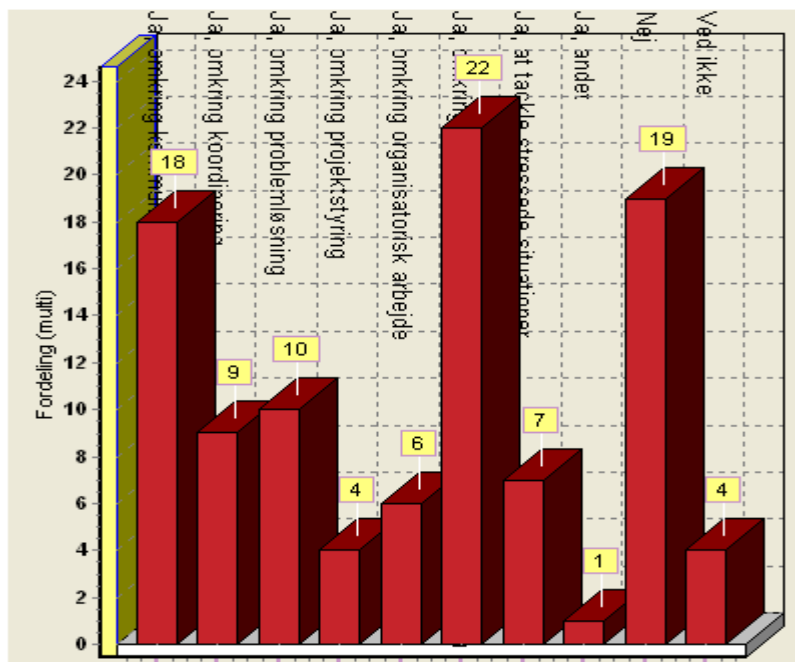


Fig. 34. Hvilket hovedområde har du (primært) arbejdet med ifm EMet?

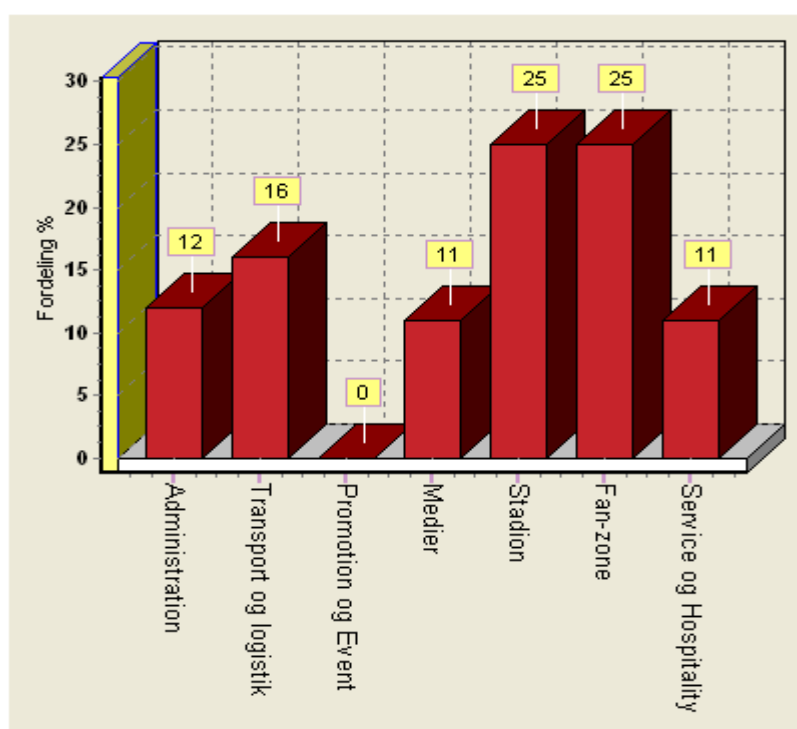


Fig. 35. Hvilke funktioner har du haft som frivillig hjælper ved EMet?

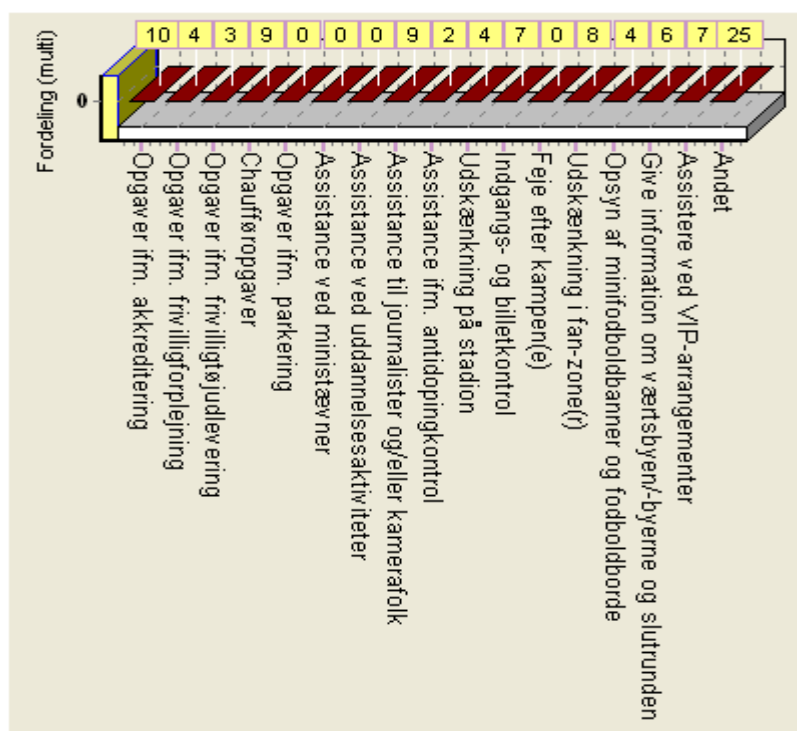


Fig. 36. Hvor mange dage har du arbejdet som frivillig hjælper ifm. eventen?

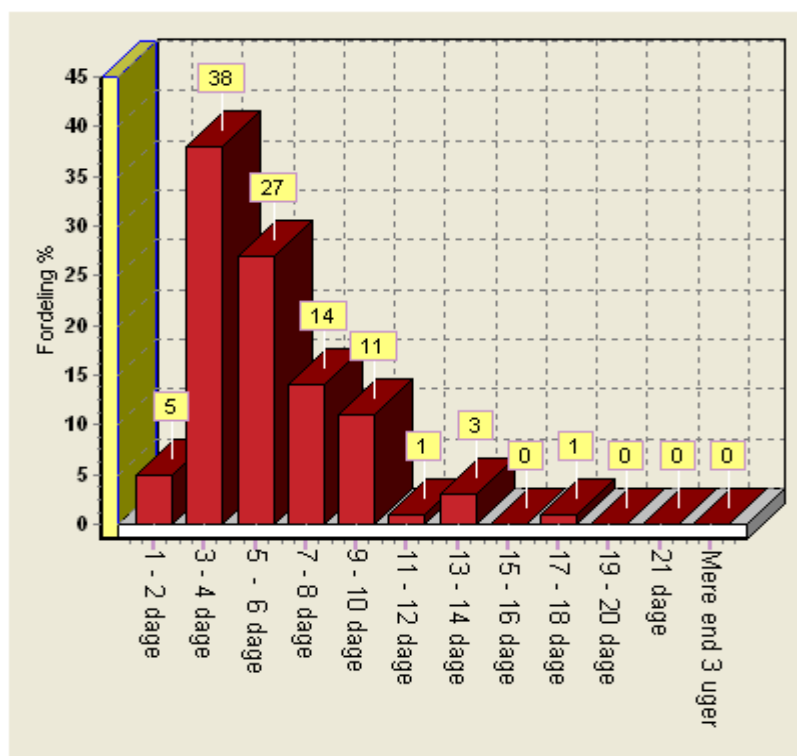


Fig. 37. Hvilke(t) af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af dine arbejdsopgaver som frivillig hjælper ved EMeT?

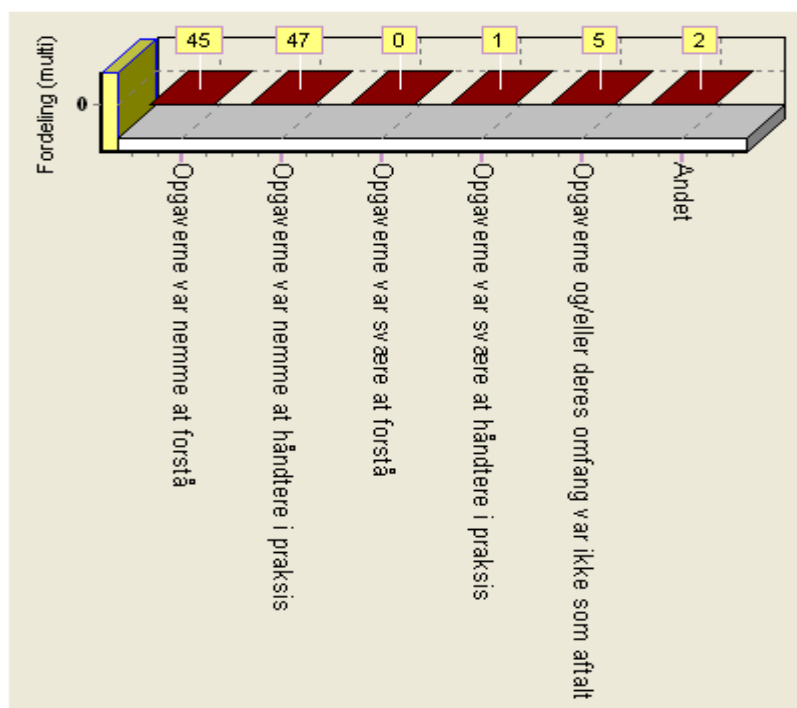


Fig. 38. Hvordan har mængden af frivillige hjælpere på dine vagter været ift. mængden af arbejde?

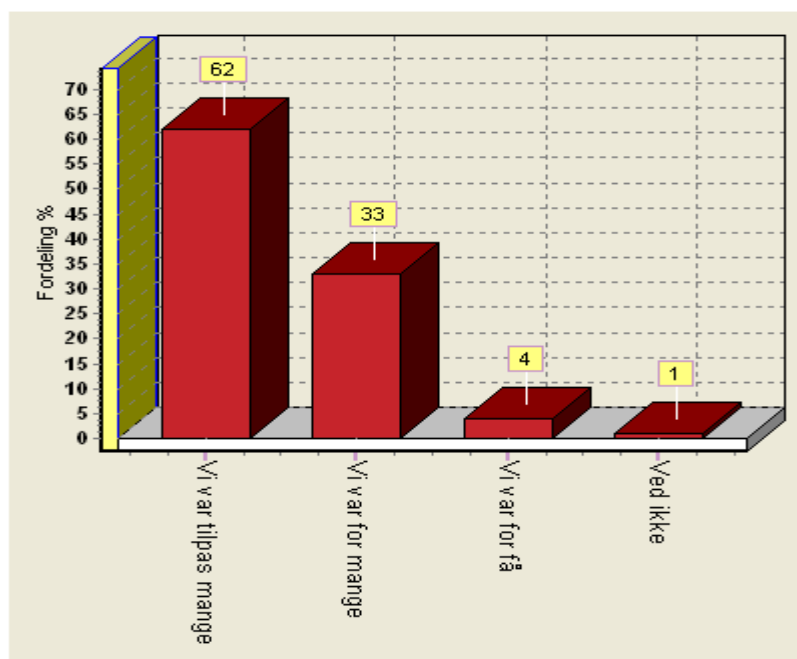


Fig. 39. Hvilke(t) af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af arbejdet som frivillig hjælper ved EMeT?

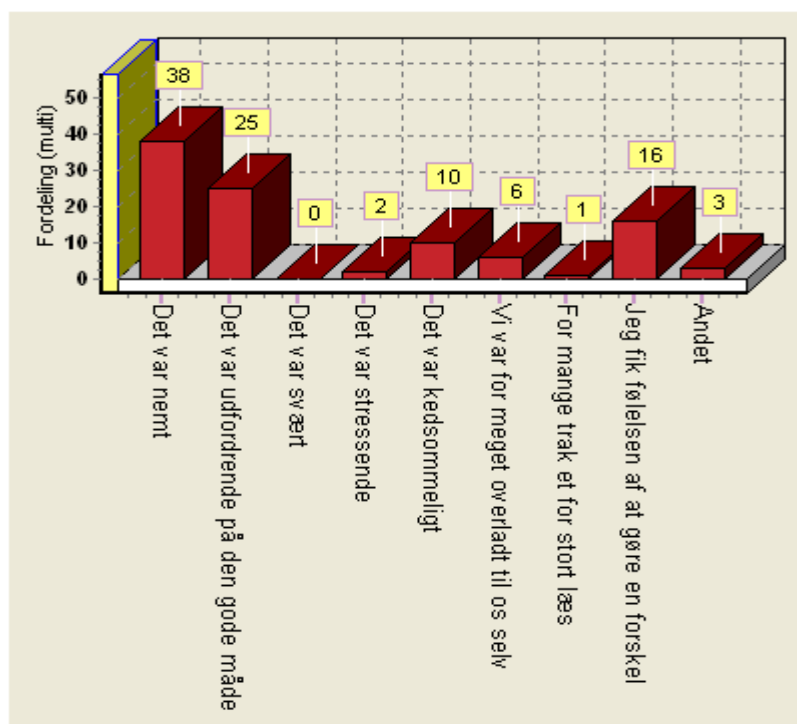


Fig. 40. Hvordan har du det med det ansvar, du har (haft) som frivillig hjælper ved EMet?

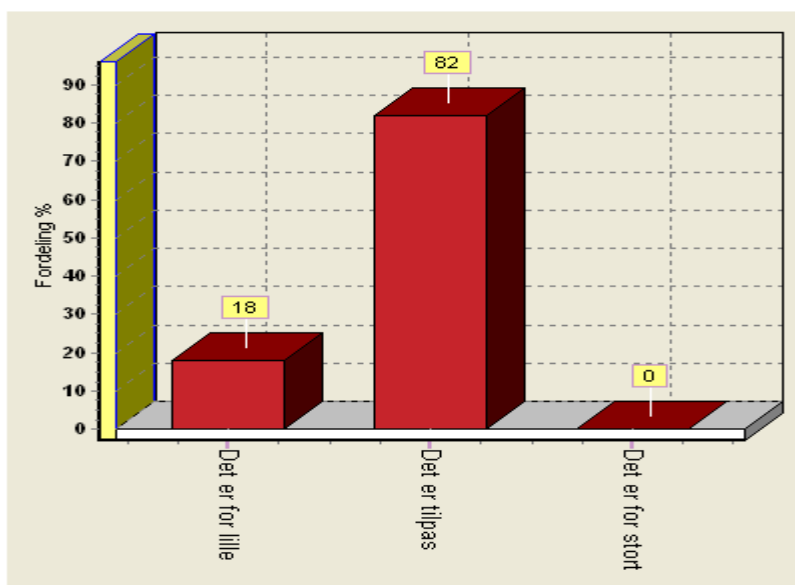


Fig. 41. Hvordan har du oplevet samarbejdet med de andre frivillige hjælpere ved EMet?

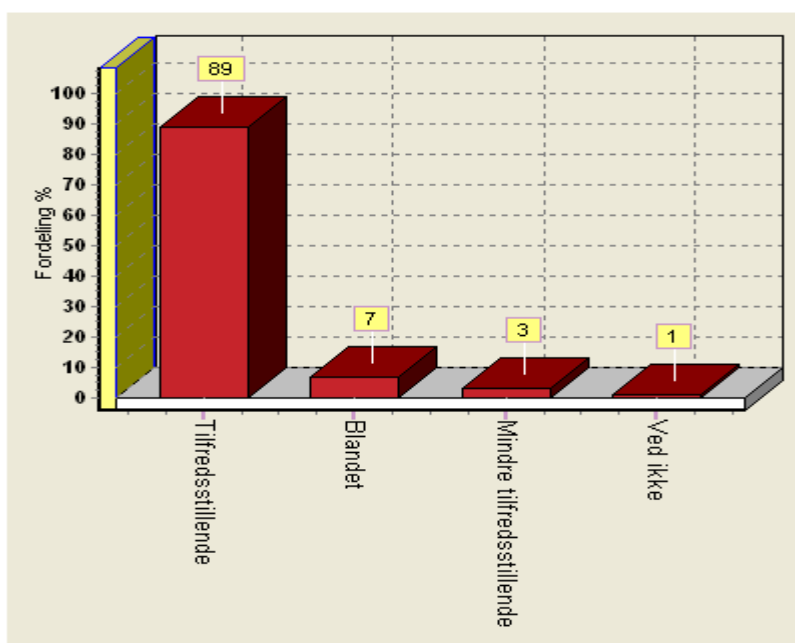


Fig. 42. Hvordan har du oplevet samarbejdet med DBU/værtsbyerne omkring eventen?

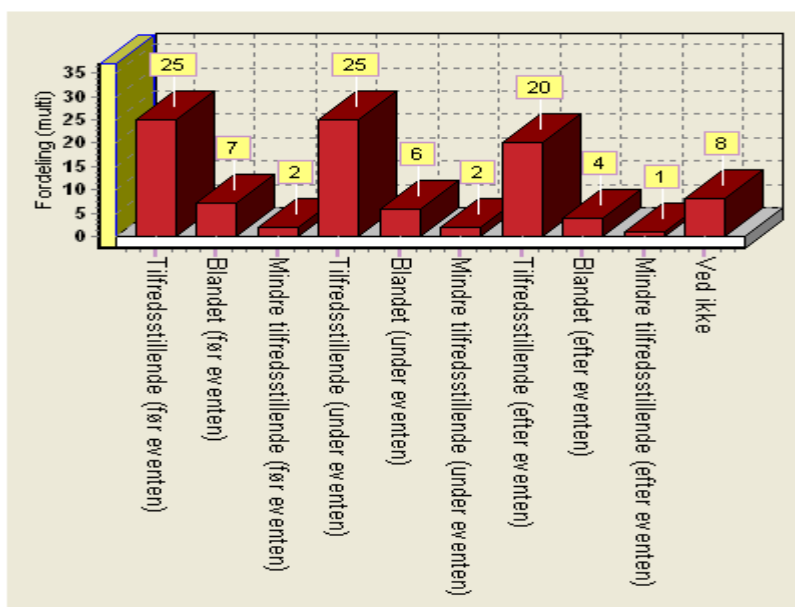
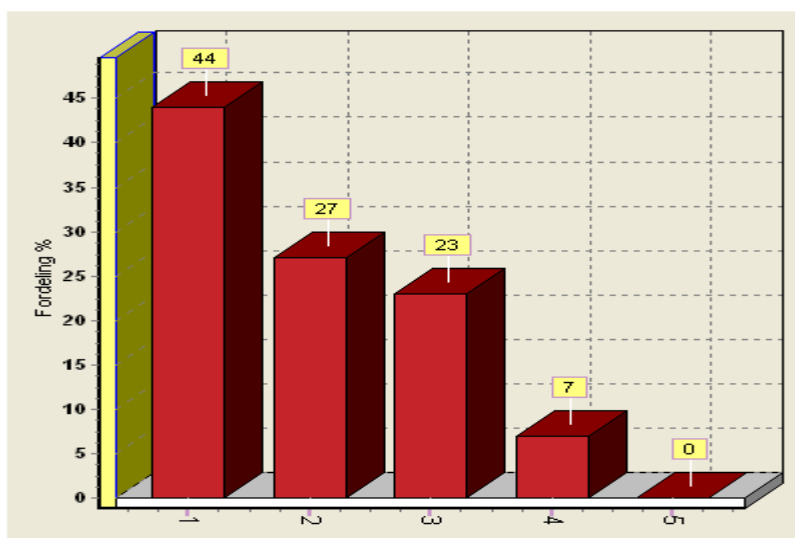


Fig. 43. Hvordan har du oplevet samarbejdet med UEFA omkring denne event?



- 1 Jeg har ikke haft kontakt til UEFA overhovedet
- 2 De få gange, jeg har haft kontakt til UEFA, har der ikke været nogen problemer
- 3 Jeg har oplevet samarbejdet med UEFA som tilfredsstillende
- 4 Jeg har oplevet samarbejdet med UEFA som blandet
- 5 Jeg har oplevet samarbejdet med UEFA som mindre tilfredsstillende

Fig. 44. Hvordan synes du briefing/informationen fra DBU/værtsbyerne har været?

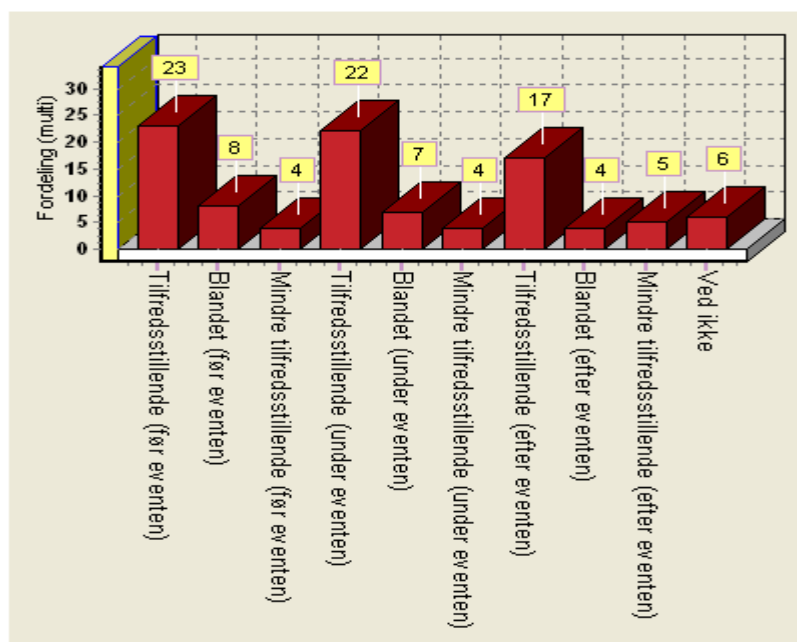


Fig. 45. Hvordan synes du overordnet set, at fællesskabet omkring eventen har været?

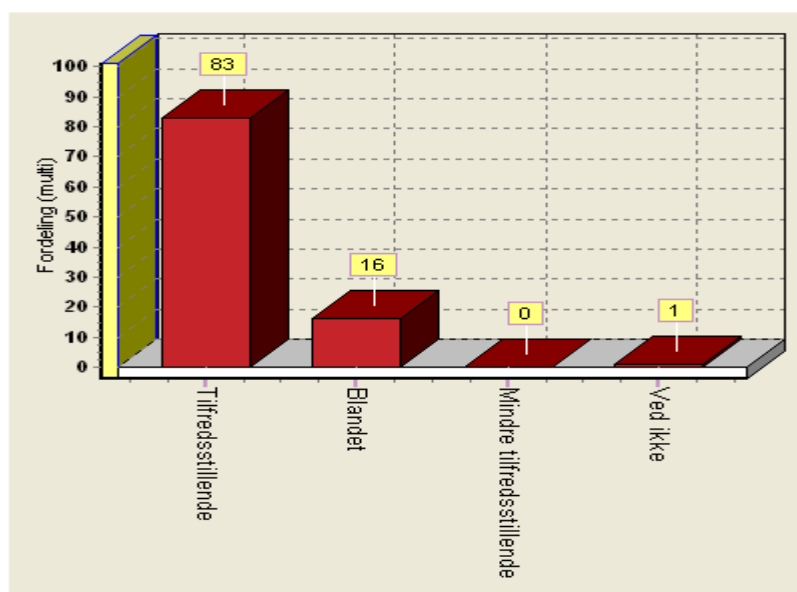


Fig. 46. Føler du, at eventen set ude fra har været velorganiseret?

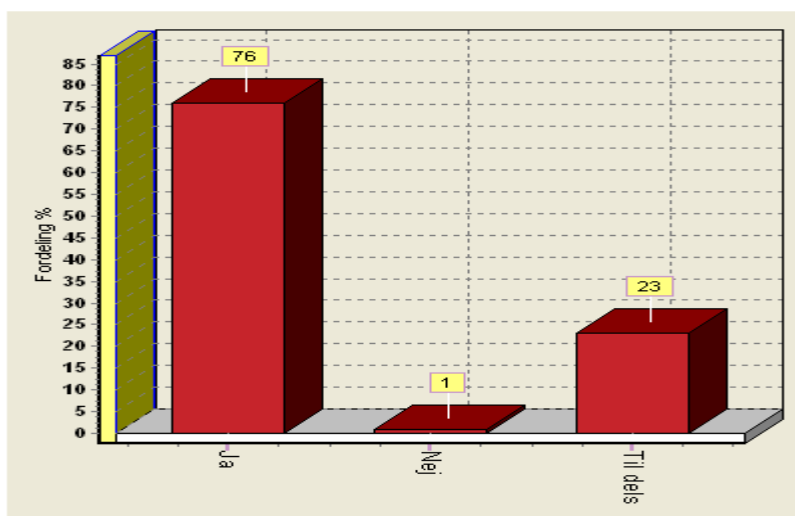


Fig. 47. Hvilke udsagn passer bedst på den belønning, du får/har fået som frivillig hjælper ved eventen?

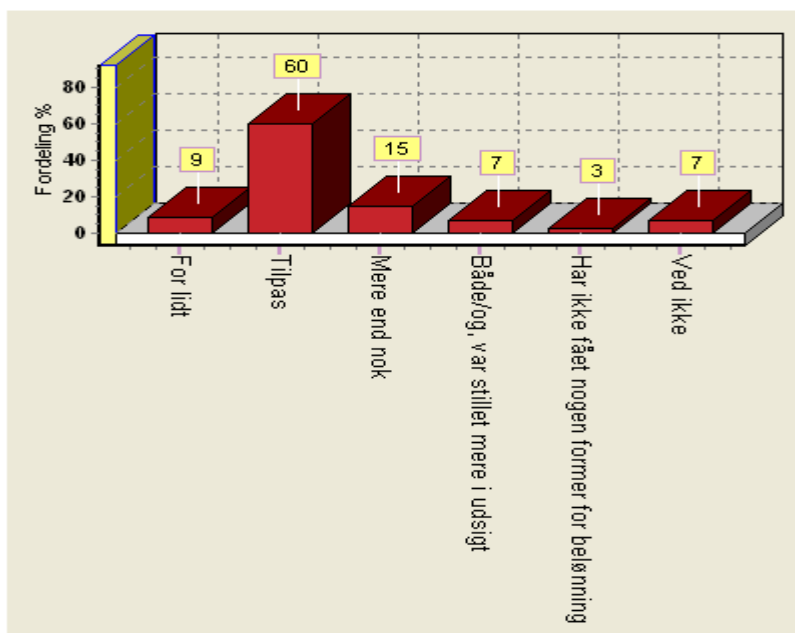


Fig. 48. Hvilke af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af forplejningen til de frivillige hjælpere under eventen?

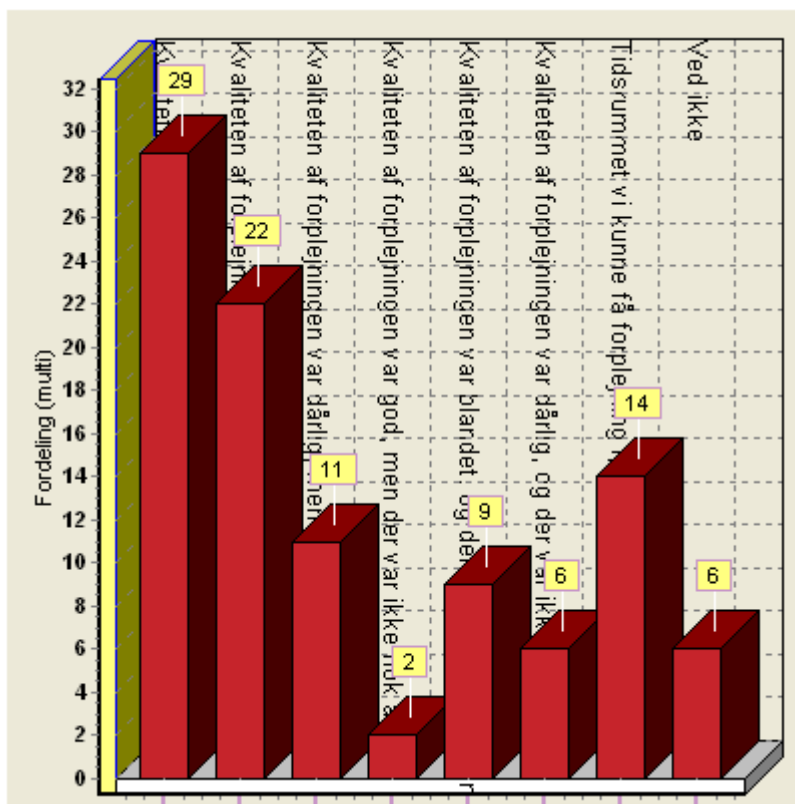


Fig. 49. Syner du at organisationen bag turneringen i det store og hele har holdt, hvad de lovede?

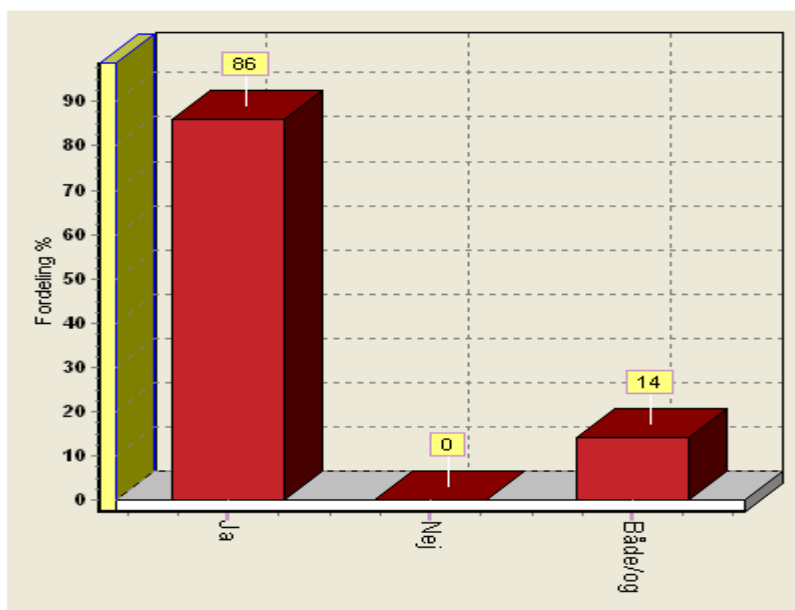
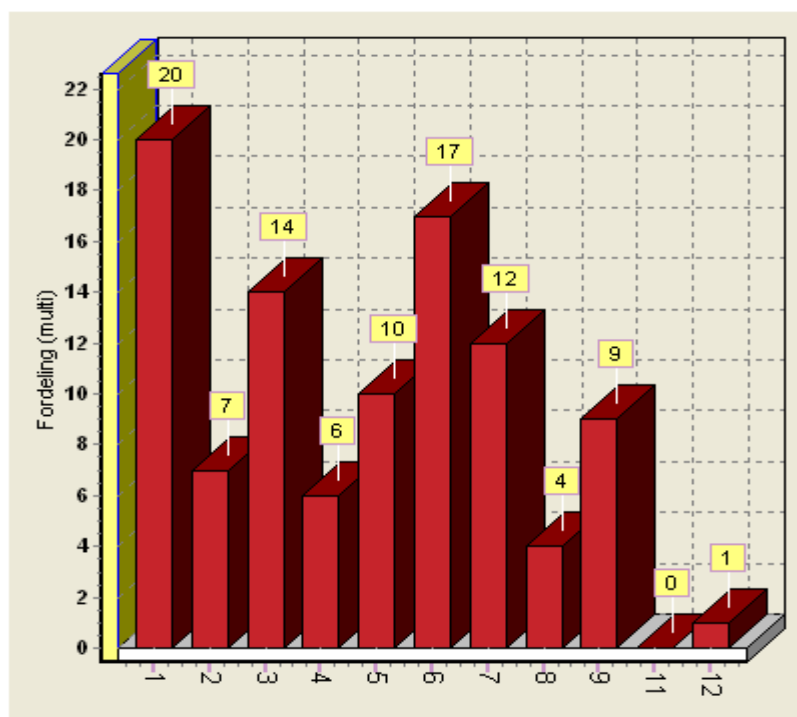
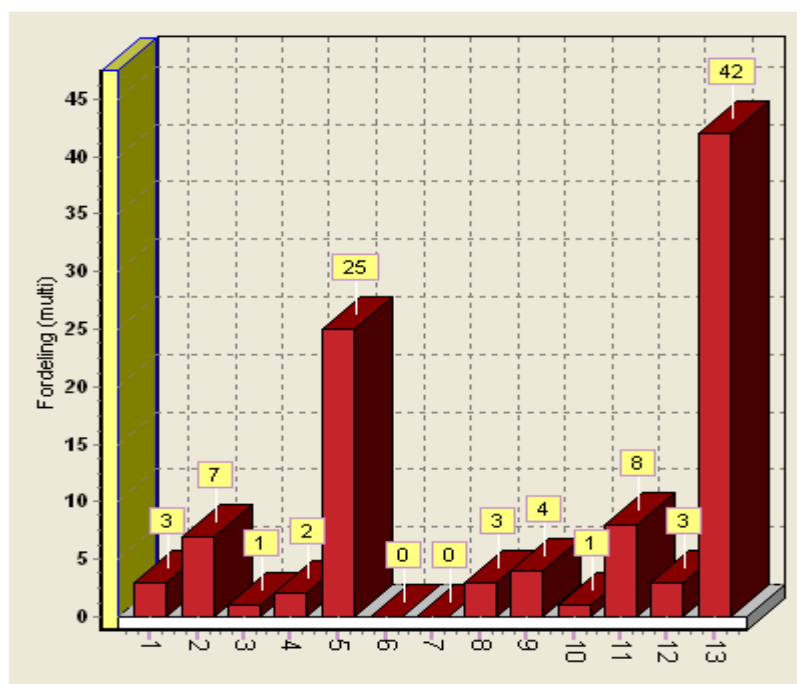


Fig. 50. Er der nogen oplevelser som frivillig hjælper ved eventen , du har været særlig glad for?



- 1 Ja, fællesskabet med de andre frivillige var unikt
- 2 Ja, at komme tæt på sportsstjerneerne var stort
- 3 Ja, jeg fik udvidet mit netværk/fik nye bekendtskaber
- 4 Ja, den megen positive feedback fra EM-gæsterne gjorde godt
- 5 Ja, den megen positive feedback fra UEFA og/eller DBU og/eller værtsbyerne gjorde godt
- 6 Ja, den gejst det giver at være med at løfte en stor opgave i flok er det hele værd
- 7 Ja, at opleve alle de glade EM-gæster og være en del af det var stort
- 8 Ja, at opleve den overvældende passion for fodbold, der har omgivet mig
- 9 Ja, det har givet mig et personligt løft at være med
- 11 Ja, andet
- 12 Nej

Fig. 51. Er der nogen oplevelser som frivillig hjælper ved eventen, du har været mindre glad for?



- 1 Ja, jeg synes, der var for mange i frivilligruppen, der trak for stort et læs
- 2 Ja, jeg synes, der var nogle frivillige, der tog æren for noget, andre burde have haft æren for
- 3 Ja, jeg synes, der var en dårlig stemning imellem de forskellige frivillige grupper
- 4 Ja, jeg synes, UEFA blandede sig for meget (evt. gav kontraordrer ift. DBU/værtsbyerne)
- 5 Ja, jeg synes, forplejningen under standard og/eller ikke var til rådighed længe nok
- 6 Ja, jeg synes, der var for mange ildebrande at slukke
- 7 Ja, jeg synes, indkvarteringen var under standard
- 8 Ja, jeg havde uheldige oplevelser med nogle af EM-gæsterne
- 9 Ja, jeg havde uheldige oplevelser med nogle af de andre frivillige
- 10 Ja, jeg havde uheldige oplevelser med UEFA og/eller DBU og/eller værtsbyerne
- 11 Ja, jeg synes, vi var for meget overladt til os selv
- 12 Ja, andet
- 13 Nej

Fig. 52. Vil du gerne være med igen som frivillig hjælper ved en fremtidig sportsevent?

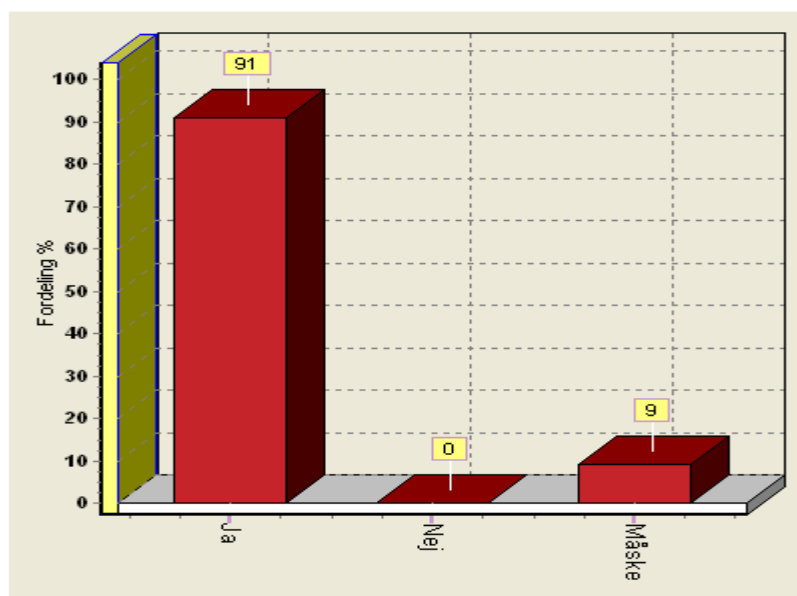
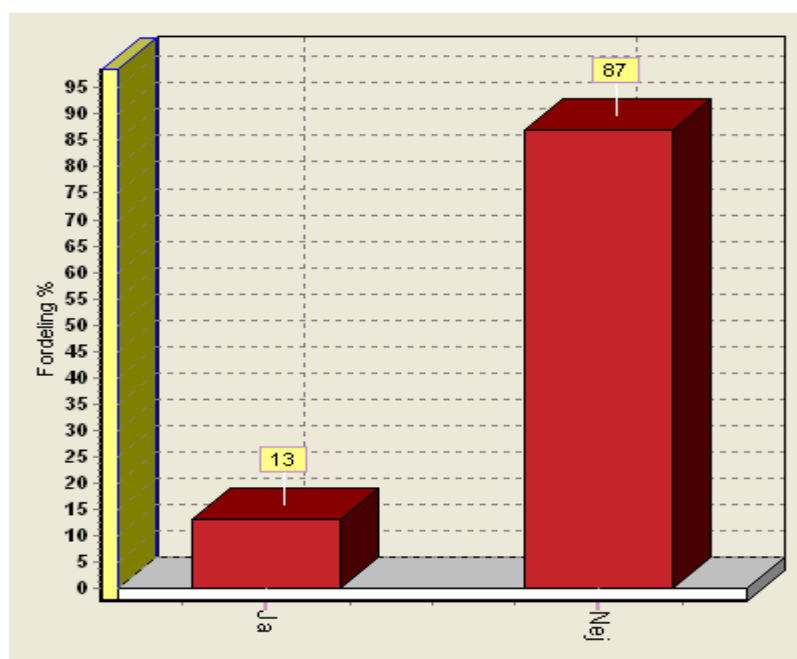


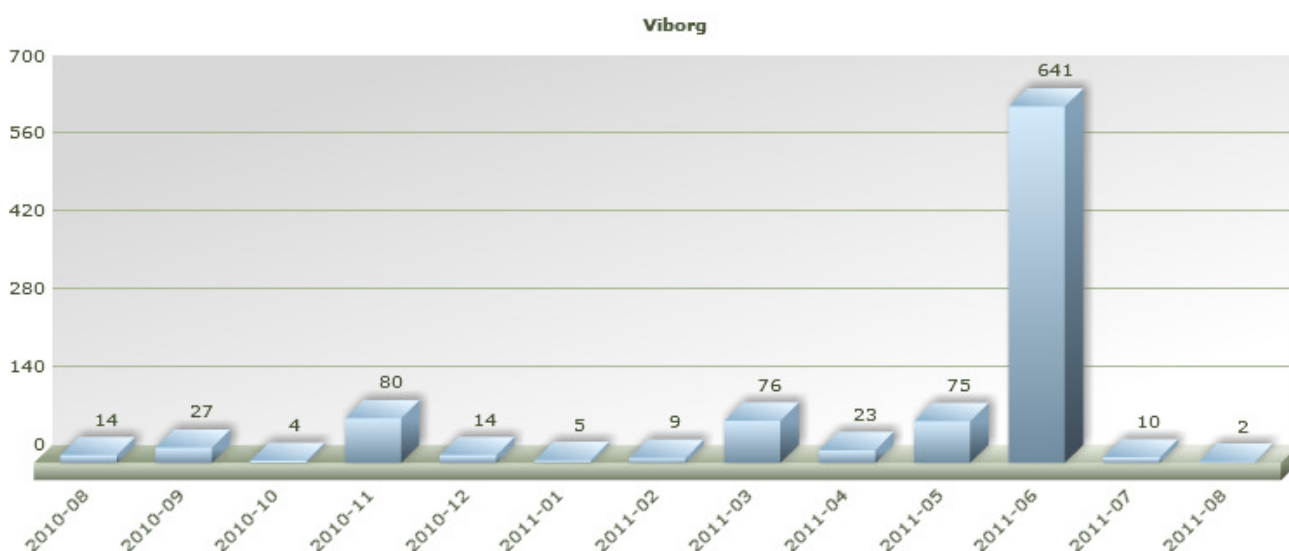
Fig. 53. Har du iøvrigt nogen kommentarer, kreative indspark eller kritik til os?



KAPITEL 5 – Online mediedækning

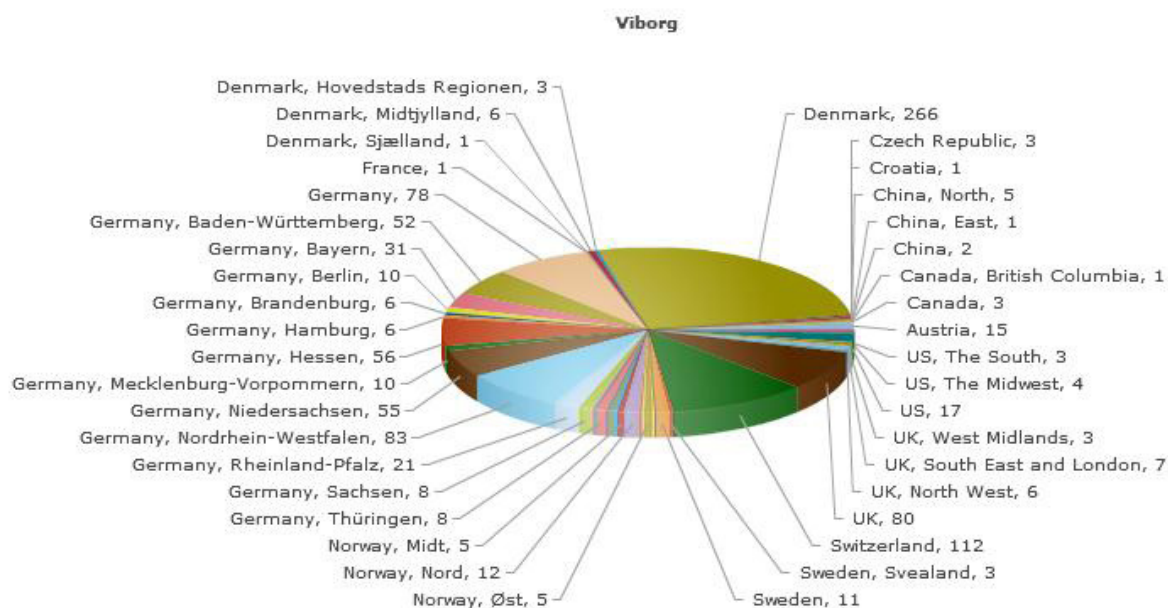
I figur 54 nedenfor ses det, hvor mange gange Viborg er nævnt sammen med eventen i nationale og internationale online medier. I juni måned, hvor omtalen toppe, er Viborg nævnt sammen med eventen i 641 artikler i alt.

Fig. 54 Antal online artikler med Viborg omtalt sammen med eventen



I figur 55 nedenfor ses fordelingen mellem hhv. dansk og udenlandske online mediemåling af Viborg nævnt sammen med eventen.

Fig. 55 Fordeling danske/udenlandske artikler: Viborg omtalt sammen med eventen



BILAG 1 – stikprøve vs. population

I stikprøven var der:

Tabel 1 – Fans stikprøve

Fast bopæl By/region/land	Antal unikke personer
HvideRusland	2
England	8
Aarhus	5
Herning	1
Viborg	133 (=67%)
Øvrige Danmark end værtsbyerne	27
Tjekkiet	4
Island	2
Spanien	5
Andet	11*
I alt	198

* Grønland, Italien, Luxembourg, Slovakiet, Tyskland

Dvs. at der i stikprøven var 85% danske tilskuere, heraf 67% alene fra Viborg, og 15% fra udlandet.

I totalpopulationen mht. fans ved kampene var der:

Tabel 2 – Fans totalpopulation ved kampene

Fast bopæl	Antal unikke personer
I Viborg Kommune	10.504 (=67% unikke lokale fans)
I øvrige Danmark	4.397 (=28% unikke udenbys fans)
Udlandet	776 (=5% unikke udenlandske fans)
I alt	15.677 unikke personer (100%)

Dertil kommer de fans, der kun opholdt sig i fanzonen. Se nedenfor.

I totalpopulationen mht. fans ved kampene var der:

Tabel 3 – Fans totalpopulation i fanzonen og kun dér

Fast bopæl	Antal unikke personer
I Viborg Kommune	4.937 (=67% unikke lokale fans)
I øvrige Danmark	2.066 (=28% unikke udenbys fans)
Udlandet	365 (=5% unikke udenlandske fans)
I alt	7.368 unikke personer (100%)

BILAG 2 –

- kvalitative uddybninger af svar fra segmentet FANS

Uddybning af "hvordan blev du bekendt med eventen?"

- Altid vidst hvad det var
- arbejde
- Arbejde
- arbejdsgiver
- Avis
- Because I watch football and Im not a tit
- blev kontaktet vedr.: arbejde
- bor i gågaden ud til torvet og fanzonen.
- Der var en annoce på min skoles hjemmeside om at blive frivillig til U21
- Der var en annoce på skoles hjemmeside om at blive frivillig til U21
- Flag i byens butikker
- Gennem kommunen.
- Just because
- Kampe på Viborg Stadion
- Kom tilfældigt forbi
- Kom forbi Fanzonen da den blev opført og blev nysgerrig.
- LOCAL FODBOLD UNION
- Lokale medier
- pga. deres flag i byen
- Pynt i byen
- Reklamer + flag i Viborg
- Reklamer i byen op til
- Via mit arbejde

Uddybning af Viborgs tjenester på sociale medier (Gowalla etc.)

- Dårlig reklame for arrangementet. Ingen vidste at det var der.
- Godt arr. på tværs af jylland - dog ønskes flere tilskuere
- Hvorfor får I ik en bold hver! Undren herfa
- I larmer meget
- It s great
- Jeg er her kun for musikken. Har slet ikke set fodbold.
- Jeg synes det er MEGA godt at der har været musik, derfor kom jeg i disse to dage.
- Nej
- Superb!
- Surprised that not so much kids here I expected. But overall it s fine.
- Survey too long
- Synes godt man kunne have brugt facebook noget mere, folk har i forvejen en profil derinde.

- Tak for jeres indsats
- Top n ice fan zone. Fed musik. Konferencieen er meget sød.
- Top-Notch!
- Turboweekend (<3)
- turboweekend er gode
- twitter opdateringer har jeg brugt flittigt
- Ved intet ser kun turboweekend
- Veto ku godt komme i stedet for The Floor

Uddybning af transportform

- Ben
- Er gået
- gå ben
- Gå-ben
- GÅ-BEN
- gå
- Gå
- gåben
- gået
- Gået
- Har ikke set kampe på stadion
- har ikke set nogen kampe
- Har ikke set nogen
- Ingen
- Jeg er gået
- Til fods

Uddybning af evalueringen af Viborgs fanzone services på de sociale medier:

- Banaing
- Hvorfor for i ik en bold hver! Undren herfa
- I larmer meget
- Jeg er her kun for musikken. Har slet ikke set fodbold.
- Jeg synes det er MEGA godt at der har været musik, derfor kom jeg i disse to dage.
- Superb!
- Surprised that not so much kids here I expected. But overall it s fine.
- Synes godt man kunne have brugt facebook noget mere, folk har i forvejen en profil derinde.
- Tak for jeres indsatas
- Top nice fan zone. Fed musik. Konferencieen er meget sød.
- Top-Notch!
- Turboweekend (<3)
- turboweekend er gode

- twitter opdateringer har jeg brugt flittigt
- Ved intet ser kun turboweekend
- Veto ku godt komme i stedet for The Floor

BILAG 3 –

- kvalitative uddybninger af svar fra segmentet MEDIER

7 Which information channels do/did you use to keep updated on the event?

soccer association website for statistics, other website for news

EBU

soccernet.com

bs test

Swiss and international Newspapers (Print and Web), TV

www.U21live.com

Mainly bold.dk and Sky Sports, occasionally others.

BBC

Bbc.co.uk, www.voicesinfootbal.com

BBC, RAI, Gazzetta.it, Repubblica.it, English Press, ESPN

22 Did you have any negative experiences during your stay?

no tv monitors in press tribune a major problem

I tried to get permission from UEFA to access the spectators area in Herning to make overall shots of the Stadium. Which was impossible to obtain. My client for the over all picture was Herning Stadium/MCH.....

The notebook of a friend got stolen from the press tribune

It was my first time to cover an UEFA-event, so I made a few mistakes. Fx I forgot to mail accreditation services, when I changed my plans for a match and were no show. But the dialog with the services cleared the mistakes.

During the game between Denmark and Iceland the Internet was bad so several journalists had to leave the stadium to go write in the press area.

Parkering

the robbery of a colleague's laptop on the media tribune in Aalborg

A stolen Laptop from my Colleague on first game from the media tribüne an no help from the security and stewards there

Final in Aarhus: Wireless connection at the pitch was bad. Not enough cables for photographers and the cables were only on one side. Aalborg: not enough food in the media center

Billund Airport on a Sunday. 45km from Herning, Would have had to sell my house to pay for a taxi(I am freelance) Waited 3 hours for a bus, went 30mins then waited 70 mins for one to Herning. Hardly anything open. Tourist office closed on a match day. What did 17 year old Justin Bieber do for fun in Herning on a Sunday!! The EVENT CAPITAL OF DENMARK got the 3 min train raid to stadium and received accreditation

Hire car was broken into and laptops were stolen - although took place away from tournament venue.

Colleague's lap top stolen from the press tribune

Am zweiten Spieltag der Gruppenphase spielte die Schweiz am frühen Abend in Aalborg. Die Rangliste der Gruppe und die Qualifikation zum Halbfinal war auch vom anderen, späteren Spiel des Abends abhängig. Also brauchten wir auch nach dem Spiel Dänemark-Weissrussland genügend Zeit, um unsere Berichte anzupassen. Hingegen war von der Uefa angeordnet, das Stadion und die Medienzone kurz nach dem zweiten Spiel zu schliessen. Wir mussten somit, obwohl wir schon sehr unter Zeitdruck standen, noch erklären, dass wir diese Zeit noch unbedingt brauchten. Dieser Umstand wäre vermeidbar gewesen.

Much time spent travelling. Wouldn't it have made more sense to have matches in, say, Randers, Aarhus, Horsens and Vejle for instance? Otherwise a very positive experience.

Team of England behaviour.

I had mostly very positive experiences - I would only suggest that train services were extended to take account of match nights. The relative paucity of accommodation in Jutland compared to Copenhagen made me depend on rail services to reach hotels in towns close to the host cities, as taxis would have been too costly, and some of those rail services ended only 45 minutes after final whistle, which made my journalistic tasks at the stadium tough to complete. With relatively late kick-offs (20.45) perhaps there could have been an extra trains laid on..? Ultimately the lack of affordable accommodation close to some of the venues was the bigger problem.

bedre vejr tak

the opening hours of the media area, lousy internet access at a hotel recommended by the tournament site.

All very kind. Got free transport on trains...

32 Any final comments ? please fill in below

good friendly atmosphere

a pity that games weren't sold out. why not give free tickets to local schools? atmosphere was poor. but, as usual with uefa very well organised.

it is very interesting tour to Denmark and UEFA hospitality extremely good.

the position of the remote photo cameras behind the goals was too late controlled by uefa. please control remote cameras 20 min before kickoff, so photographers had enough time to put cameras in the right position.

all perfect, congratulations

Everything was great! I lived in Herning and the only thing I was surprised by is almost empty streets in the evenings and days-off. I expected to see more people in cities and on the stadiums. And we could hardly find any souvenir products, concerning the city and the tournament. I liked red T-shirts with the emblem of European U-21 Championship Denmark, which were shown everywhere in the shops and worn by the staff, but unfortunately they were not for sell. But it's a trifle:) Of course, I would be more happy, if my team (Ukraine) showed better results, but I think it is not you, who is responsible for it:)

Actually, I spent 18 nights in Viborg and the amount of money per day is in Dkr.

Thanks to the Swiss team...;)

Internet connection in Aalborg was very poor. This is not only a Danish issue but an issue wherever I've been in Stadiums in Europe to cover matches in the Europe League, Champions League or other international matches.

Internet connection via LAN wires is desirable for the media tribune

Good work!

The accreditation was a farce. It was extremely difficult. Once we were told that every thing was done alright, but then we were told to give UEFA all the information again. When we showed up at the stadion, all of TV2/NORDs six acreditations had gone wrong. From the other journalist I heard that we were far from the only ones who had had major difficulties with this.

The organisation was absolutely perfect.

BRILLIANT AND FRIENDLY local organizing pros and volunteers. Could not have asked for more, and food in press centres first class. I have been to 12 FIFA World Cups and many tournaments and matches in 70 countries and compares with the best. The local LOC's do most of the work. Too may UEFA 'ERMOS' I coined the phrase-easily replacable minor officials) with cell phone attached to their ears permanently(just joking, maybe) The media cheief in Aarhus was brilliant and so was Tourist chief at Herning bureau when they were open.

One negative. The chief of Spains delegation smoking in the VIP area in Herning annoying everybody, and he needed a haircut. They do have barbers in Sevilla don't they? England delegation and press behind him were annoyed. UEFA press guro from Spain said it was legal so long as he didnt smoke on the pitch and inside. Rubbish.

Also though there was not enough mixing with players and locals. England hidden away in luxury, while Belarus came 1,900 km each way by bus. Amusing when catching airport bus outside SAS Blu hotel Arhus one of FA big wigs, ex famous coach staying there was going crazy because 'his driver' hadn't showed up. This is NOT the World Cup, should have caught the bus with everyone. I write and have organized tournaments world wide and been to many Dana Cups in Hjørring, Frederikshavn etc. and think there was FAR TOO MUCH security with press and the public at a low key event. The Tourist chief in Herning and 12 year old son didnt get into stadium until 20 mins after KO of England v Spain and Spanish fans missed their only goal. UEFA WAS RESPONSIBLE for this lack of judgement at such a

friendly and non confrontational event. Money could have been better spent on youth football and social problems in Denmark and everywhere but Switzerland!!

Outside far side of Aarhus stadium lots of gravel and small stone. Luckily we didnt have Serbian and other such fans that could have used them if there had been decisions against them.

Unlucky for Denmark that Holland, Germany, Italy, France Sweden didnt qualify and more visitors. I hope this has been helpful. I have been at international football tournaments since 1960 Rome Olympics. 'For the good of the game'. Ron

The UEFA Broadcast Tribune managers in Viborg & Herning were both extremely helpful towards our broadcast needs - we thank them for that. In Herning, it was annoying for working media to be refused carrying plastic bottled drinks into the media tribune by the stewards. When working for many hours in the tribune it is not practical to have to have plastic cup (without a lid) on the desk. It would have been great if there had been more fans in the stadiums. When we were travelling across Denmark, not many people seemed to know about the Championship, so perhaps it wasn't as well publicised as it might have been locally, to enable more local people to attend matches. It meant the atmosphere inside the grounds wasn't as good as everyone would have wanted.

positive experience, people really interested to the young tournament, nice atmosphere

The accreditation for the tournament could have been made more easy

Overall a very positive experience. Viborg stood out, though. People were very friendly in the city and at the stadium, and there were better signs with directions for the stadium. (I didn't go to Herning).

I wish go to Denmark in the near future.

I enjoyed my experience very much on the whole. My only reservations are the small range of accommodation in the host cities and the at-times skeletal transportation. Whilst the venues were all fairly close to each other in Jutland, I kept wondering if it still would have been better to have had one venue in Copenhagen, for the purposes of publicity, access and accommodation options. But thank you for the fine media facilities and easy working conditions in Denmark.

I thought the event was fantastic. I can an amazing sense of fulfilment visiting these event and part taking in the spirit of the tournament, meeting fans and players. I enjoy the marketing side of the event and monitoring the organisation and planning that went into event. I thought Denmark was great, especially Aarhus. I liked the idea of giving attendees with tickets free access to the Tivoli gardens near the stadium. I want to say well done, a great event with great fan participation. Damon Main www.voicesinfootball.com

Transport and accommodation for Press should be better organized (Ie: Time ahead as Hotels triple their rates before the events)

Nope.

I had a great time and Spain played some beautiful football on a lovely night in Aarhus

BILAG 4 –

- kvalitative uddybninger af svar fra segmentet FRIVILLIGE HJÆLPERE

3. Hvad er din beskæftigelse til hverdag?

[43072](#) I arbejdsprøvning, indtil jeg måske skal pensioneres..

[43073](#) Førtidspensionist.

[43116](#) Lærling

4 Hvad er din uddannelsesmæssige baggrund?

[43073](#) Hg 1-årig

[43079](#) kok

[43119](#) Ved at tage Hf eksamen

[43165](#) Uddannet elektronikfagtekniker

[43168](#) Tømrer

5 Hvordan fik du viden om muligheden for at blive frivillig hjælper ved denne event?

[43060](#) Læste om det på nettet.

[43072](#) Til velkomst møde i Viborg (velkommen til Viborg for tilflyttere)

[43073](#) Så et kæmpe banner på Viborg Stadion til én af de sidste klubkampe i netop afsluttede sæson, at man søgte frivillige til event'et.

[43079](#) via opslag

[43081](#) U21 web side

[43095](#) Avisen

[43110](#) Så det på en banner der hang i byen

[43116](#) Den officielle hjemmeside www.u21em.dk

[43125](#) Reklame på byens vandtårn og i de lokale ugeaviser hvor der stod de søgte frivillige.

[43127](#) Dagspressen

[43145](#) ophængte bannere

[43154](#) www.u21em.dk

[43155](#) avis

[43167](#) nyhederne

[43168](#) Spejder

[43174](#) Via lokale medier; aviser og radio samt stor vægplakat ved Viborg Stadionhal.

[43182](#) Via vores lokale boldklub

[43185](#) plakater

[43190](#) Velkomstmøde for personer der lige er flyttet til kommunen. Arrangeret af Viborg kommune

6 Har du været frivillig hjælper før i en eller anden sammenhæng?

[43073](#) Har et par gange før stået som frivillig i én af salgskoderne ved Skive Festival (Beach party).

[43090](#) Natteravn i Viborg siden 5 december 2008

[43102](#) Hinge Søstival

[43118](#) Det årlige loppemarked for den lokale sportsklub

[43124](#) festival

[43127](#) Har været medarrangør af koncerter

[43137](#) Muskelsvindfonden, politik, sport m.m.

[43154](#) Frivillig under hævejsmarchen i Viborg.

[43170](#) Viborg Bryghus

[43182](#) ja OL ved GRUNDFOS + frivillig til vores sportsfest!

[43185](#) hjælper grønkoncert hvert år i 2 uger.

[43190](#) Jeg er frivillig i marinehjemmeværnet, og har været det i ca 4 år.

7 Hvad var din bevæggrund for at melde dig som frivillig hjælper ved denne event?

[43095](#) Jeg var lige flyttet til området så det var også en god måde at lære byen at kende på!

[43137](#) På grund af min by - Viborg

[43145](#) gerne støtte op om sådanne arrangementer i lokalområdet og Danmark

[43160](#) Vil gerne have der kommer flere arrangementer til byen og vil derfor gerne støtte et sådan arrangement.

[43174](#) Ønsket om at hjælpe og bidrage til at U21 EM i Viborg kunne blive en succes for gæster,

spillere og for Viborg by.

8

Foretrækker du at lægge din frivillige arbejdskraft inden for områder, der understøtter dine eksisterende kompetencer?

[43072](#) Jeg kan godt lide, at lære noget nyt, så tager imod med åbne arme, når folk har noget jeg kan hjælpe med :D

[43095](#) Som frivillig får du jo netop mulighed for at prøve noget nyt! Jeg ved f.eks. ikke særlig meget om fodbold, men det er jo heller ikke mig der skal være dommer i kampene, derfor kan jeg jo sagtens yde et bidrag!

[43106](#) det er underordnet

[43116](#) Nej, vis jeg kan få flere kompetencer er det kun godt, men bruger så mange af de kompetencer jeg har.

[43131](#) Jeg synes det er vigtige at hjælpe, når der sådan en stor begivenhed kommer til Danmark (byen)

[43154](#) Dog også godt at lære nye ting.

[43164](#) synes det er mere spændende hvis man kan lære noget nyt.

[43189](#) både og så man kan lære noget nyt men også gøre noget man er god til.

[43190](#) Helst inden for mine kompetencer, men også gerne udenfor.

9

Synes du din post som frivillig hjælper ved EMet har givet dig kompetencer, der kan bruges i andre sammenhænge og/eller har styrket dine eksisterende kompetencer?

[43095](#) Jeg synes ikke mine kompetancer er blevet styrket på den måde... Jeg har ikke lært noget nyt eller specielt, som jeg ikke vidste før. Men det har været positivt at være med!

[43191](#) Jeg er vant til at hjælpe til på stadion ved afvikling af fodboldkampe.

11 Hvilke funktioner har du haft som frivillig hjælper ved EMet?

[43061](#) Gået til håndte i ventetiden

[43062](#) Passet de børn der gik med spillerne ind

[43063](#) Fanzonen

[43077](#) Har været ansvarlig for omklædningsrummene og siddet vagt på banen for at sikre at fotograferne ikke blokeret reklameskiltene og at skiltene stod det rigtige sted

[43092](#) Doping, samt transport af skadede spillere, bæres på bære fra spillepladsen til behandlingsrum

[43095](#) Runner. Jeg har været det under større arrangementer i f.eks. KBH. Det er en

blæksprutte rolle som jeg havde glædet mig til! Der var dog ikke så meget arbejde til mig som jeg havde håbet på.... og det trækker ned.

[43101](#) Teamleder i Fanzonen

[43102](#) opfyldning af diverse drikkevarer.

[43110](#) Teamleder i Fanzonen, så skulle koordinere vagtplan m.m. samt få det til at fungere på pladsen.

[43118](#) Promotion af sponsorprodukter

[43119](#) maskot Andy i Viborg

[43132](#) Stået i info-boden i fan-zonen

[43137](#) "Kaospilot" på Viborg Stadion

[43139](#) Information: Stadion og Byen

[43145](#) steward på stadion i 4 dage og i "SHARP" teltet i fanzone

[43147](#) Youth program

[43148](#) Stewart

[43152](#) Steward

[43154](#) Logistik afd. under Kathe Skovbo på Viborg stadion. Her var jeg bla. VIK hjælper samt Kaospilot.

[43160](#) Steward på stadion

[43164](#) Steward

[43167](#) hjælpe ifb. med koncerter ved fanzone

[43174](#) Hjælpe tilskuerne med at finde vej til den række og siddeplads nr. som de skulle være på.

[43177](#) Frivillig hos SHARP

[43185](#) steward og hjælper i Sharp på fan-zonen

[43190](#) Stuart: hjælper publikum med at finde deres pladser under kampene Fanzone: Runner og stå i et telt med bordfodbold

13 Hvilke(t) af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af dine arbejdsopgaver som frivillig hjælper ved EMet?

[43073](#) Vi havde dog lidt problemer, med at placere os på stadion - bunden/toppen af trappen. Samt lidt misforståelser ved informationsmøder inden arbejdsopgaven i forbindelse med kampene.

43095	Opgaverne var ikke så omfattende som jeg havde håbet. Det kan sagtens skyldes vejret, men jeg følte nogen gange at det var lidt "spild" at jeg var der. Jeg havde glædet mig til at føle at jeg var med til at gøre en forskel og trække læsset. Den følelse havde jeg ikke så tit.
43127	Der var ikke brug for min arbejdskraft på dagen.
43154	Dog meget spændende opgaver.
43174	Vi var vel orienteret om på hvilken måde vi verbalt såvel som non verbalt skulle guide folk til den rette række og siddeplads.
43184	Der skulle have været opstillet en bar mere i fanzonen men den var der ikke plads til. så det betød at den ene der var blev overbemandet og så var der ikke så meget at lave.
43191	Jeg skulle tillige hjælpe til i Fanzonen hos Sharp. Men pga manglende besøgende på pladsen og i teltet - blev dette til meget få timer på pladsen
14	Hvordan har mængden af frivillige hjælpere på dine vagter været ift. mængden af arbejde?
43063	Vi var alt for mange, der blev altid ringet og sagt til folk de ikke skulle komme, og mange som aldrig nået at være frivillig
43072	Vi stod 4 mennesker i baren, men der var kun behov for 2. Men to af os kunne bare gå hjem og det var egentlig fint nok.
43082	Det har både været op og ned, der har ofte være situationer hvor vi har været for mange hvor vi fik at vide at hvis vi gerne vil så måtte vi gerne bare tage hjem, men der har også været enkelte gange hvor vi ikke har været nok.
43090	Som chauffør var det enkeltmandopgaver.
43095	Vi var alt for mange. Jeg havde håbet at man ville flytte rundt på os, så vi kom hen til steder som havde travlt.
43110	Vi tjekkede vagtplanen løbende, så vi var sikker på at vi ikke var for få eller for mange.
43127	Kan jeg ikke vurdere. Der var tilsyneladende nok, da jeg ikke blev benyttet.
43132	Vi var for mange i Akkrediteringscentret
43138	Specielt i akkrediteringscentret.
43154	Vi har både været i situationer hvor vi var for mange, for få samt tilpas mange.
43155	dog også for mange til tider
43191	Svaret går på mine jobs på stadion. Vedr Fanzonen var vi for mange i det område, hvor jeg skulle hjælpe til
15	Hvilke af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af arbejdet som frivillig hjælper ved eventen

[43060](#) Spændende

[43061](#) Var sat på vagter hvor man på forhånd vidste der IKKE var brug for mig!

[43077](#) der var dage i fanzonen hvor der ikke skete noget som helst

[43095](#) Jeg ville gerne have følt at jeg gjorde en forskel, men sådan blev det ikke rigtigt. Til gengæld var det hyggeligt sammen med de andre frivillige.

[43106](#) der var ikke sat fokus nok på mit arbejde, det blev ikke udnyttet til fulde

[43127](#) Der var ikke brug for min arbejdskraft.

[43138](#) Det var kun kedsommeligt i akkrediteringscentret

[43145](#) steward på stadion var et kanon sjovt job - det i fanzonen var kedeligt

[43152](#) Først stressende den sidste halve time før kampstart da det var her det meste publikum kom.

[43174](#) Det var en stor oplevelse at bidrage til at få så stort et arrangement til at fungere , at vi alle uanset hvor lidt eller meget vi lavede, så bidrog vi til et fælles projekt.

[43179](#) Der var alt for lidt arbejde til alt for mange mennesker, men det var lige så meget UEFA der krævede at vi stod til rådighed, selvom der f.eks. kunne komme 1 person der skulle akkrediteres i løbet af én dag.

[43190](#) Det var spændende undtagen de to vagter jeg havde i Kia teltet. Jeg viste ingenting om bilerne, så jeg skulle bare have nogen til at spille bordfodbold, da der var to andre steder i fanzonen hvor man kunne spille bordfodbold, var det meget kedeligt, da de øvrige steder afholdt konkurrencer, som gjorde dem mere spændende.

16 Hvordan har du det med det ansvar, du har (haft) som frivillig hjælper ved EMet?

[43127](#) Følte intet ansvar...

[43154](#) Tilpas, dog også lidt småt med ansvar.

[43182](#) Ville gerne have bidraget/ haft mere ansvar med mere end jeg gjorde.

17 Hvordan har du oplevet samarbejdet med de andre frivillige hjælpere ved EMet?

[43095](#) Det var super!!! Hvis der ikke var en fest, så startede vi den selv!!

[43127](#) Mødte kun folk ved info-møde og ved akkreditering - ellers ikke da der ikke var brug for min arbejdskraft.

[43147](#) Vi var et godt team

[43152](#) Nogle af de helt unge tog ikke på samme måde som os andre del i arbejdet. Nogle havde meldt sig blot for at få billet til 4 kampe. På min tribune var der 3 af 6 der trak

slæbet hvor de sidste 3 nærmest bare var passive

[43164](#) nogle gik lige en tand for meget op i det "ansvar" de mente de havde og at de var "ledere"

[43189](#) det var godt

18 Hvordan har du oplevet samarbejdet med DBU/værtsbyerne omkring denne event?

[43067](#) Folkene fra DBU var meget stressede under eventen. Både min værtsby, Viborg, og UEFAs folk var rigtig søde og hjælpsomme, mens DBUs folk opfattede os frivillige, som en smule "dumme". Det føltes lidt som om DBU ikke havde tillid til os.

[43095](#) Før EM synes jeg der var noget rod i tingene. bla. med den information vi fik. Under gik det fint. Efter EM, tja... jeg har ikke rigtig hørt mere andet end denne evaluering.

[43116](#) Det var heller ikke så meget jeg mærkede til DBU.

[43122](#) I værtsbyen for mange chauffører til en enkelt bil - manglende tilbagemelding hvem der havde vagten!

[43154](#) Har ikke haft noget samarbejde.

[43174](#) Det kan jeg ikke udtale mig om !.

[43190](#) Eneste ulemper er at jeg synes vi fik sent oplysninger om hvad arbejdet rent faktisk går ud på, før eventen. Mødesteder var ikke skiltet særlig godt, når mn ikke er kendt. EKS da vi som stuart skulle præsenteres for stadion, havde jeg fået dato og tidspunkt, men ikke hvor vi skulle mødes. Jeg ledte der hvor vi sidst mødtes og fik rundt om stadion før jeg fandt en åben port de andre havde brugt.

[43191](#) Det har været en kæmpe oplevelse at være med.

19 Hvordan har du oplevet samarbejdet med UEFA omkring denne event?

[43060](#) Lister med pressefolk printet ud 3 dage før event, så de var utidssvarende, og desuden havde listerne forskelligt format fra gang til gang.

[43067](#) Rigtig søde mennesker, som udviste tillid og respekt for alle frivillige.

[43116](#) Der var nogle ting der ikke var helt på plads under de første par kampe.

[43125](#) Generelt godt samarbejde, men vi blev kaldt på vagt tidligere for at uefa skulle instruere os, de kom så først en time senere og havde ikke rigtig nogen plan for hvad de skulle instruere os i. Men Ellers var de søde og taknemmelige.

[43138](#) Har kun været til inf.møde omkring brug af IT-programmet til akkreditering - og denne info kunne godt have været på dansk når vi nu var i Danmark.

[43147](#) Hende jeg arbejdede under havde helt styr på tingene

[43165](#) De var altid venlige og jeg blev altid mødt med et smil.

- [43179](#) Jeg havde personligt ikke nogle problemer med UEFA's repræsentanter i forbindelse med akkreditering, men jeg synes at åbningstiderne var alt for lange i forhold til antallet af personer der skulle akkrediteres.
- 20 Føler du, at eventen set ude fra har været velorganiseret?**
- [43061](#) Strukturen i Viborg virkede OK, men transport virkede noget rodet!
- [43095](#) optakten med info til frivillige var ikke udpræget god. Men de gjorde hvad de kunne for at besvare de mange spørgsmål. En ting som jeg synes var sjov var at vi først fik "frivillig reglerne" sendt på mail efter at EM var startet.
- [43116](#) Ude fra har det set super godt ud :)
- [43119](#) Der har ikke været styr på mange ting
- [43154](#) Det eneste der gør sig gældende her er ændrede meninger fra UEFA.... :)
- 21 Vil du gerne være med igen som frivillig hjælper ved en fremtidig sportsevent?**
- [43154](#) ENDELIG RING EN ANDEN GANG.
- 22 Er der nogen oplevelser som frivillig hjælper ved eventen , du har været særlig glad for?**
- [43116](#) Det har været super fedt at være med til det største fodbold event i Danmark, og det har give mig så mange gode oplevelser
- [43127](#) Der var ikke brug for min arbejdskraft.
- [43137](#) At det lykkedes for Viborg
- [43147](#) Var med til indmarchen til kampene. Bare det at se børnene mens vi stod og ventede på at skulle ind med flag/spillere var det hele værd
- [43182](#) For mig som der elsker fodbold synes jeg det var meget stort at hilse på Michel Platini
- 23 Er der nogen oplevelser som frivillig hjælper ved eventen, du har været mindre glad for?**
- [43061](#) Blev forud tildelt 14 kørevagter, til trods for at jeg havde meldt på med 4-5. Det blev dog løst! Bestilt tøj kom i forkert størrelse!
- [43067](#) UEFA overlod gerne ansvar og æren til frivillige, mens DBU ofte tog æren for opgaver løst af frivillige.
- [43069](#) Det var en god oplevelse hvor jeg havde det sjovt.
- [43073](#) Synes der var alt for store huller i kommunikationsvejene, som gav store misforståelser.
- [43085](#) Når man har en 6-timers vagt, så er en spisebillet til en lille sandwich-bolle i underkanten af, hvad jeg har behov for.

- [43090](#) Forplejning i Viborg var ikke særlig godt som chauffør kom tit til en lukket dør eller der ikke var andet end kaffe. De andre steder var den god særlig i Aarhus på Hotel Helnan buffet og god betjening og lækker mad.
- [43095](#) Der er ikke nogen oplevelser som jeg synes er negative. Dog vil jeg lade et par ord falde om forplejningen... Jeg havde mange (kun) aftenvagter og da jeg kom op og så menukortet blev jeg meget positiv, dog kun for at få at vide at varm mad kun var til frokost. Vi kunne få en sandwich. De øverst ansvarlige for den fonzone jeg var i bestilte dog varm mad ude i byen, da de ikke ville have sandwiches til aften... Jeg mener at uanset "rang" så bør vilkårene være lige for alle. 1 sandwich på en vagt på 8 timer er måske ikke helt optimalt, slet ikke når det er koldt og vådt!
- [43101](#) flere er bare blevet væk fra div vagter
- [43116](#) Vi fik "kun" en sandwich til aftensmad og det kørte man træt i.
- [43127](#) Kedeligt at jeg ikke blev benyttet.
- [43139](#) Den varme mad var rimelig til middag, men Sandwichbollerne til aftensmaden var så tørre som Sahara.
- [43148](#) For få frivillige
- [43152](#) For os der kun var til forplejning om aftenen så blev det meget trivielt at spise de samme slags sandwich hver gang vi var på arbejde. Hvorfor ikke lave sådan at vi kunne have fået en stadionpølse med brød og en vand derinde. Efter min mening var sandwichene under standard og til sidst gad vi slet ikke gå derover...
- [43170](#) Tøjet var ikke specilt spændende
- [43190](#) Aftensmaden var en kedelig sandwich.
- 24 Hvilke udsagn passer bedst på den belønning, du får/har fået som frivillig hjælper ved eventen?**
- [43060](#) Jeg meldte mig ikke for at få belønning, men fordi det interesserede mig.
- [43062](#) Jeg synes der var meget forskel på de frivillige, altså nogen måtte få mad andre måtte ikke. Og angående tøj det samme. Nogen fik noget tøj og andre fik noget andet.
- [43072](#) Vi fik mad hver gang vi var der, vi fik tøj og en kæmpe fest hvor vi kunne vinde gaver.
- [43090](#) Masser af oplevelser og nye kontakter.
- [43095](#) Jeg glæder mig til at se det diplom vi får, men ellers har jeg desværre ikke kunne deltage i frivilligfesten.... øv..
- [43110](#) Vi vidste hvad vi fik da man tilmeldte sig, men det var ikke afgørende for mig. Ville deltage uanset hvad.
- [43125](#) Jeg har nok ikke forventet nogen belønning, og det der har været er en frivillig fest i byen hvor der var udtrækninger af forskellige præmier.

- [43154](#) Det er hverken pga sodavand, øl, forplejning eller tøj jeg er der. Dog godt at man ikke skal sætte alt sit eget tøj til brugs.
- [43179](#) Jeg var lidt skuffet over tøjet, som jeg ikke synes var behageligt at have på (eksempelvis dame t-shirten)
- 25 Hvilke af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af forplejningen til de frivillige hjælpere under eventen?**
- [43060](#) Samme udvalg alle fire gange jeg var der. Tidsrummet svarede desuden til det tidspunkt hvor kampene blev spillet og dem ville jeg jo også gerne se.
- [43079](#) sports boller hver gang
- [43085](#) Se uddybning til spm. 23.
- [43090](#) KUN i Viborg, der andre steder var der god service.
- [43095](#) Der er ikke nogen oplevelser som jeg synes er negative. Dog vil jeg lade et par ord falde om forplejningen... Jeg havde mange (kun) aftenvagter og da jeg kom op og så menukortet blev jeg meget positiv, dog kun for at få at vide at varmt mad kun var til frokost. Vi kunne få en sandwich. De øverst ansvarlige for den fanzone jeg var i bestilte dog varm mad ude i byen, da de ikke ville have sandwiches til aften... Jeg mener at uanset "rang" så bør vilkårene være lige for alle. 1 sandwich på en vagt på 8 timer er måske ikke helt optimalt, slet ikke når det er koldt og vådt!
- [43103](#) Det var nogle kedelige sandwich vi fik. Jeg fik kun om aften.
- [43110](#) Lidt kedeligt med sandwich hver aften og de var lidt tørre og kedelige.
- [43119](#) Varmt mad om aften ville have været godt. Det havde vi ikke i Viborg.
- [43124](#) den samme sandwich til aftens mad i hele perioden er meget kedeligt.
- [43125](#) Jeg benyttede mig kun af en enkelt sodavand i forplejningscentret, da vi var så heldige at spise "rester" efter vip arrangementerne. Hvilket jo var super kvalitet. Men skulle vi ha benyttet forplejningscentret havde vi nok været lidt presset, da det lukkede før vi var færdige og ville ha svært ved at nå ned og spise i kampen inden vi igen skulle følge gæster ind.
- [43131](#) Jeg fik kun kold mad, vi havde ikke tid til at spise når de kom med det.
- [43145](#) varm mad til frokost var ok, men en af de første dage blev der serveret hot-wings med flødekartofler, det er der ikke meget kød på og noget fedtet stads. Sandwich hver aften, kun 1 pr. person, uden dressing (løbet tør for dressing). Jeg ved, at nogen som stod i fanzonen fra 11-23, synes det var længe at klare sig på 1 sandwich.
- [43147](#) Spiste ikke
- [43182](#) Maden var perfekt - men for lidt tid at spise den i :)
- [43185](#) synes det var rigtig dårlig, når man som mig have aftens vagter. at man så kun fik en tør sandwich. det ville jeg gerne have haft noget ordentligt varmt aftensmad. og når

man samtidig kunne se at om middagen var der lækker mad, som mørbrad osv.

[43190](#)

Sandwichen til aftensmaden var kedelig, frokost ok. Men oplevede kun en frokost og fire aftensmad

26

Hvordan synes du briefing/informationen fra DBU/værtsbyerne har været?

[43073](#)

Undskyld men synes virkelig at brief/info slet ikke var fyldestgørende/kommunikationsvejene manglede - som jo så gav en del misforståelser i forbindelse med løsningen af arbejdsopgaverne. Hvem gør hvad?

[43154](#)

Dog har jeg ikke fået nogen briefing fra DBU overhovedet.

[43191](#)

Jeg synes, at Mette Nørgaard har gjort det fantastisk både før - under og efter EM. Hun var altid nem at komme i kontakt med og jeg fik hurtigt svar på mine spørgsmål. Stor ros til hende.

27

Hvordan synes du overordnet set, at fællesskabet omkring eventen har været?

[43073](#)

Det blev en klar afspejling af mit syn på danskerne i forvejen - man har sgu nok i sig selv og sin mobil! Mødte dog 3 østeuropæere som opholdt sig i Viborg i.f.m. uddannelse. De har sgu et helt andet og meget mere åbent menneskesyn, end de skide snobbede danskere ;-)

[43116](#)

Det er dejlige at se så mange mennesker der arbejder for en fælles sag.

28

Synes du at organisationen bag turneringen i det store og hele har holdt, hvad de lovede?

[43119](#)

Man blev set ned på, og der var nogle fra som ikke var alt for flink overfor en

[43127](#)

Ved såmænd ikke hvad de lovede!

[43147](#)

I starten stod der er frivillighedsfesten ville være i august, men til vores første møde var den lige pludselig rykket til slutningen af juni, hvor vi var flere der ikke havde mulighed for at deltage

30

Er din interesse for fodbold blevet styrket, efter at du har hjulpet til ved dette EM?

[43060](#)

Interessen er allerede på et meget højt niveau :)

[43072](#)

Jeg elsker stadig at se fodbold i tv eller på stadion :D

[43102](#)

har set sporten fra en anden side

[43103](#)

Det er det samme som før

[43110](#)

Tror ikke min passion for fodbold kan blive større :-)

[43125](#)

Er generelt interesseret i fodbold, selv om det er mange år siden jeg selv spillede.

[43152](#)

Tror ikke min passion for fodbold kan blive større :-)

[43154](#) Er der stadig fodboldtosset..... :)

[43190](#) Men kun en lille smule

31 Har du iøvrigt nogen kommentarer, kreative indspark eller kritik til os?

[43067](#) Super ide med dette spørgeskema. Så vi har mulighed for at give indput. Det var der ik tid til i vores travle dage, og det er først nu vi rigtig har reflekteret over tingene.

[43090](#) Jan inden for transport kunne man altid få fat i og få svar/hjælp fra. MANGLEDE regntøj til chaufførerne.

[43092](#) Rigtig godt arrangement. Stor ros til Mette, (Viborg) som var min nærmeste "kommandant". Meget hurtig respons på tvivlsspørgsmål.

[43113](#) Udgå er en for stor organisation. Lagene af superviserende personer uden egne opgaver er forbavsende stor. Hensynet til sponsorer er kvalmende og udansk

[43116](#) Vi skulle krydse alle de media folk af der kom til kampene, og til dette fik vi udleveret en bunke papir. hvor det kunne være gået meget nemmer og hurtigere vis det kunne gøres fra en computer

[43127](#) Jeg var kun sat på vagt én dag. Aftenen før blev jeg ringet op og spurgt om jeg ville komme på min vagt, hvilket jeg bekræftede. Det var dog mindre sjovt at møde op til et lukket volunteer-center. Efter opringning til DBU fik jeg at vide, at når centret var lukket, var der ikke brug for mig. Tak for det!

[43139](#) Jeg syntes at det er mærkeligt at man på tilmeldingsskemaet har muligheden for at tilmelde sig funktionen "Marketing" (som jeg arbejder med til dagligt) men senere får man at vide at den funktion er forbeholdt fastansatte i organisationen (DBU/UEFA?) Desuden syntes jeg at det var mærkeligt at man til første møde skulle svare på alle de samme ting som man én gang før havde svaret på i tilmeldingsskemaet. Det virkede uprofessionelt.

[43154](#) Hvorfor først nu det kommer til Danmark. :)

[43167](#) jeg tror u21 2011 har givet en masse erfaring i større arrangementer og det er det bedste ved det hele

[43191](#) Jeg vil gerne rose Viborg Kommune for det store arbejde byen gjorde for at dette skulle blive en succes. Overalt mødte man venlige og hjælpsomme personer ligesom hele midtbyen var pyntet flot op. Fan-zonen midt i byen havde mange flotte arrangementer, som burde have trukket mange flere folk til midtbyen. Det var ikke udbud der manglede. Flot med Fakkeltouren til de andre nabobyer.

SPORT EVENT DENMARK

HOSTING WINNERS

Idraettens Hus
Broendby Stadion 20
DK-2605 Broendby
T: +45 4326 2100
F: +45 4326 2125
sporteventdenmark.com
info@sporteventdenmark.com