



SPORT EVENT DENMARK

HOSTING WINNERS

TURISTØKONOMISK EFFEKTMÅLING
OG EVALUERING

UEFA U/21 EM fodbold 2011

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

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	67
<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 U21 European Championship 2011 11. – 25. juni i og Aalborg, Herning, Aarhus og Viborg,



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

Indledning:

Aalborg 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 hjælpere indsats. Dette og en lang række andre forhold vil denne turistøkonomiske evaluering afdække med fokus på værtsbyen Aalborg.

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 værts byer. Fællesværtskabet 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.

Der ud over 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 Aalborg (undtagen resultaterne for pressefolk, der ikke er værtsbyopdelt).

- Der blev solgt 27.158 billetter. Ca. 40% heraf 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 1,5 kampe i gennemsnit
- Knap hver tredje fan i Aalborg (32%) svarede, at de ikke skulle se nogen kampe, men kun feste i fanzonen, heraf flest lokale
- Hver femte af dem, der indløste billet til kampe i Aalborg, dukkede aldrig op på stadion
- Knap 3 ud af 4 fans i Aalborg spiller selv fodbold (eller har gjort tidligere) og/eller deres børn gør (73%)
- Der var flere mænd end kvinder blandt fansene i Aalborg (71% vs. 29%)
- Eventen appellerede til det yngre segment; gennemsnitsalderen på fansene i Aalborg var på 30 år
- Knap 6 ud af 10 fans i Aalborg, der ikke bor i lokalområdet, overnatter uden for eget hjem ifm. deres U21 ophold (59%)
- 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 Aalborg (og de øvrige 3 byer)
- Kun godt hver tiende fan i Aalborg vidste, der var en (dansk) event Facebook fanside
- For godt hver femte af disse var Facebook medvirkende til, at de skulle ind og se en U21 kamp på Aalborg Stadion (21%)
- Venner og bekendte var det mest forekommende rejseselskab, og den typiske rejsegruppe bestod af 6-7 personer
- For knap 7 ud af 10 fans i Aalborg var det første gang, de så en U21 kamp (68%)
- Der var størst tilfredshed blandt fansene med fanzonen, med gæstfriheden i Aalborg og med atmosfæren
- 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
- 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 medicentret
- Der var mindst tilfredshed blandt pressefolkene med forplejningen

- Den typiske frivillige hjælper var mand, 37 år, bosiddende i lokalområdet, studerende eller fuldtidsansat og 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 qua venner, bekendte og familie (og ikke i samme grad som i øvrige tre værtsbyer via sociale medier)
- Den typiske frivillige hjælper er overvejende motiveret af den oplevelse, han/hun får ved at være med samt det sociale aspekt i det
- 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
- Knap hver syvende frivillige hjælper føler, han/hun har gjort en forskel ved EM'et
- Godt 8 ud af 10 frivillige ved EM'et vil gerne være med igen ved en fremtidig sportsevent
- Turismeomsætningen i Aalborg blev på 9,1 mio. kr., heraf 19% udenlandsk (=knap 1,8 mio. kr.)
- På basis heraf blev det offentlige provenu til Aalborg Kommune i form af kommunale indkomstskatter på kr. 272.908 kr.
- Værdien af den frivillige arbejdskraft i Aalborg er opgjort til godt 1,2 mio. kr. baseret på 134 frivillige hjælpere i 4,5 dage hver á 10 timer pr. dag á kr. 200
- Aalborg er nævnt sammen med eventen i 1.502 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 U21 EMet 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 en OL-kvalifikationskamp; fire i Aarhus, fire i Herning, fire i Viborg og fire i Aalborg, og kampen mellem Danmark og Hviderusland i Aarhus tirsdag d. 14. juni trak det største tilskuertal (18.152).

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:

Aalborg Kommune har som udgangspunkt haft en nettoudgift på UEFA Under21 2011 på kr. 3,26 mio. kr. Det er vigtigt at bemærke, at samtlige lønudgifter er afholdt inden for de involverede afdelinger i Aalborg Kommune.

Efter tilskuddet fra Sport Event Denmark på kr. 1,25 mio. bliver nettoudgiften på kr. 2,01 mio. kr.

Formål:

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

1. Dokumentere de mange effekter forbundet med eventgæsternes' 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, såvidt det er muligt, at vise resultaterne afgrænset til Aalborg.

Metode og undersøgelsens indhold

Denne rapport, der indledes med et resumé, består af seks delundersøgelser, hvoraf den sidste, borgerundersøgelsen, ikke er foretaget i regi af Sport Event Denmark. De personlige interviews, der ligger til grund for tilskuerundersøgelsen i kapitel 1, er foretaget af Epinion omkring stadion og i fanzonen.

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 bliver svarene mere fyldestgørende og giver mere mening.

1) Evaluering af eventen – FANS; deres profil, forbrug mv. – KAPITEL 1

Tilskuernes forbrug i Aalborg², demografiske kendetegn, turistadfærd, brug af sociale medier, tilknytning til fodboldsporten, sponsorerindring og en lang række andre aspekter.

Undersøgelsen er baseret på 244 personlige interviews foretaget i Aalborg af Epinion, lørdag d. 11. juni og lørdag d. 18. juni, både ved stadion og i fanzonen.

Der var tale om en vis grad af selvudfyldning, dvs. at fansene selv udfyldte skemaerne og herefter overlod dem til Epinion interviewererne. Denne høje grad af selvudfyldning

¹ Kun eventgæster, der ikke har bopæl i værtskommunen og kun eventgæster, der er i byen primært pga. EMet

² Excl. billetforbrug til EMet, da disse tilfaldt UEFA

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.

I bilag 2 findes de kvalitative uddybninger af de indhentede svar fra fans i kapitel 1.

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 Aalborg, men de kvalitative uddybninger af svarene kan ses i bilag 3 og kan i visse tilfælde give en indikation.

3) Andre eventgæsters forbrug³ - 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.

71 besvarelser fra frivillige hjælpere i Aalborg indløb inden deadline ud af 134 mulige. Dette giver en svarprocent på 53%. De kvalitative uddybninger af svarene kan ses i bilag 4.

De frivillige hjælpere blev ikke adspurgt om deres forbrug i Aalborg ifm. EMet. Hovedsagelig fordi der primært var tale om folk fra lokalområdet (Aalborg Kommune), og pr. definition tæller lokale borgeres forbrug ikke med i effektmålinger som nærværende. Se "Afgrænsning".

³ F.eks. UEFA-funktionærer, sponsorer og spilleragenter

5) National og international online mediedækning – KAPITEL 5

En opgørelse over antal artikler fra januar 2011 til september 2011 med fokus på Aalborg 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

Afgrænsning

- Kun EM-gæster med fast bopæl uden for lokalområdet og med eventen som hovedårsag til besøget i Aalborg 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 beskedne⁴

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 Aalborg, 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 Aalborg.

Fans

De fans⁵, der var solgt flest billetter til ved EM'et i Aalborg, var primært ude fra kommende (60%), idet billetsalget til lokale kun udgjorde ca. 40%.

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 25% lokale blandt de unikke hoveder ved kampene i Aalborg.

Det nøjagtige antal af lokale fremmødte tilskuere ved kampene i Aalborg kendes imidlertid ikke, hvorfor det er de 60% nævnt ovenfor, der danner grundlag for turismeomsætningsberegningen i denne rapport⁶. Dertil kommer naturligvis omsætning fra de ude fra kommende fans, der kun opholdt sig i fanzonen.

⁴ Altså at EM-gæsterne optager plads på hoteller mv. på bekostning af andre gæster

⁵ Herunder også lokale firmaer, Aalborg kommune m.fl.

⁶ Dvs. ikke tæller med i beregningen, da lokale borgere pr. definition aldrig tælles med her

- Knap hver tredje fan i Aalborg er kun i fanzonen og skal ikke se nogen kampe på stadion, flest lokale
- De fans, der blev interviewet i Aalborg, og som så kampe på stadion, så i gennemsnit 1,4 kampe
- Der var klart flere mænd end kvinder blandt fansene (70% vs. 30%) og gennemsnitsalderen i fansegmentet var 30 år
- Knap 3 ud af 4 fans i Aalborg spiller selv fodbold (eller har gjort tidligere) og/eller deres børn gør
- Knap halvdelen af de fans, som var i Aalborg og som ikke selv bor i lokalområdet, overnatter uden for eget hjem ifm. U21 eventen
- Venner og bekendte var det hyppigste rejseselskab, og den typiske rejsegruppe bestod af 6-7 personer
- Flest fans blev bekendt med EM'et via tv/radio samt familie og venner
- Der var flest, der blev bekendt med EM'et, >1 år før kick-off
- Godt 7 ud af 10 fans i Aalborg har en Facebook-profil
- Kun godt hver tiende fan i Aalborg vidste, at der var en (dansk) UEFA U21 EM Denmark Facebook-side
- Til gengæld har knap 6 ud af 10 skrevet kommentarer, syntes godt om eller bidraget med indhold til siden
- For knap 4 ud af 10 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 Aalborg Stadion
- Flest fans brugte <250 kr. pr. dag i Aalborg ifm. eventen
- De fleste fans i Aalborg opholdt sig i fanzonen før de tog ud på stadion⁷
- For knap 6 ud af 10 fans i Aalborg er det vigtigt eller meget vigtigt, at der er et fanzoneområde
- De fleste fans i Aalborg opholder sig én gang i fanzonen
- Mere end 8 ud af 10 fans i Aalborg husker en eller flere eventsponsorer (gns. 4,87). Højest scorerer Adidas
- For knap 7 ud af 10 fans i Aalborg 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 skiltningen til stadion fra banegården og lufthavnen
- De fleste fans i Aalborg købte/fik billet til EMet via billetforhandlere rundt omkring i Danmark
- 6 ud af 10 af dem, der indløste billet til eventen, var meget godt eller godt tilfreds med prisniveauet på billetter til kampene
- Ligeledes 6 ud af 10 af dem, der indløste billet til eventen, var meget godt eller godt tilfreds med serviceniveauet omkring billetkøb

⁷ Heri er således ikke inkluderet de fans, der aldrig tog til nogen kampe men kun var i fanzonen

- 55% af de 68%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til UEFA U21 mesterskaberne, gjorde det i positiv retning
- 29% af de 65%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til UEFA, gjorde det i positiv retning
- 56% af de 70%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til Aalborg som værtsby, gjorde det i positiv retning – tallet inkluderer også byens egne borgere
- Knap hver tredje af de 63%, der besvarede spørgsmålet om de havde ændret holdning til sponsorerne, gjorde det i positiv retning (30%)
- Godt halvdelen af de 88%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at værtskabet havde forbedret Danmarks omdømme, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (54%)
- 61% af de 75%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at eventen var en stor succes, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (49%)
- 45% af de 73%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at der blev leveret fodbold af høj kvalitet ved eventen, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (42%)
- Kun knap hver femte af de 73%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at mesterskaberne var overkommercialiserede, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (24%)
- Godt 2 ud af 3 af de 72%, der besvarede spørgsmålet om hvorvidt de mente, at Danmark havde været en god vært for mesterskaberne, fandt udsagnet meget rammende eller rammende (69%)
- 39% vil anbefale familie eller venner at besøge Aalborg i fremtiden

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 målepunkter⁸ 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 med 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 Aalborg var:

- En mand
- Han er 37 år
- Han er bosiddende i lokalområdet
- Han er studerende/lønmodtager fuldtid
- Han har en mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)

⁸ 47%-86% svarede "meget tilfreds" eller "tilfreds"

- 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 qua familie og venner
- 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 samt det sociale aspekt i det
- 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 stadionopgaver
- Hans funktioner har primært været inden for akkreditering
- Han har gennemsnitligt arbejdet som frivillig ved EM'et i 4,5 dage, men de fleste frivillige arbejdede i 3-4 dage
- Han fandt opgaverne nemme at forstå/håndtere; lidt flere fandt opgaverne kedsommelige end udfordrende på den gode måde (20% vs. 18%)
- Godt hver syvende følte, han gjorde en forskel
- Han fandt bemanningen på sine vagter i overkanten
- Han fandt det ansvar, han var tildelt, passende, men 40% ville gerne have haft mere ansvar
- Han oplevede i høj grad samarbejdet med de andre frivillige som tilfredsstillende
- Han oplevede ligeledes i høj grad samarbejdet med UEFA som tilfredsstillende⁹
- Endelig oplevede han også samarbejdet med DBU og værtsbyerne som tilfredsstillende, især før eventafviklingen
- Han oplevede EM'et set ude fra som velorganiseret
- Han vil gerne være med igen som frivillig hjælper ved en fremtidig sportsevent

⁹ 34% havde dog slet ingen kontakt med UEFA og kunne derfor ikke besvare spørgsmålet

- Han fremhæver især fællesskabet med de andre frivillige som særligt positivt og muligheden for at udvide sit netværk
- 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, især før eventafviklingen
- Han mener klart, organisationen bag EM'et har holdt, hvad de lovede de frivillige hjælpere

Samfundsøkonomiske effekter

De direkte samfundsøkonomiske effekter i Aalborg 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 en del 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 Aalborg

Type effekt	Dansk	Udenlandsk	Effekter ialt
Antal dagsbesøg	4.720	1.020	5.740
Antal overnatninger	10.384	1.371	11.755
Turismeomsætning	7.330.461 kr.	1.766.478 kr.	9.096.939 kr.
	Værtskommunal¹⁰	Danmark	
Beskæftigelse	9	3	
Offentligt provenu	272.908 kr.	724.256 kr.	
Bruttoværditilvækst	4,7 mio. kr.	1,3 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 Aalborg Kommune. Det nationale offentlige provenu er primært moms og afgifter.

Aalborg kommune får således et offentligt provenu på knap 0,3 mio. kr. ud af værtskabet i form af kommunale indkomstskatter.

Online mediedækningen

Aalborg blev nævnt sammen med eventen i 1.502 online artikler i juni måned 2011 og set hen over året fra januar til oktober 2011 i 1.768.

De fleste af artiklerne var internationale (948), 814 var danske.

¹⁰ 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 Aalborg 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 U21 EM'et?

	Procentandel
Jeg er kun i fanzonen, og skal ikke se nogen kampe på stadion	32 %
Hviderusland vs Island (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	8 %
Danmark vs Schweiz (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	41 %
Tjekkiet vs Ukraine (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	3 %
Spanien vs England (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	11 %
Schweiz vs Island (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	11 %
Danmark vs Hviderusland (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	14 %
Tjekkiet vs Spanien (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	4 %
Ukraine vs England (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	1 %
Island vs Danmark (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	34 %
Schweiz vs Hviderusland (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	3 %
England vs Tjekkiet (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	2 %
Ukraine vs Spanien (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	1 %
Semifinale, 22. juni, (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	3 %
Semifinale, 22. juni, (Viborg), antal tilskuere du så kampen med	4 %
Finale, 25. juni, (Aalborg), antal tilskuere du så kampen med	10 %
Total	183 %

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

	Procentandel
Børn	10 %
Ægtefælle/kæreste	19 %
Anden familie/slægtninge	10 %
En fanklub	5 %
Venner/bekendte	51 %
Arbejdskolleger	9 %
Ikke besvaret/ved ikke	22 %
Total	125 %

Tabel 3: Hvilken forbindelse har du til fodbold?

	Procentandel
Jeg er eller har været aktiv spiller i en fodboldklub	54 %
Et eller flere af mine børn er eller har været aktive spillere i en fodboldklub	11 %
Andre slægtninge er eller har været aktive spillere i en fodboldklub	15 %
Jeg er eller har været fodboldtræner	10 %
Jeg er medlem af en fanklub	13 %
Generel interesse i sporten	46 %
Ikke besvaret/ved ikke	11 %
Total	160 %

Tabel 4: Hvordan blev du bekendt med U21-stævnet?

	Procentandel
Gennem DBU/en dansk fodboldklub	21 %
Gennem UEFA's officielle hjemmeside (www.uefa.com)	7 %
Gennem stævnets hjemmeside (www.u21denmark2011.com)	8 %
Gennem DBU's hjemmeside (www.dbu.dk)	5 %
Gennem sociale medier	22 %
Gennem familie, venner etc.	31 %
Gennem sportsblade, etc.	14 %
Gennem tv/radio	34 %
Gennem en anden fodboldbegivenhed	10 %
Andet:	9 %
Ikke besvaret	4 %
Total	166 %

Tabel 5: Hvornår blev du bekendt med U21-stævnet?

	Procentandel
For under en uge siden	11 %
1-4 uger siden	14 %
1-3 måneder siden	18 %
4-6 måneder siden	19 %
7-12 måneder siden	12 %
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 U21 Mesterskaberne(tm)?

	Procentandel
Bus / Fan-bus	14 %
Tog	9 %
Bil	32 %
Offentlig transport (lokaltoget/bus)	6 %
Fly	5 %
Færge	2 %
Cykel	5 %
Anden (uddyb venligst):	5 %
Ikke besvaret	24 %
Total	100 %

Tabel 7: Hvor vigtigt er det for din oplevelse af dette eventværtskab, at der er et fanzoneområde?

	Procentandel
1 - Ikke vigtigt	8 %
2	11 %
3	20 %
4	29 %
5 - Meget vigtigt	24 %
Ikke besvaret/ved ikke	8 %
Total	100%

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

	Procentandel
Ingen	6 %
En gang	39 %
To gange	29 %
Tre gange	9 %
Fire gange	3 %
Flere	8 %
Ikke besvaret	6 %
Total	100%

Tabel 9: Hvilke af de officielle partnere/sponsorer til UEFA U21 Mesterskaberne(tm) kan du nævne?

	Procentandel
Adidas	60 %
Arriva	23 %
Carlsberg	48 %
Carlsberg Sport	42 %
Coca-Cola	42 %
Ekstra Bladet	38 %
Intersport	24 %
Jyske Bank	42 %
Kia Motors	36 %
McDonalds	41 %
Powerade	10 %
Radio 100	14 %
Sharp	33 %
Sport Event Danmark	29 %
Andet	7 %
Ikke besvaret/ved ikke	16 %
Total	503%

Hvor tilfreds er du med (tabel 10-29 bortset tabel 27):

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

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	1 %
3	5 %
4	3 %
5 - Meget tilfreds	5 %
Ved ikke	44 %
Ikke besvaret	42 %
Total	100%

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

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	2 %
3	5 %
4	3 %
5 - Meget tilfreds	3 %
Ved ikke	41 %
Ikke besvaret	43 %
Total	100%

Tabel 12: Transport til stadion

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	2 %
3	9 %
4	8 %
5 - Meget tilfreds	8 %
Ved ikke	34 %
Ikke besvaret	39 %
Total	100%

Tabel 13: Transport fra stadion

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	2 %
3	8 %
4	8 %
5 - Meget tilfreds	5 %
Ved ikke	36 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100%

Tabel 14: Transport generelt

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	2 %
3	8 %
4	11 %
5 - Meget tilfreds	8 %
Ved ikke	31 %
Ikke besvaret	39 %
Total	100%

Tabel 15: Adgangsforhold ved indgangen inkl. parkering

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	2 %
3	9 %
4	8 %
5 - Meget tilfreds	4 %
Ved ikke	35 %
Ikke besvaret	42 %
Total	100%

Tabel 16: Indslusningstempoet ved indgangen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	1 %
3	8 %
4	8 %
5 - Meget tilfreds	6 %
Ved ikke	34 %
Ikke besvaret	43 %
Total	100%

Tabel 17: Stadionpersonalets venlighed

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	1 %
3	9 %
4	8 %
5 - Meget tilfreds	10 %
Ved ikke	31 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100%

Tabel 18: Sikkerhed på og omkring stadion, herunder sikkerhedstjek

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	0 %
3	8 %
4	9 %
5 - Meget tilfreds	9 %
Ved ikke	32 %
Ikke besvaret	41 %
Total	100%

Tabel 19: Politiindsatsen i og omkring byen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	0 %
3	9 %
4	14 %
5 - Meget tilfreds	12 %
Ved ikke	26 %
Ikke besvaret	38 %
Total	100%

Tabel 20: Det generelle sikkerhedsniveau

	Procentandel
1 - Over-hovedet ikke tilfreds	1 %
2	1 %
3	8 %
4	14 %
5 - Meget tilfreds	11 %
Ved ikke	27 %
Ikke besvaret	39 %
Total	100%

Tabel 21: Udsynet fra siddepladserne

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	0 %
3	9 %
4	8 %
5 - Meget tilfreds	11 %
Ved ikke	30 %
Ikke besvaret	43 %
Total	100%

Tabel 22: Stadionets generelle standard

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	1 %
3	7 %
4	11 %
5 - Meget tilfreds	9 %
Ved ikke	28 %
Ikke besvaret	44 %
Total	100%

Tabel 23: Gæstfriheden og imødekommenheden i Danmark/Aalborg

	Procentandel
1 - Over-hovedet ikke tilfreds	0 %
2	2 %
3	7 %
4	11 %
5 - Meget tilfreds	23 %
Ved ikke	20 %
Ikke besvaret	37 %
Total	100%

Tabel 24: Atmosfæren/stemningen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	0 %
2	2 %
3	11 %
4	17 %
5 - Meget tilfreds	16 %
Ved ikke	17 %
Ikke besvaret	38 %
Total	100%

Tabel 25: Underholdning op til kampen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	4 %
3	11 %
4	18 %
5 - Meget tilfreds	10 %
Ved ikke	18 %
Ikke besvaret	38 %
Total	100%

Tabel 26: Fanzonen

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	4 %
3	14 %
4	18 %
5 - Meget tilfreds	16 %
Ved ikke	12 %
Ikke besvaret	34 %
Total	100%

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

	Procentandel
Fra dørsalget på selve dagen	2 %
Fra det officielle UEFA billetkontor	9 %
Fra billetforhandlere rundt omkring i Danmark	13 %
Fra uefa.com (den officielle hjemmeside)	11 %
Fra en billethaj	2 %
Fra en sponsor promotion/konkurrence	5 %
Billetter var inkluderet i prisen på en all-inclusive pakkeløsning	2 %
Andet	24 %
Ikke besvaret	32 %
Total	101 %

Tabel 28: Tilfredshedsgrad med priserne

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	2 %
2	7 %
3	24 %
4	23 %
5 - Meget tilfreds	24 %
Ikke besvaret	21 %
Total	100%

Tabel 29: Tilfredshedsgrad med serviceniveauet ved billetkøb

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke tilfreds	1 %
2	5 %
3	20 %
4	20 %
5 - Meget tilfreds	22 %
Ikke besvaret	31 %
Total	100%

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

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	0 %
2	0 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	16 %
4	18 %
5 - Meget mere positivt	19 %
Ved ikke	14 %
Ikke besvaret	32 %
Total	100%

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

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	1 %
2	3 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	26 %
4	11 %
5 - Meget mere positivt	8 %
Ved ikke	16 %
Ikke besvaret	35 %
Total	100%

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

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	0 %
2	2 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	21 %
4	13 %
5 - Meget mere positivt	17 %
Ved ikke	13 %
Ikke besvaret	34 %
Total	100%

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

	Procentandel
1 - Meget mere negativt	0 %
2	1 %
3 - Ændrede ikke min opfattelse	17 %
4	16 %
5 - Meget mere positivt	23 %
Ved ikke	13 %
Ikke besvaret	30 %
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	8 %
5 - Meget mere positivt	11 %
Ved ikke	19 %
Ikke besvaret	37 %
Total	100%

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

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	0 %
2	0 %
3 - Hverken/eller	22 %
4	25 %
5 - Meget ram-mende	16 %
Ved ikke	12 %
Ikke besvaret	24 %
Total	100%

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

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	0 %
2	1 %
3 - Hverken/eller	14 %
4	32 %
5 - Meget ram-mende	13 %
Ved ikke	14 %
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	0 %
2	2 %
3 - Hverken/eller	15 %
4	20 %
5 - Meget ram-mende	11 %
Ved ikke	22 %
Ikke besvaret	30 %
Total	100%

Tabel 38: Hvor rammende finder du dette udsagn: UEFA U21 Mesterskaberne er over-kommercialiserede?

	Procentandel
1 - Overhovedet ikke rammende	4 %
2	11 %
3 - Hverken/eller	30 %
4	7 %
5 - Meget ram-mende	6 %
Ved ikke	14 %
Ikke besvaret	27 %
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	9 %
4	26 %
5 - Meget ram-mende	24 %
Ved ikke	13 %
Ikke besvaret	28 %
Total	100%

Tabel 40: Alder

	Procentandel
15-25	45 %
26-35	22 %
36-45	19 %
46-55	11 %
55+	2 %
Total	100%

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

	Procentandel
Tidligere i dag	29 %
I går	20 %
I forgårs	1 %
For mere end 2 dage siden	3 %
Ikke besvaret	47 %
Total	100%

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

	Procentandel
Ja	39 %
Nej	2 %
Ikke besvaret/ ved ikke	59 %
Total	100%

KAPITEL 2 – pressefolk

I det følgende ses målingerne på pressefolk i de 4 værtsbyer, grafisk fremstillet i tabelform (findes ikke byopdelt),

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.

Medieundersøgelsen blev foretaget på engelsk og foreligger ikke på dansk.

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

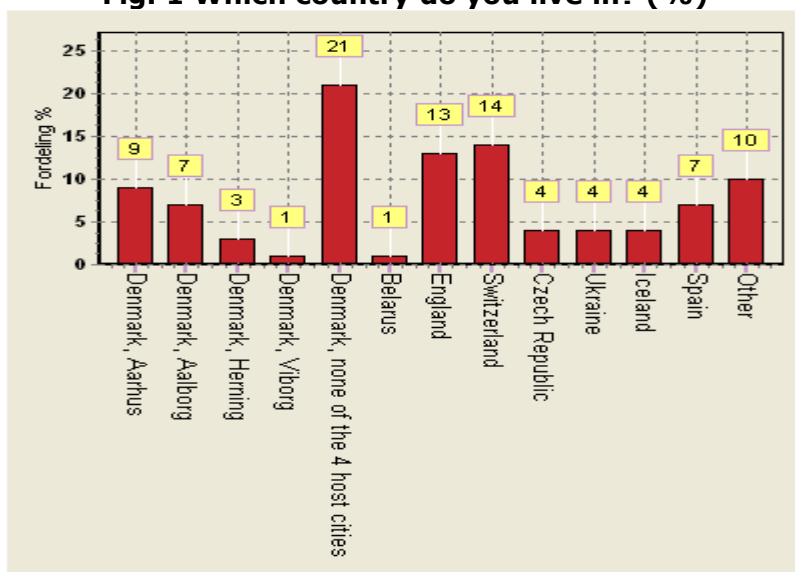


Fig. 2 Which matches did you cover at the UEFA U21 event? (%)

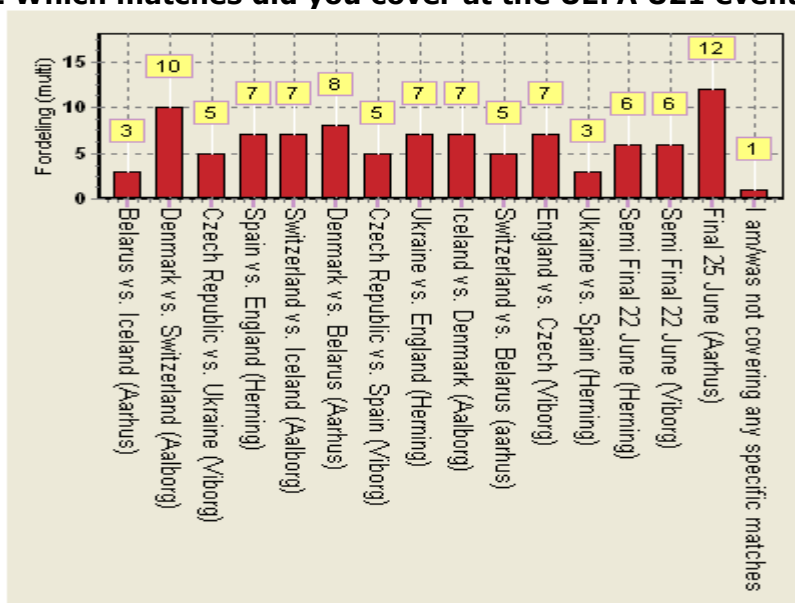


Fig. 3 Did you have any other journalistic tasks than reporting from the matches? (%)

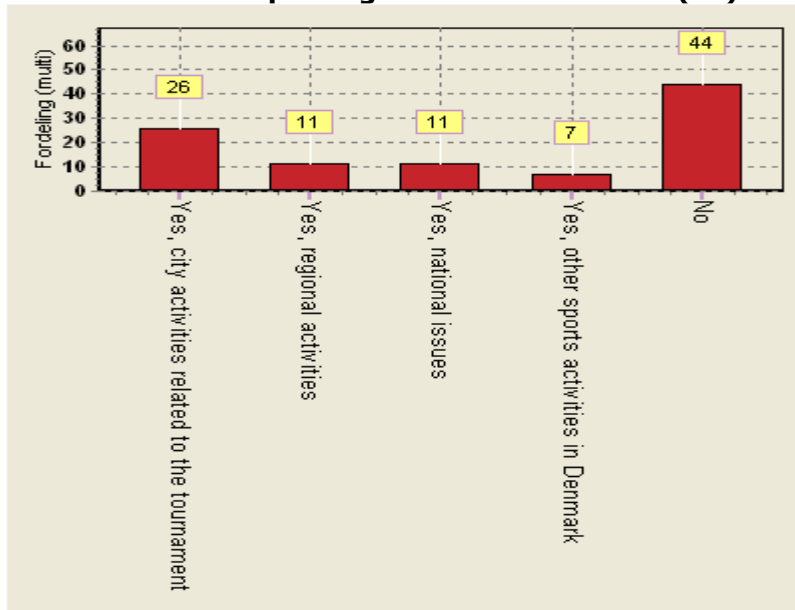


Fig. 4 Can you name any of the official partners/sponsors of this UEFA U21 event? (%)

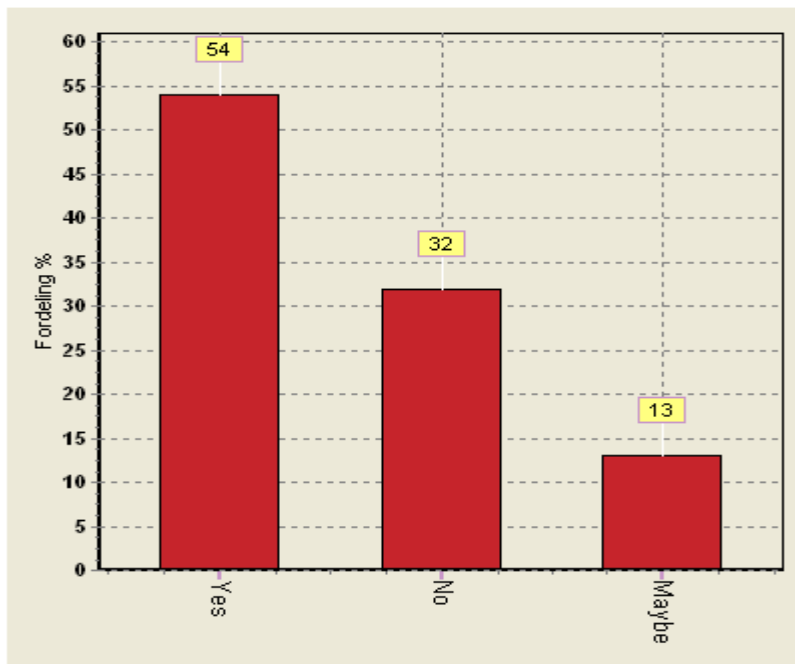
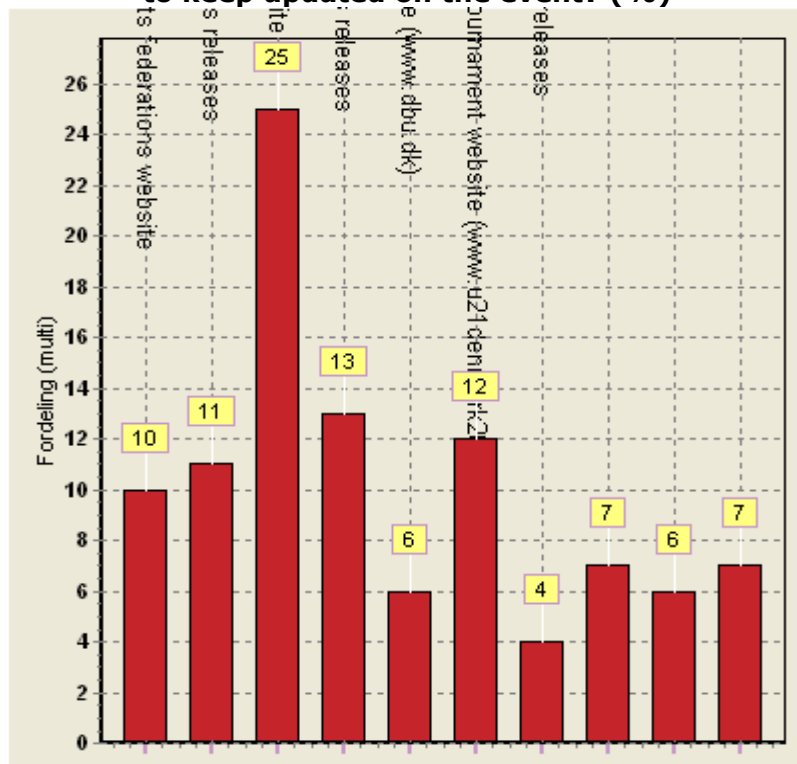


Fig. 5 Which information channels did you use to keep updated on the event? (%)



- 1 National sports federations website 10%
- 2 National press releases 11%
- 3 UEFA's website 25%
- 4 UEFA's press releases 13%
- 5 DBU's website (www.dbu.dk) 6%
- 6 The Danish tournament website (www.u21denmark2011.com or www.u21em.dk) 12%
- 7 DBU's press releases 4%
- 8 Facebook 7%
- 9 Twitter 6%
- 10 Other 7%

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

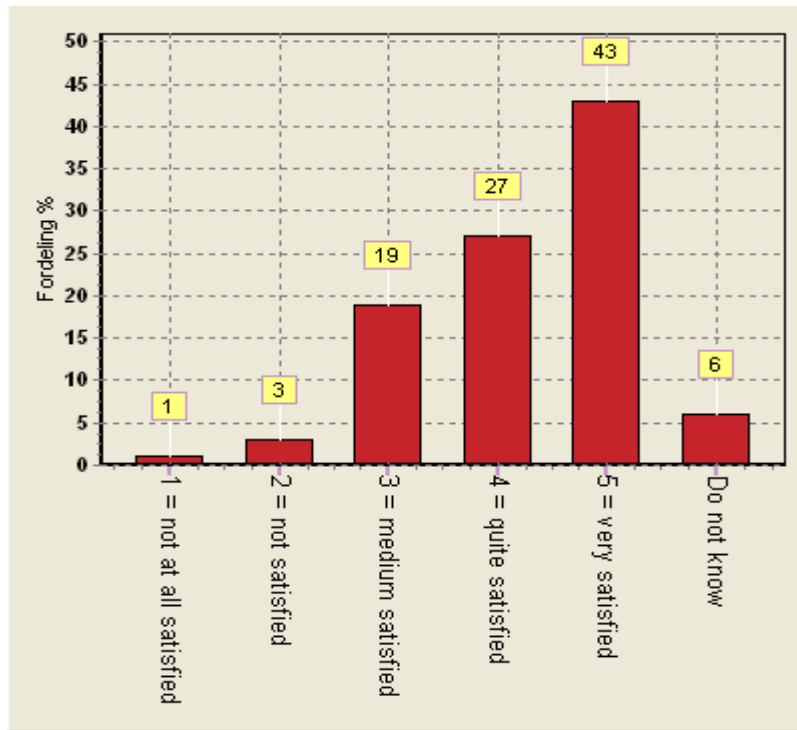


Fig. 7 How satisfied are you with the level and speed of information in the media tribune and media working area? (%)

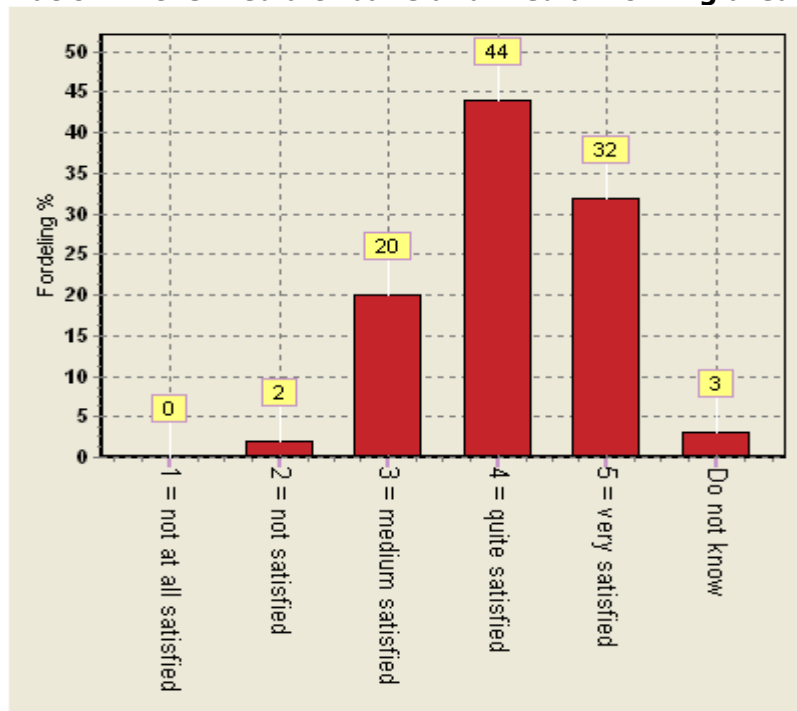


Fig. 8 How satisfied are you with the level of internet connectivity at the media tribune? (%)

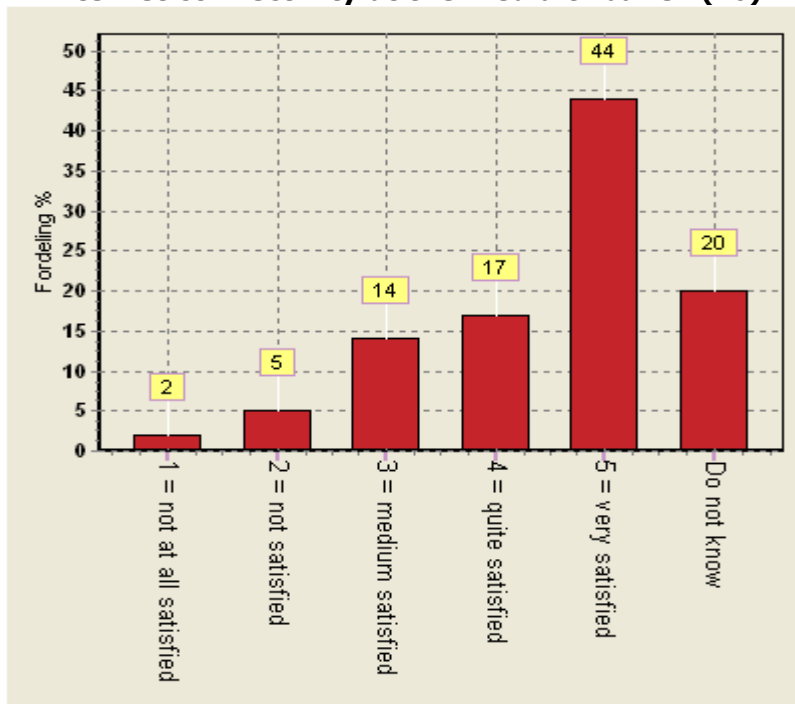


Fig. 9 How satisfied are you with the staff assistance in the media working area? (%)

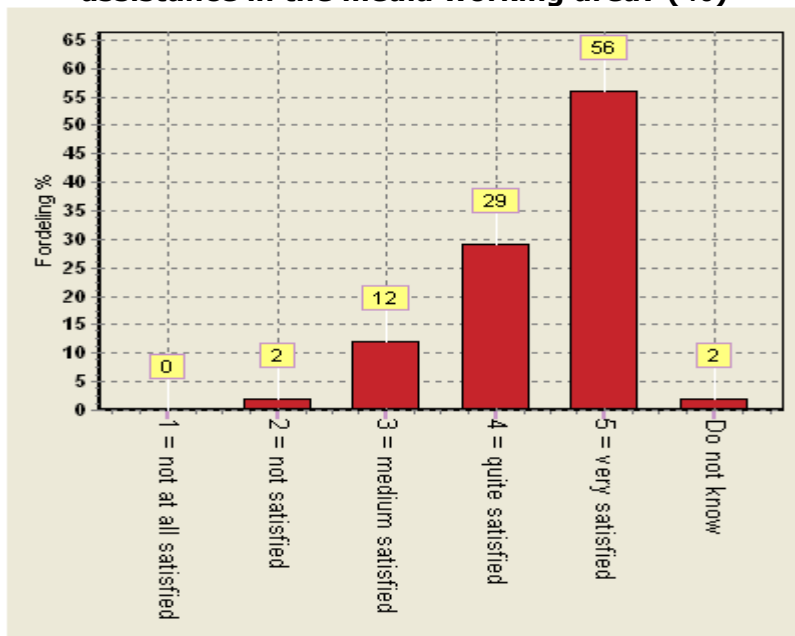


Fig. 10 How satisfied are you with the seating at the media tribune (%)

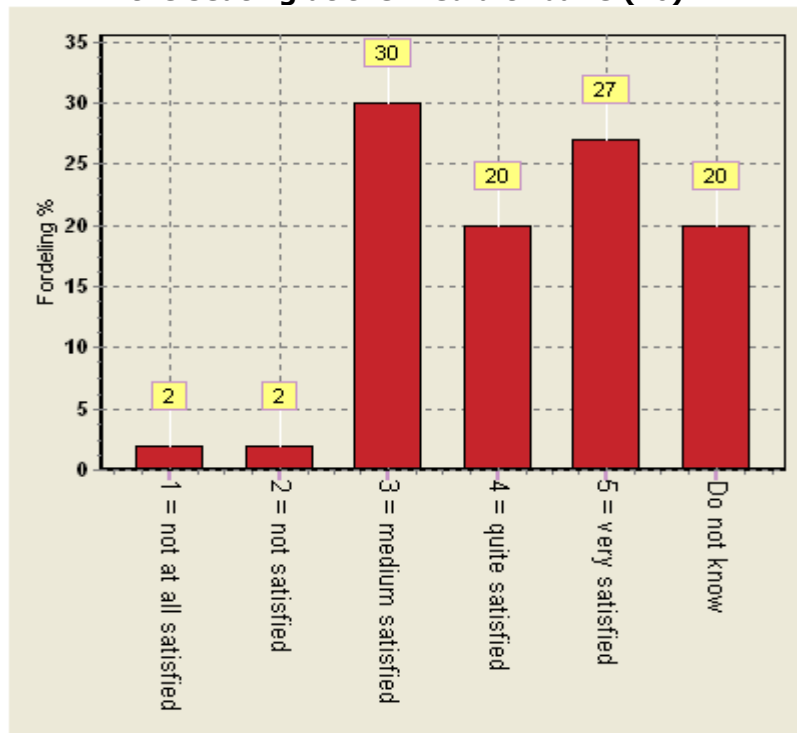


Fig. 11 How satisfied are you with the food and drinks in the media working area? (%)

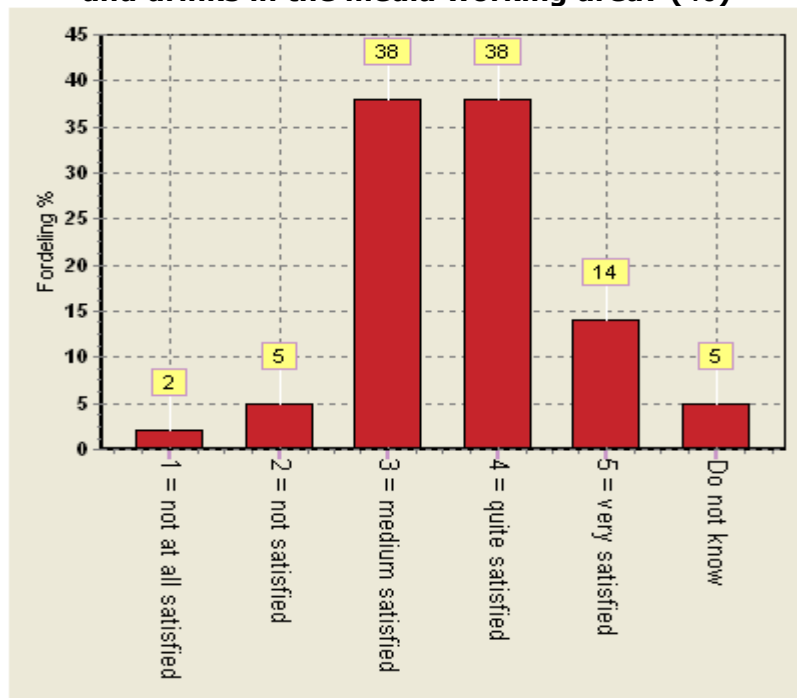


Fig. 12 How satisfied are you with the friendliness of the stadium staff? (%)

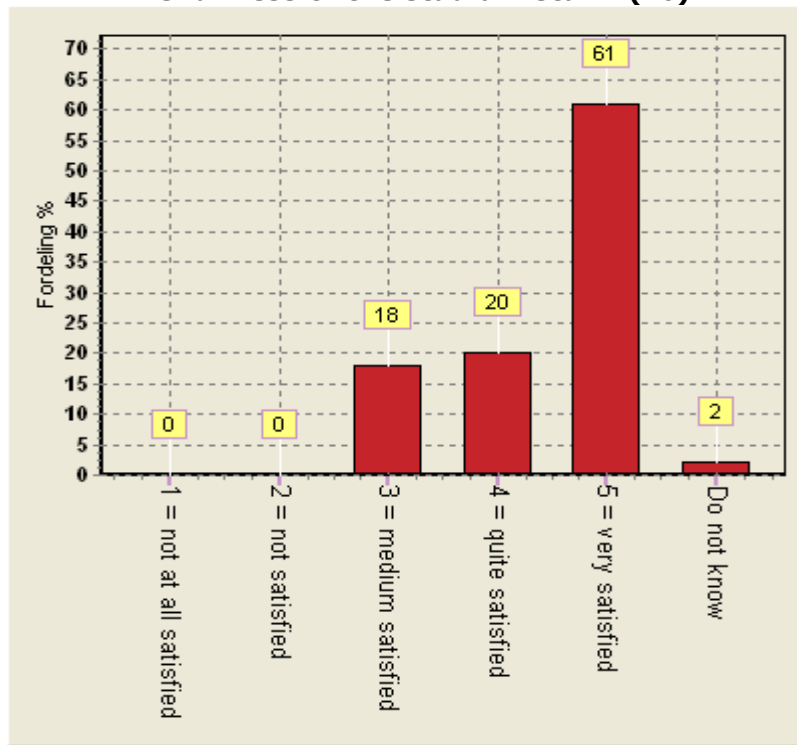


Fig. 13 How satisfied are you with the assistance and direction to the stadium from the airport/train station? (%)

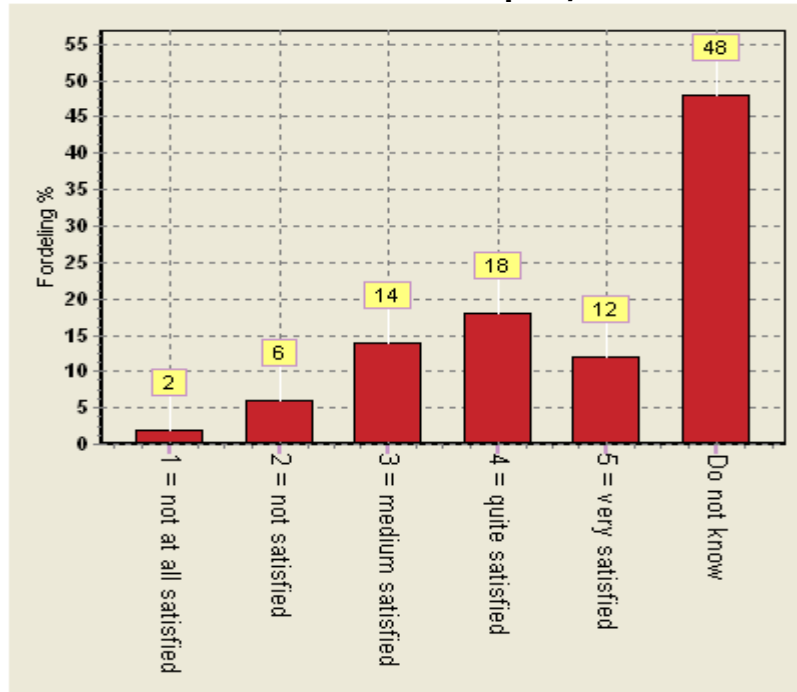


Fig. 14 How satisfied are you with the transportation to/from the stadium? (%)

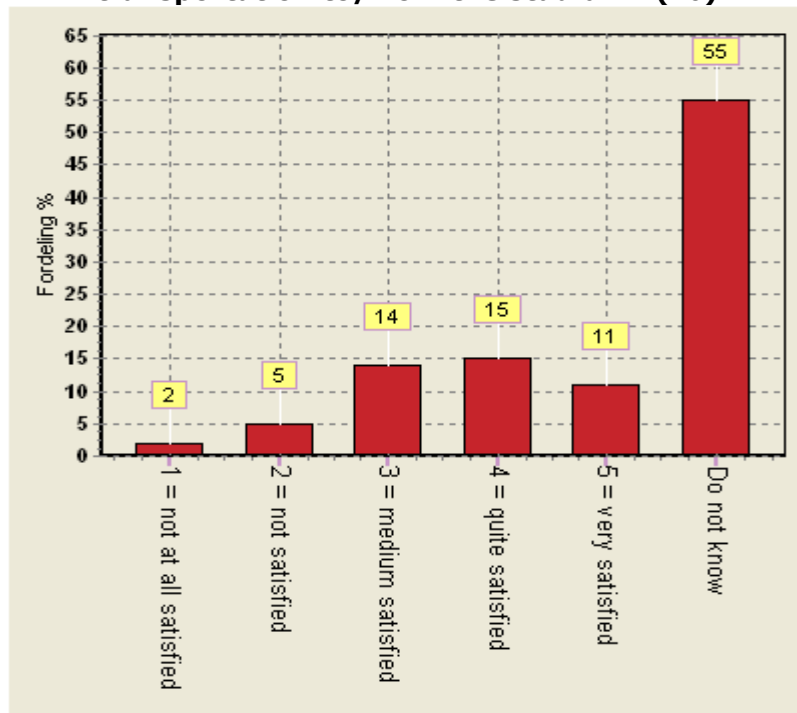


Fig. 15 How satisfied are you with the general level of safety in and around the stadia/host cities? (%)

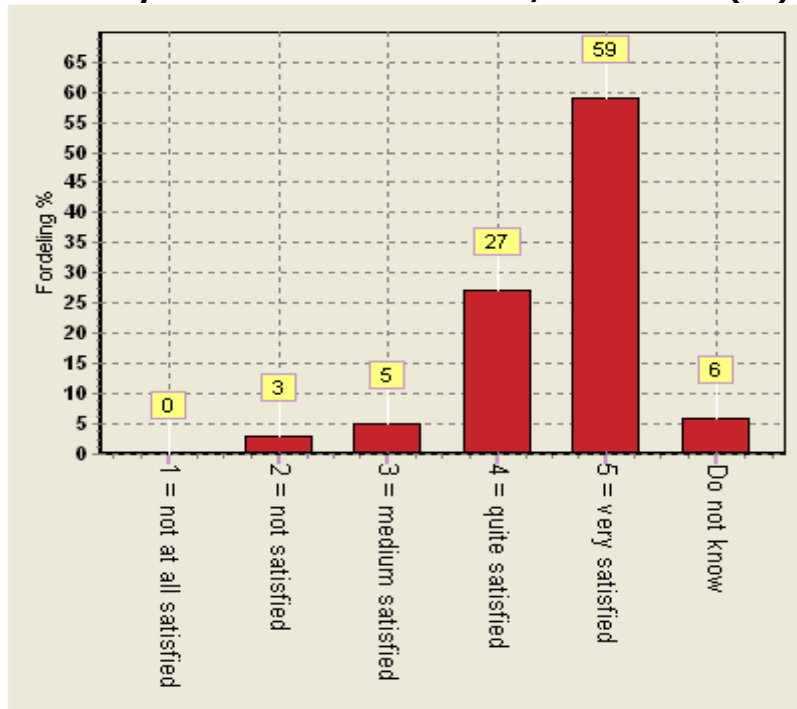


Fig. 16 How satisfied are you with the hospitality in Denmark? (%)

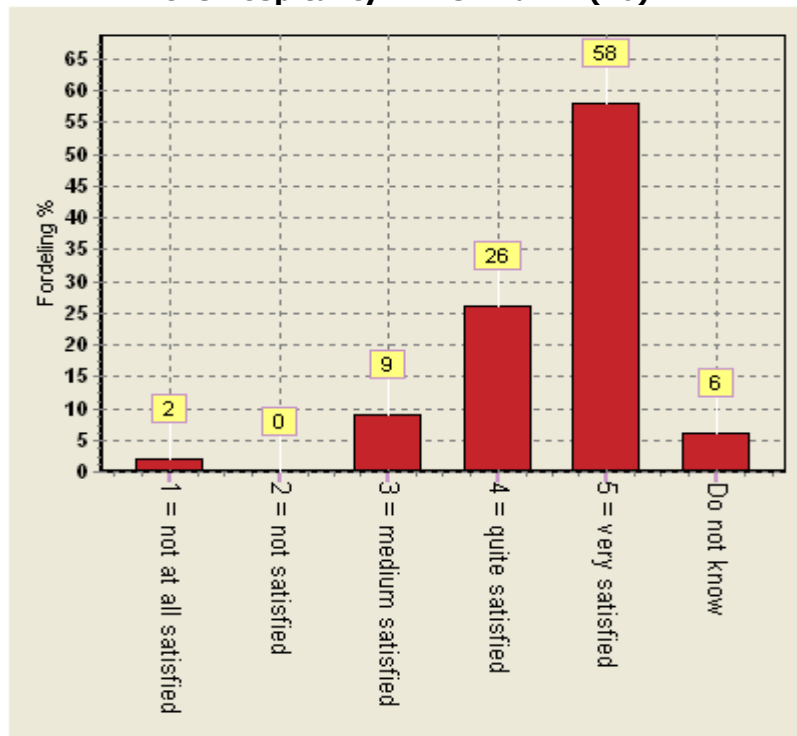


Fig. 17 How satisfied are you with the atmosphere/spirit? (%)

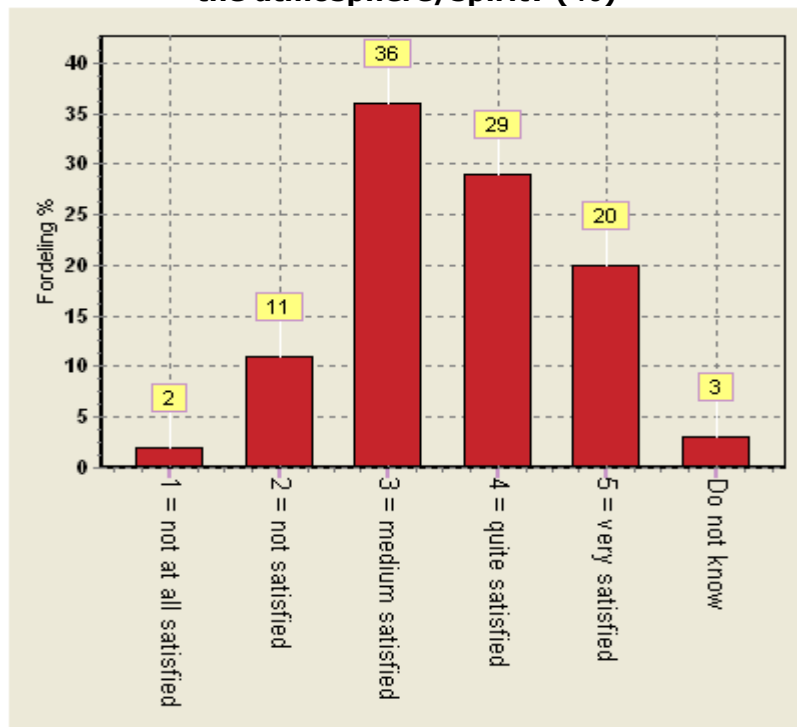


Fig. 18 Did you have any negative experiences during your stay? (%)

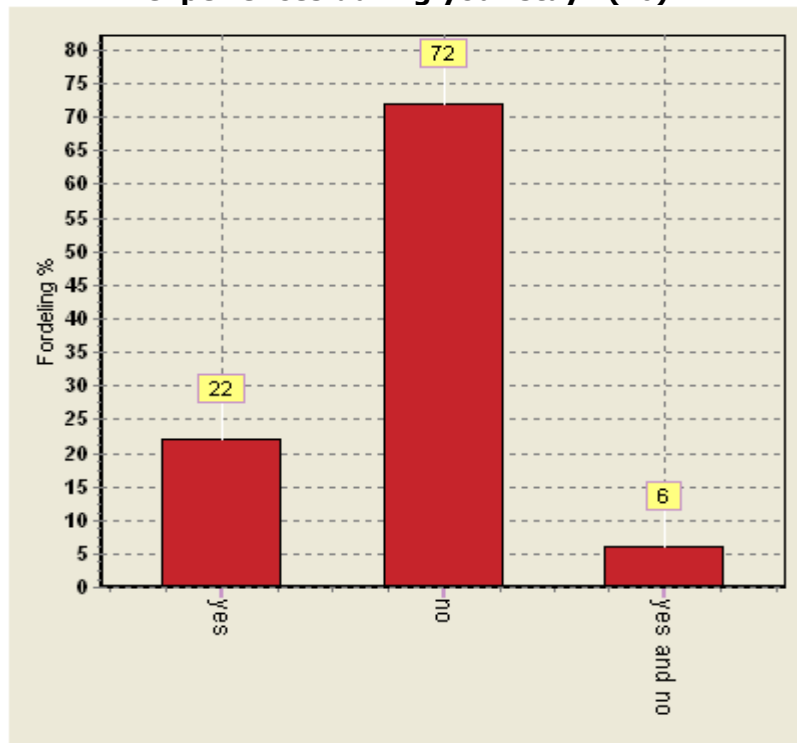


Fig. 19 How much did you stay change your opinion about the UEFA U21 event? (%)

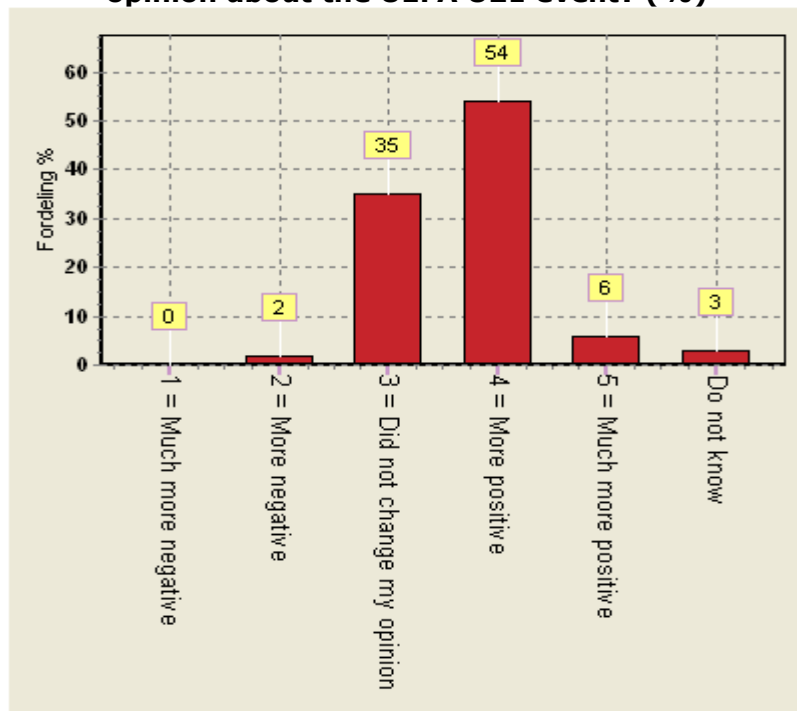


Fig. 20 How much did you stay change your opinion about UEFA? (%)

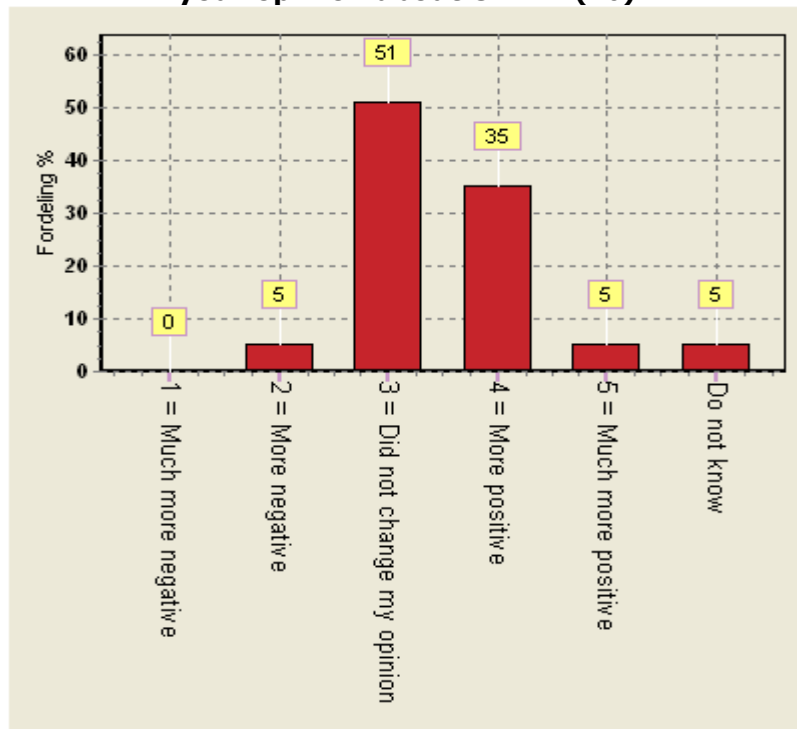


Fig. 21 How much did your stay change your opinion about Denmark? (%)

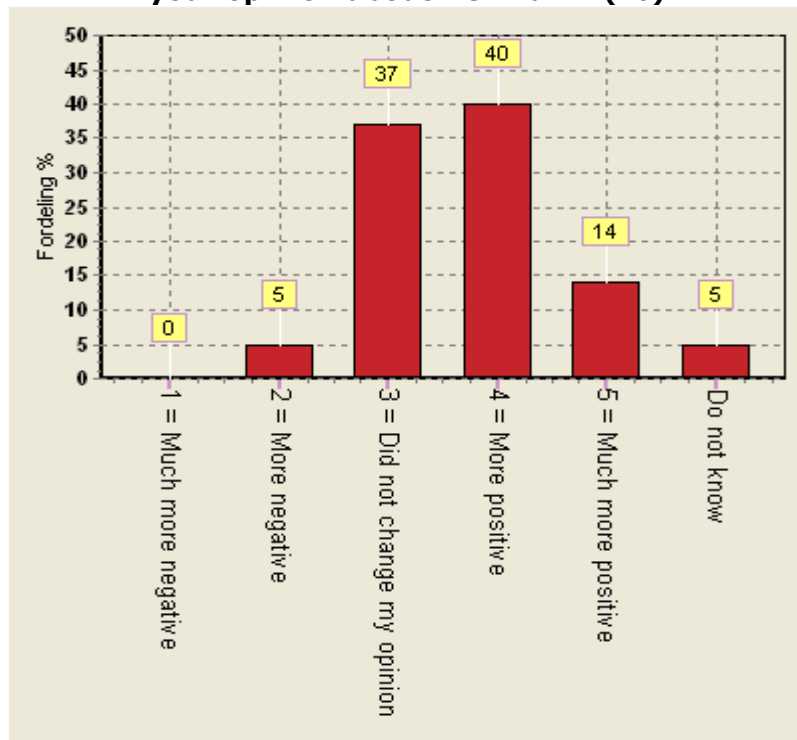


Fig. 22 How much did your stay change your opinion about the sponsor brands? (%)

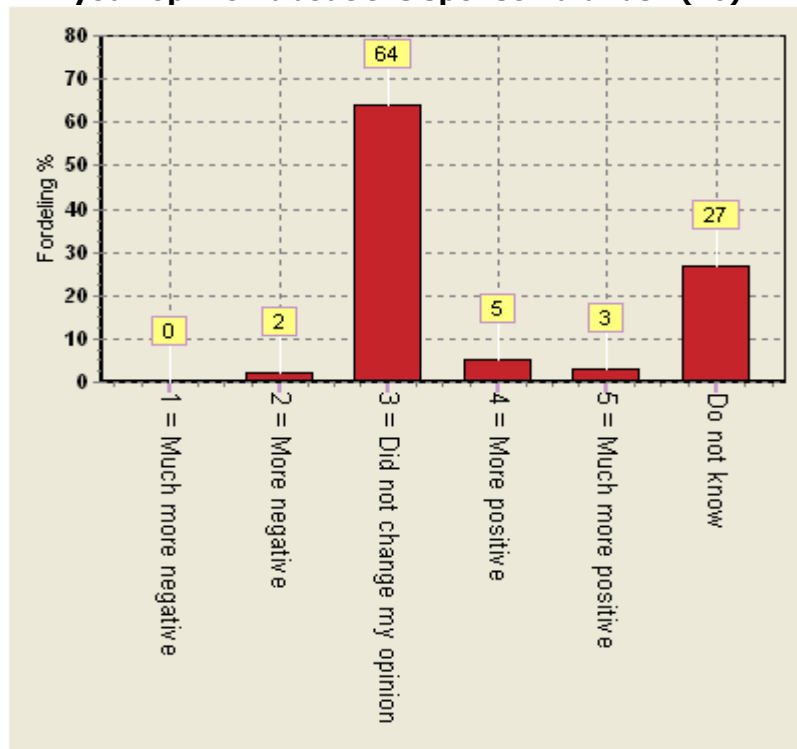
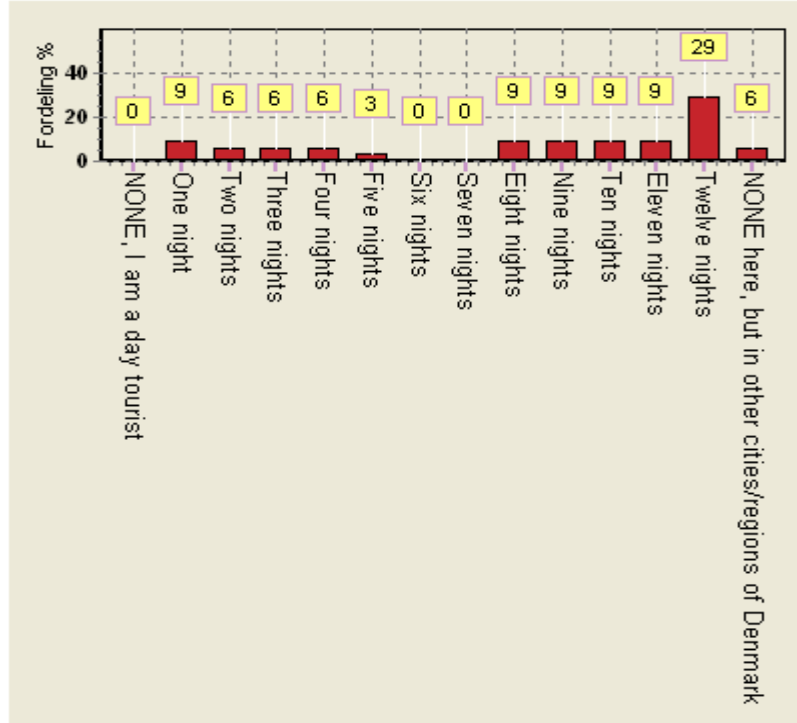


Fig. 23 How many nights did you have in Denmark? (%)



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 (73% mænd, 27% kvinder)

I det følgende ses målingerne på frivillige hjælpere i Aalborg 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. 1 Hvor langt væk bor du fra stadion i den værtsby, hvor du lagde din frivillige arbejdskraft?

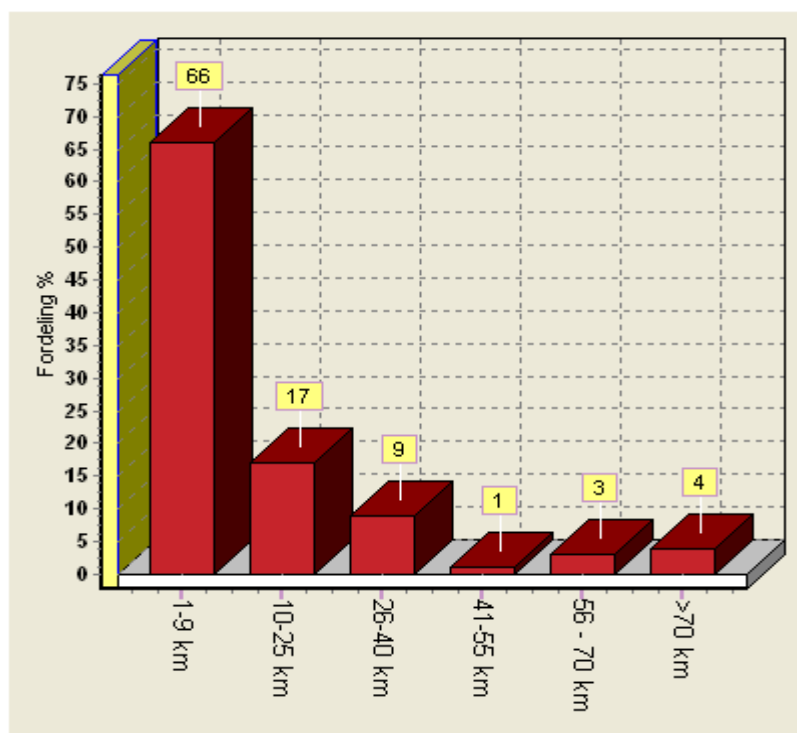


Fig. 2. Hvad er din beskæftigelse til hverdag?

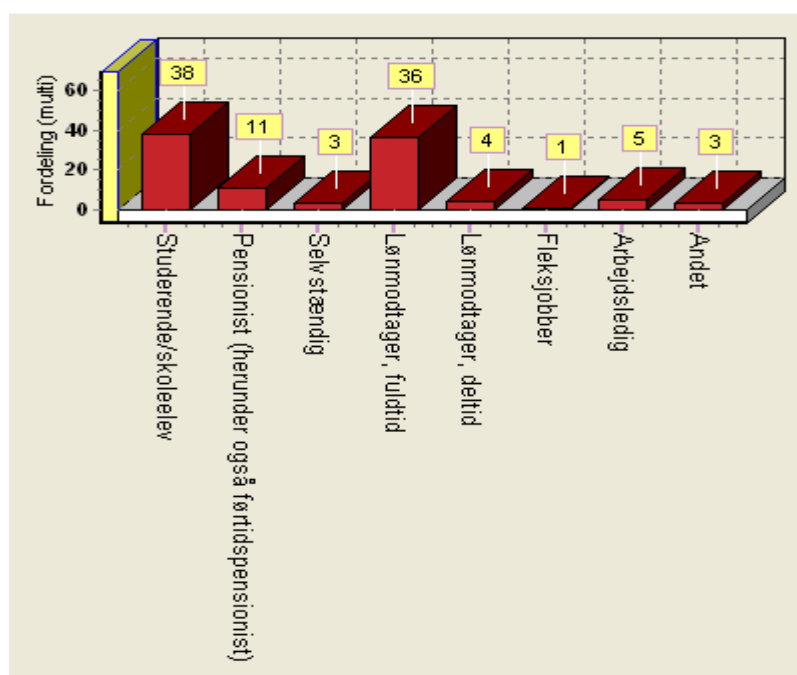


Fig. 3. Hvad er din uddannelsesmæssige baggrund?

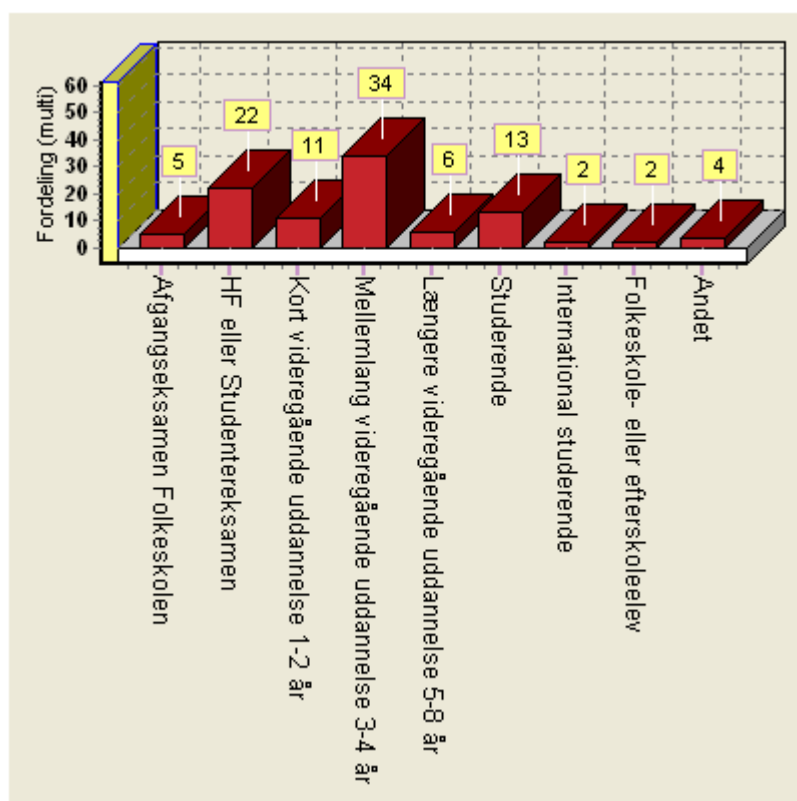


Fig. 4. Hvordan fik du viden om muligheden for at blive frivillig ved denne event?

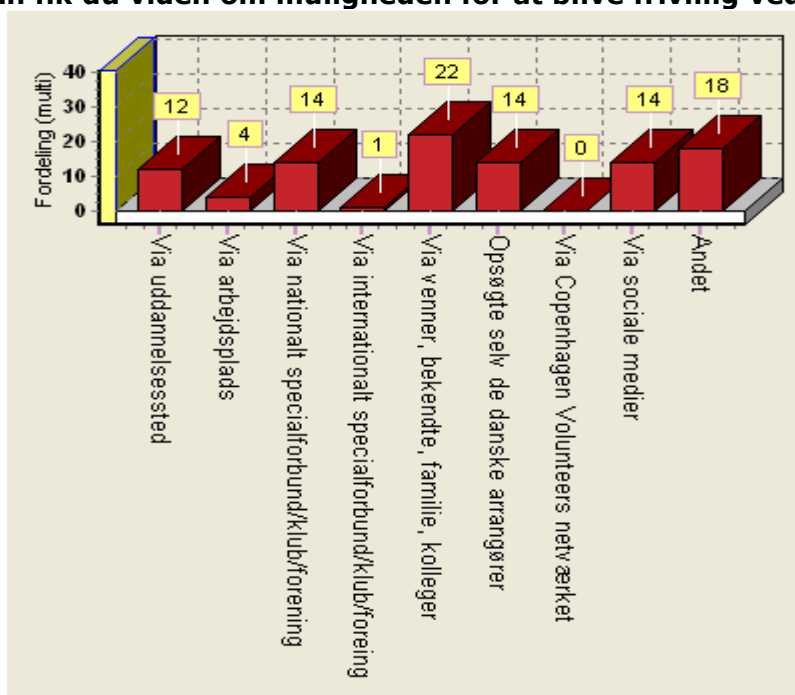
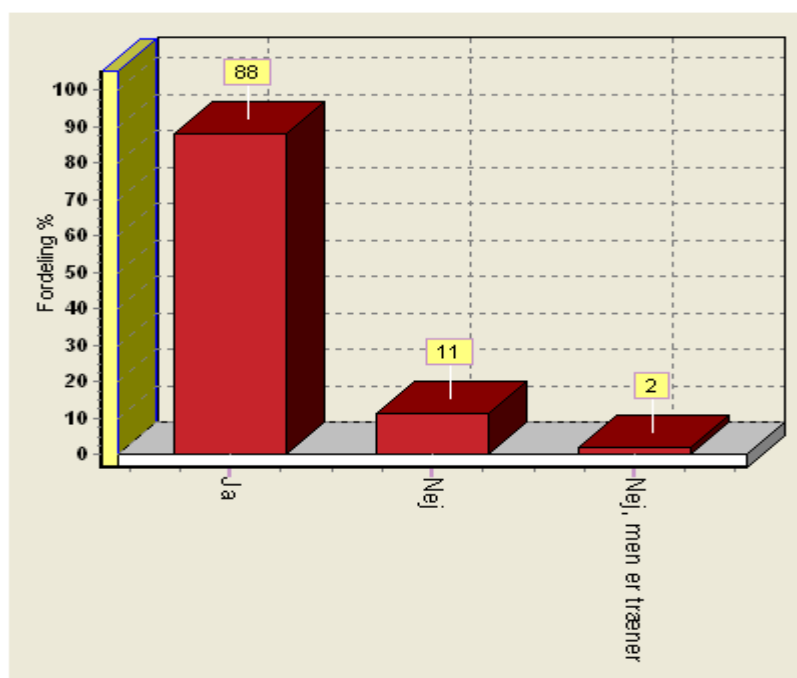


Fig. 5. Dyrker du selv fodbold og/eller gør én i din familie (evt. har gjort tidligere)?



Andelen af ja-sigere ligger klart over den i de øvrige tre værtsbyer

Fig. 6. Er din interesse for fodbold blevet styrket, efter at du har hjulpet til ved EM'et?

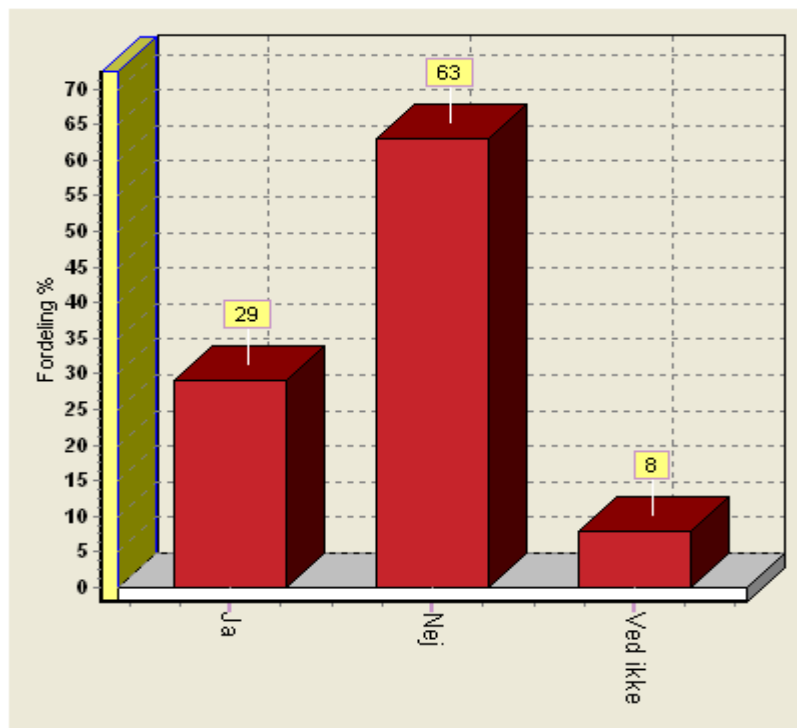
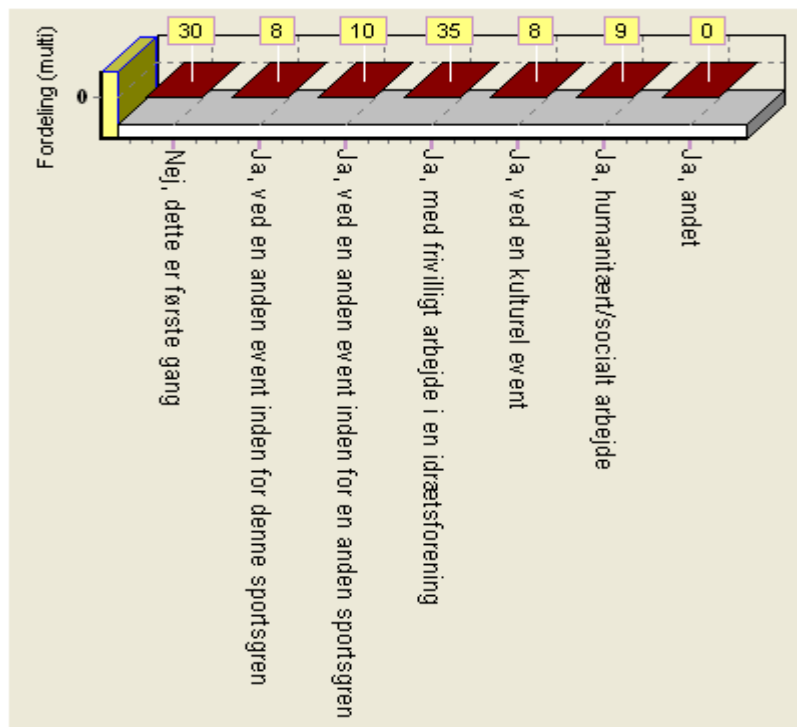
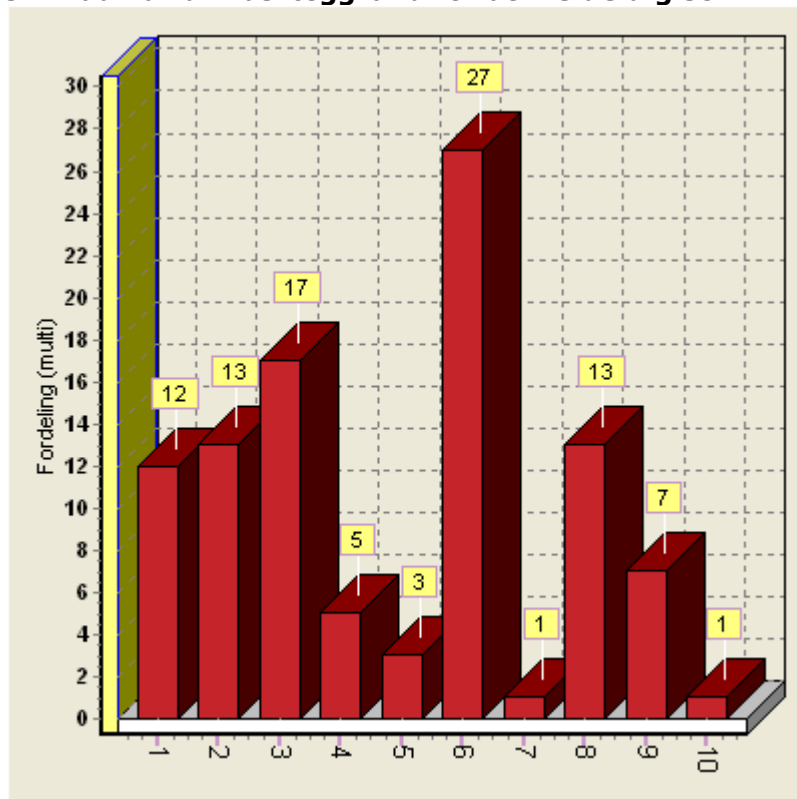


Fig. 7. Har du været frivillig før i en eller anden sammenhæng?



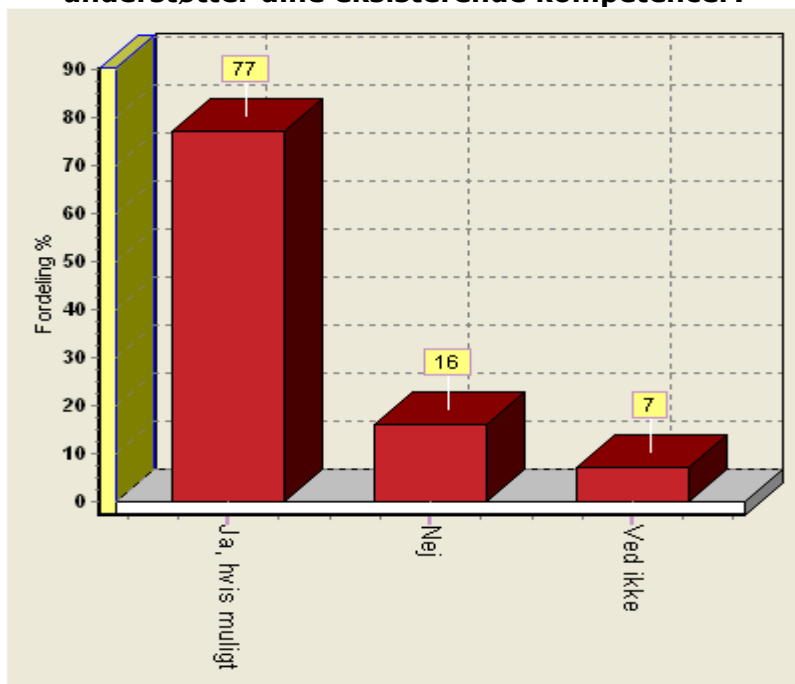
Der er relativt flere end i øvrige tre værtsbyer, der er førstegangsvillige.

Fig. 8. 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. 9. Foretrækker du at lægge din frivillige arbejdskraft inden for områder, der understøtter dine eksisterende kompetencer?



Der er relativt flere end i øvrige tre værtsbyer, der foretrækker dette.

Fig. 10. Syner du din post som frivillig hjælper har givet dig kompetencer, der kan bruges i andre sammenhænge og/eller har styrket dine eksisterende kompetencer?

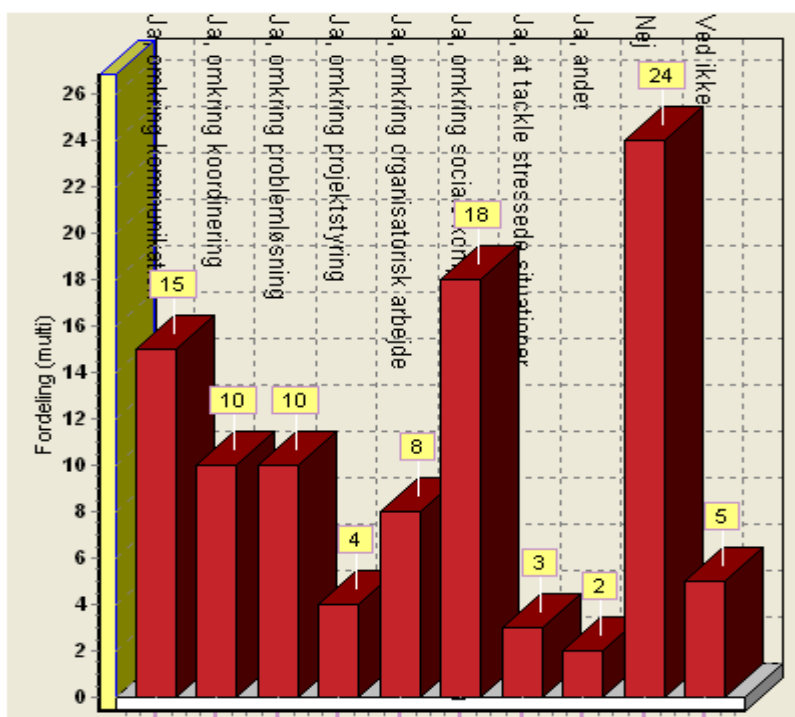


Fig. 11. Hvilket hovedområde har du (primært) arbejdet med ifm EMet?

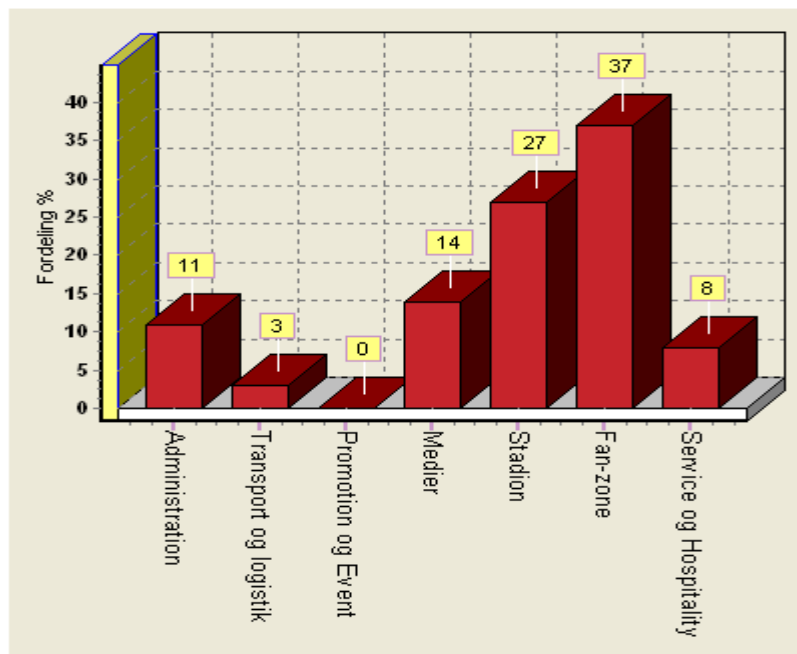


Fig. 12. Hvilke funktioner har du haft som frivillig hjælper ved EMet?

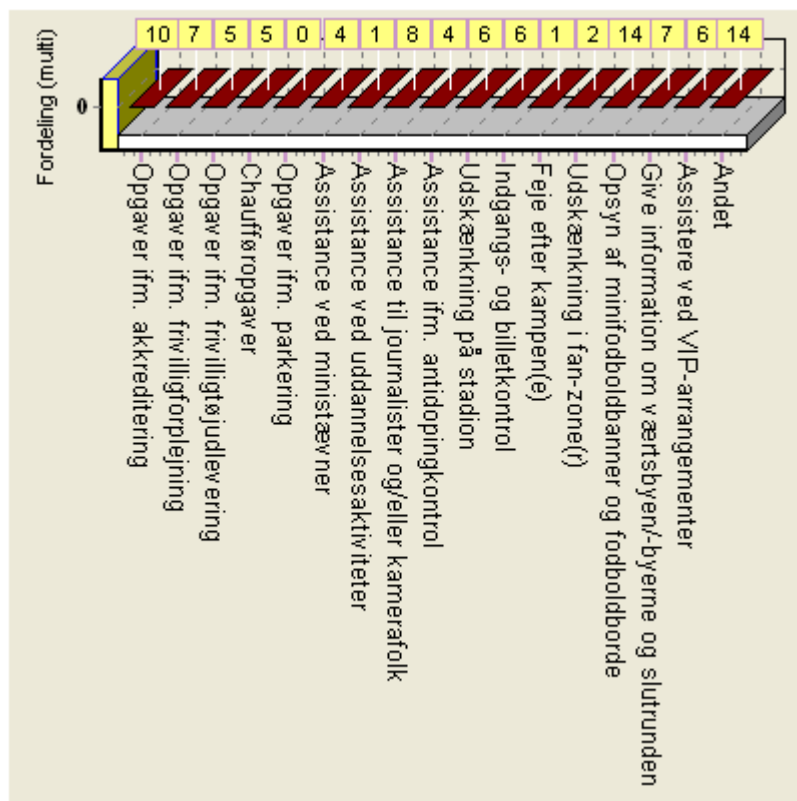


Fig. 13. Hvor mange dage har du arbejdet som frivillig hjælper ifm. eventen?

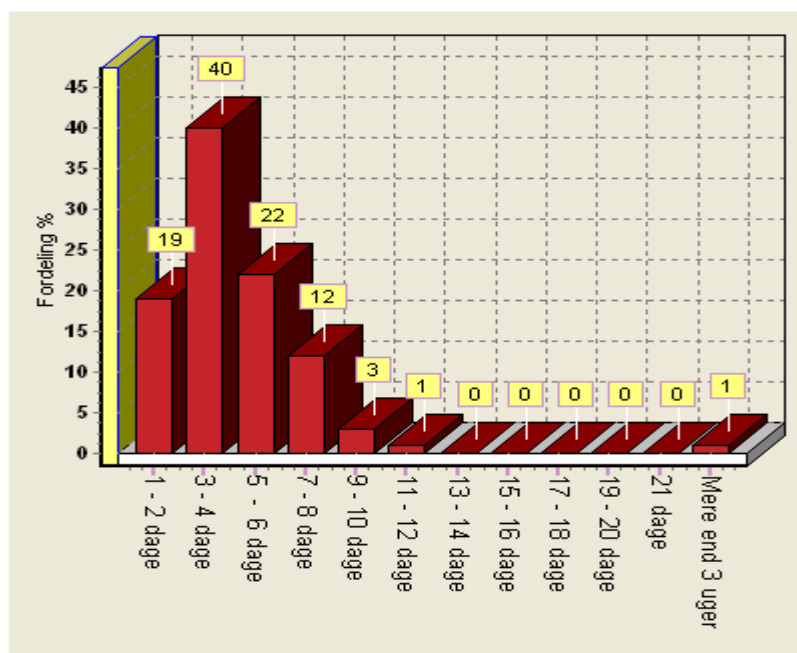


Fig. 14. Hvilke(t) af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af arbejdet som frivillig hjælper ved EMet?

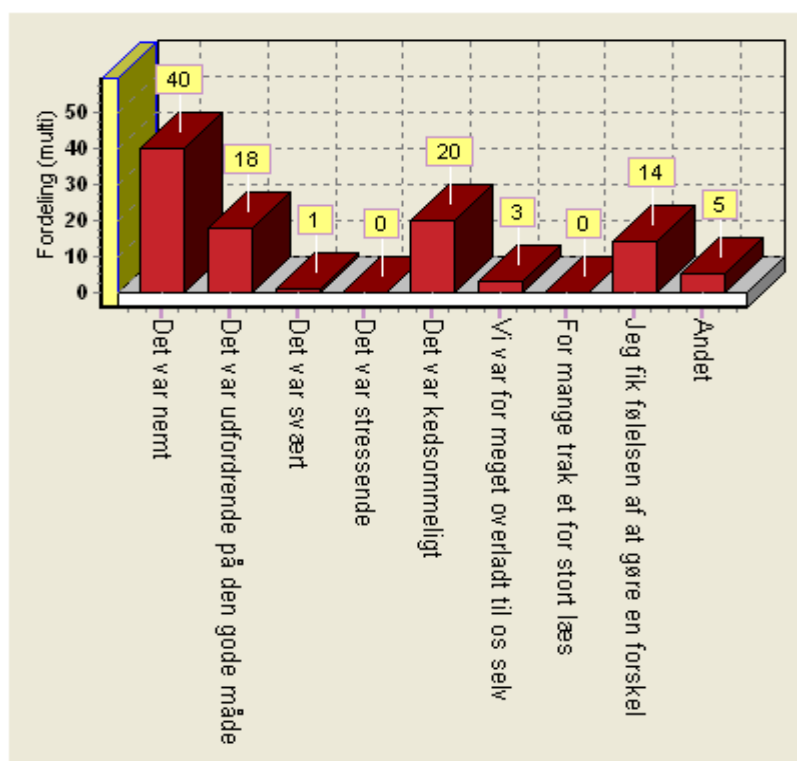


Fig. 15. Hvordan har mængden af frivillige hjælpere på dine vagter været ift. mængden af arbejde?

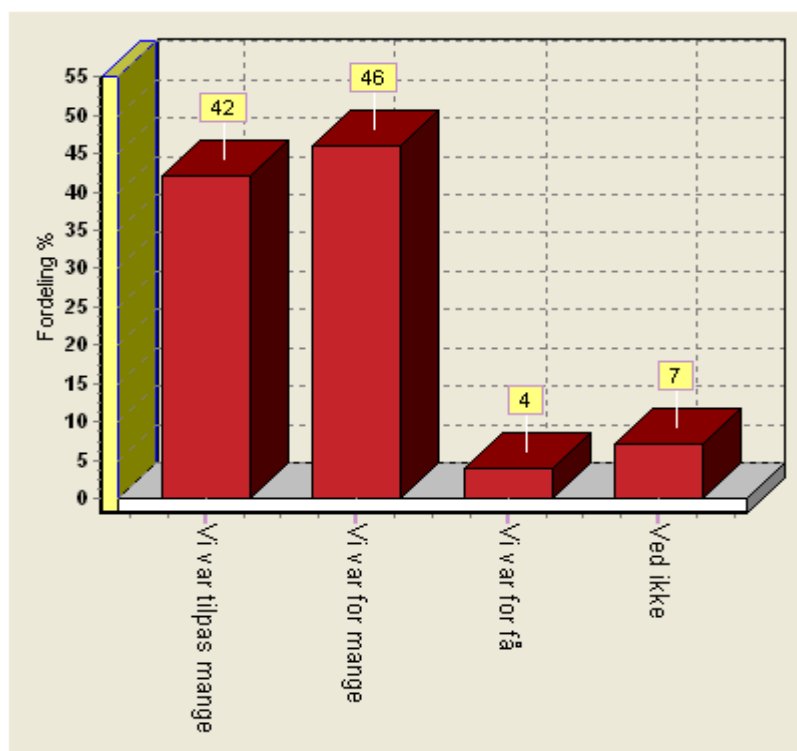


Fig. 16. Hvilke(t) af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af dine arbejdsopgaver som frivillig hjælper ved EMet?

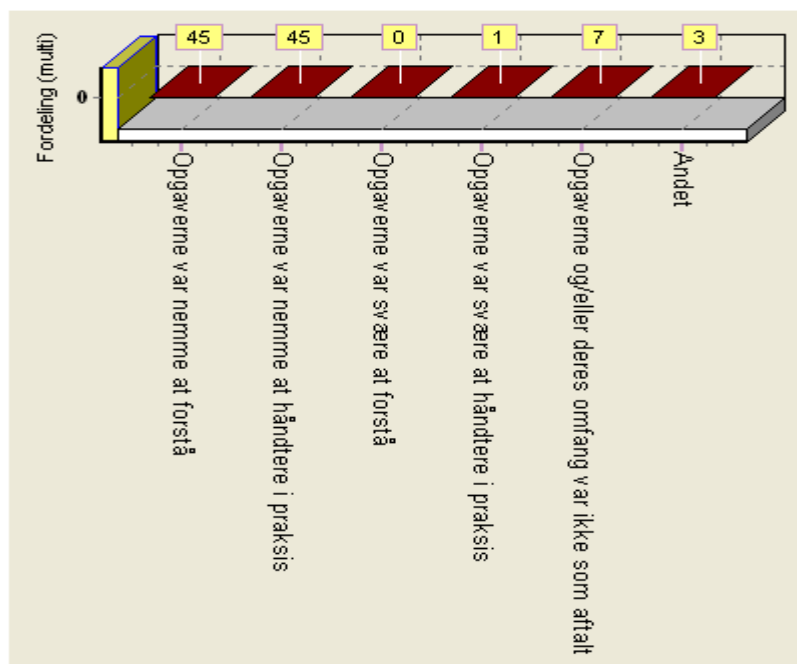


Fig. 17. Hvordan har du det med det ansvar, du har haft som frivillig ved EMet?

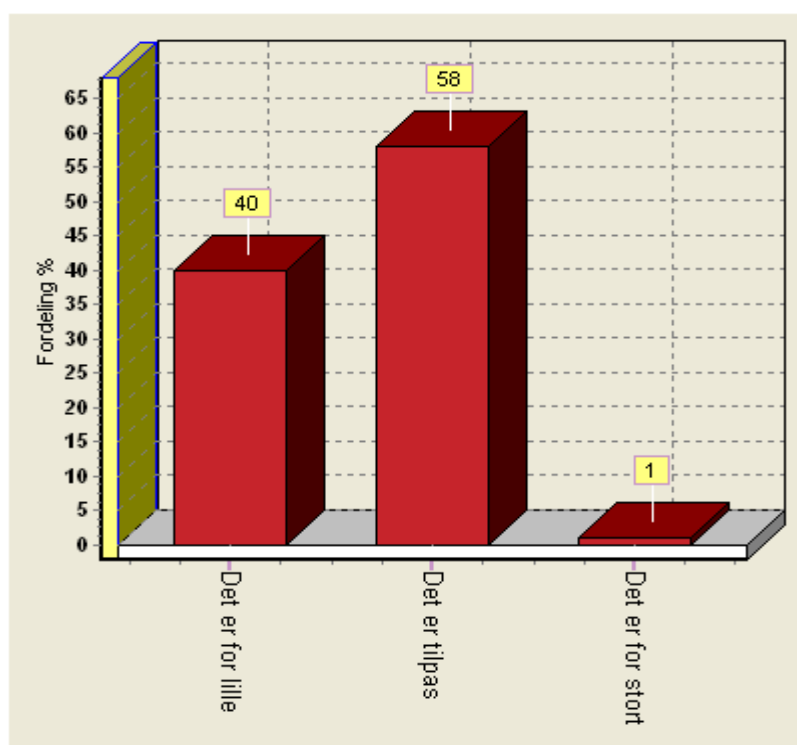


Fig. 18. Hvordan har du oplevet samarbejdet med de andre frivillige ved EMet?

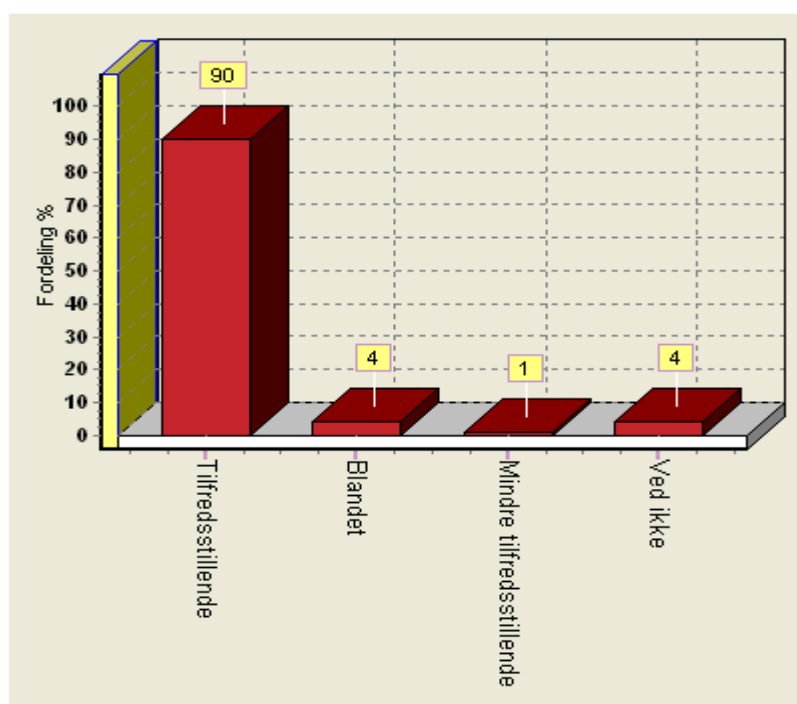


Fig. 19. Hvordan har du oplevet samarbejdet med DBU/værtsbyerne omkring EMet?

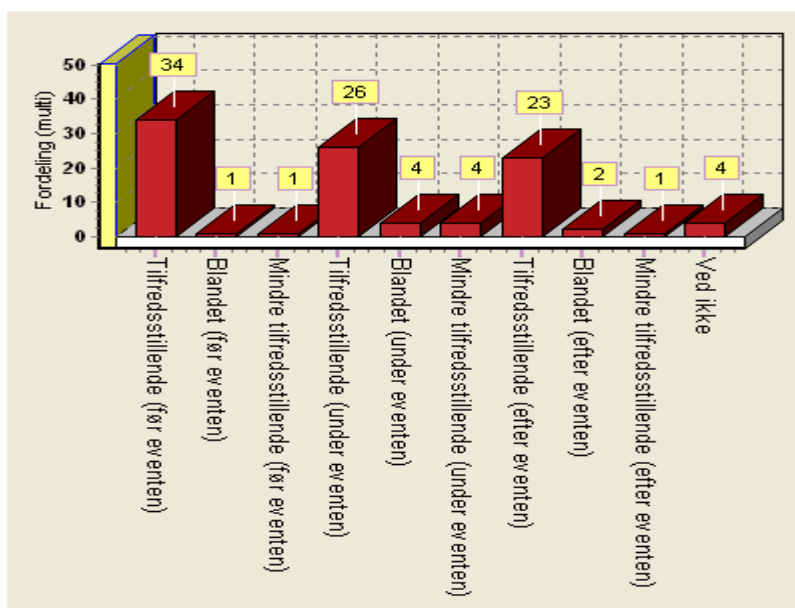
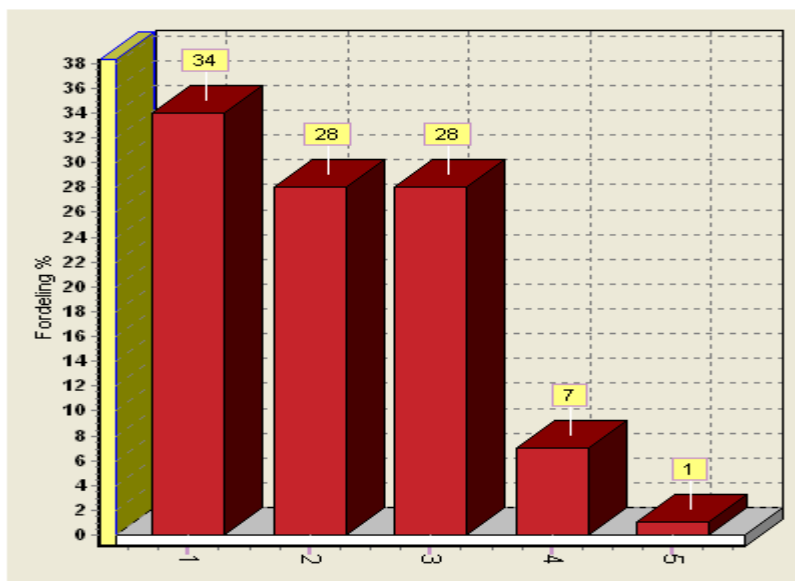


Fig. 20. Hvordan har du oplevet samarbejdet med UEFA omkring denne event?



- 1 Jeg har ikke haft kontakt til UEFA overhovedet 34%
- 2 De få gange, jeg har haft kontakt til UEFA, har der ikke været nogen problemer 28%
- 3 Jeg har oplevet samarbejdet med UEFA som tilfredsstillende 28%
- 4 Jeg har oplevet samarbejdet med UEFA som blandet 7%
- 5 Jeg har oplevet samarbejdet med UEFA som mindre tilfredsstillende 1%

Fig. 21. Hvordan synes du briefing/informationen fra DBU/værtsbyerne har været?

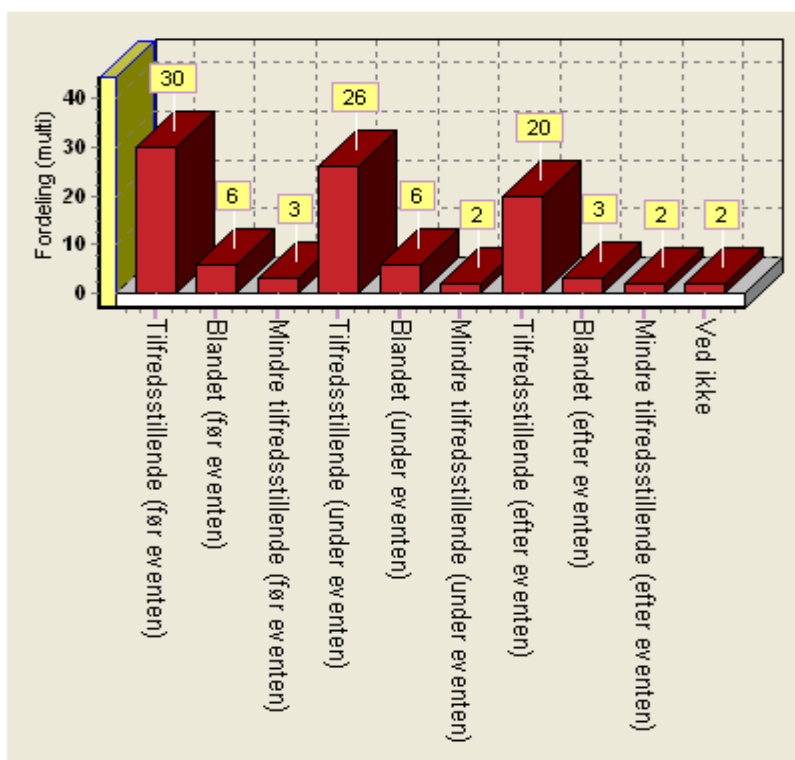


Fig. 22. Hvordan synes du overordnet set, at fællesskabet omkring eventen har været?

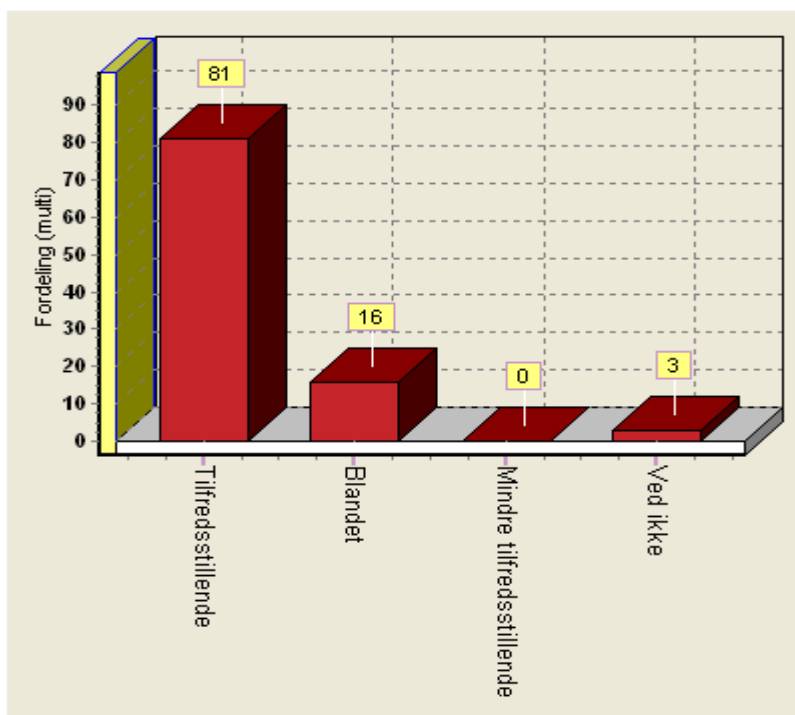


Fig. 23. Føler du, at eventen set ude fra har været velorganiseret?

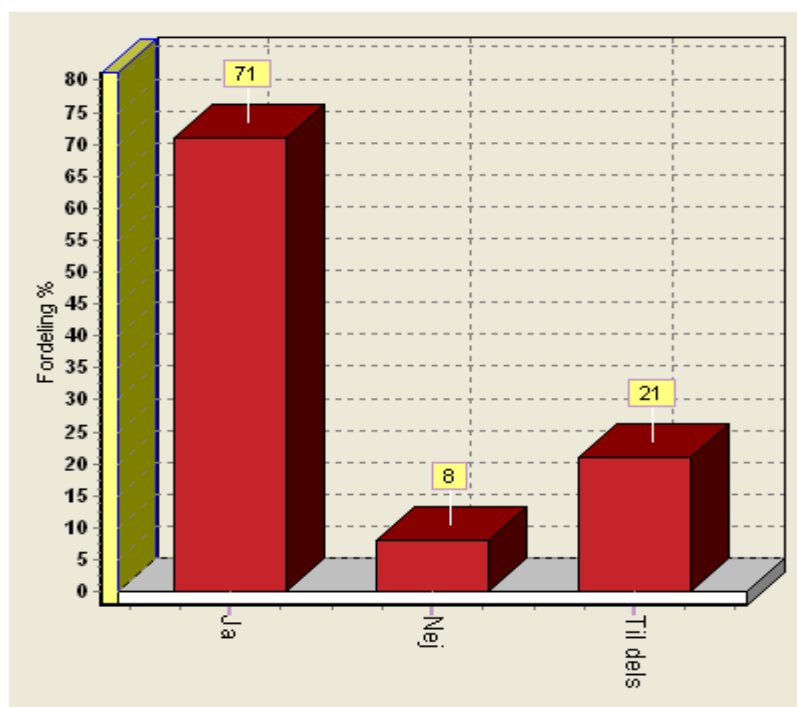


Fig. 24. Hvilke udsagn passer bedst på den belønning, du har fået som frivillig ved EMet?

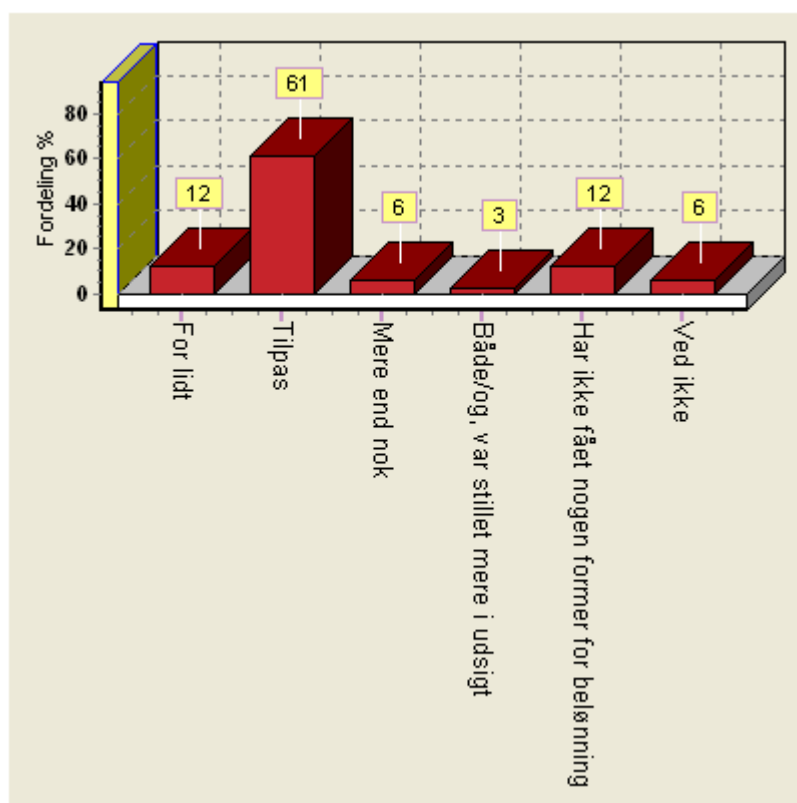
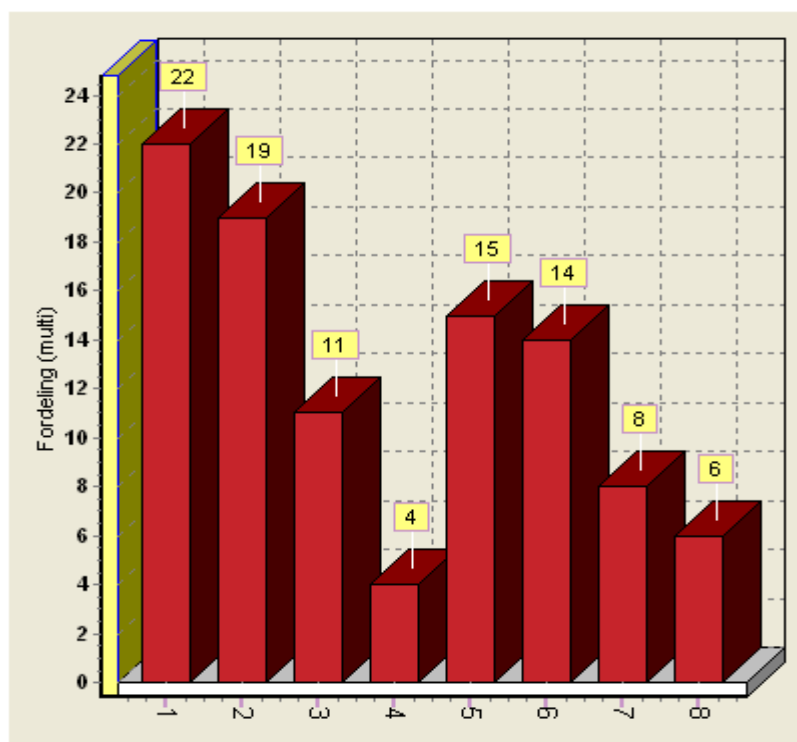


Fig. 25. Hvilke af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af forplejningen til de frivillige?



- 1 Kvaliteten af forplejningen var god, og der var nok af den
- 2 Kvaliteten af forplejningen var blandet, og der var nok af den
- 3 Kvaliteten af forplejningen var dårlig, men der var nok af den
- 4 Kvaliteten af forplejningen var god, men der var ikke nok af den
- 5 Kvaliteten af forplejningen var blandet, og der var ikke nok af den
- 6 Kvaliteten af forplejningen var dårlig, og der var ikke nok af den
- 7 Tidsrummet vi kunne få forplejning i, var ikke vidtgående nok
- 8 Ved ikke

Fig. 26. Synes du organisationen bag EMet i det store og hele holdt, hvad de lovede?

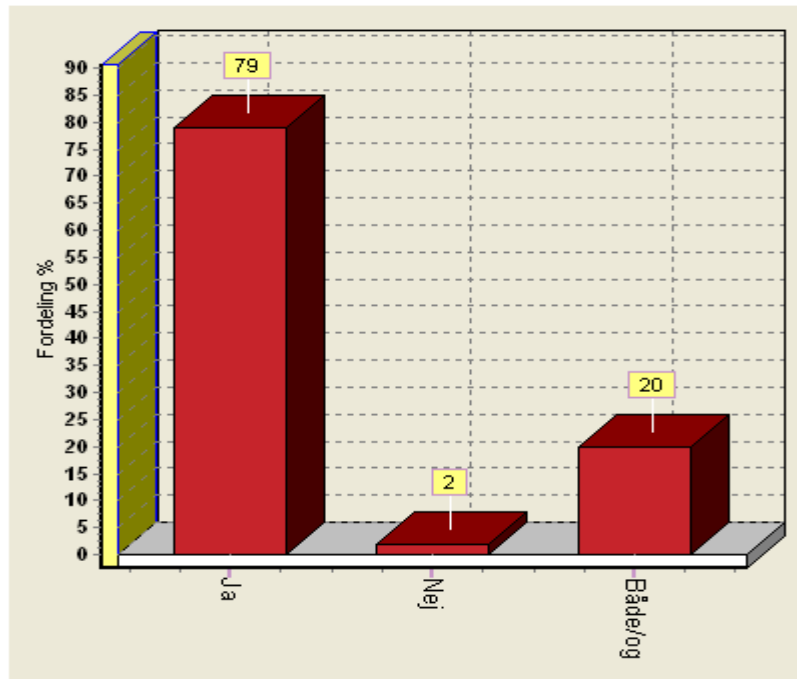


Fig. 27. Vil du gerne være med igen som frivillig hjælper ved en fremtidig sportsevent?

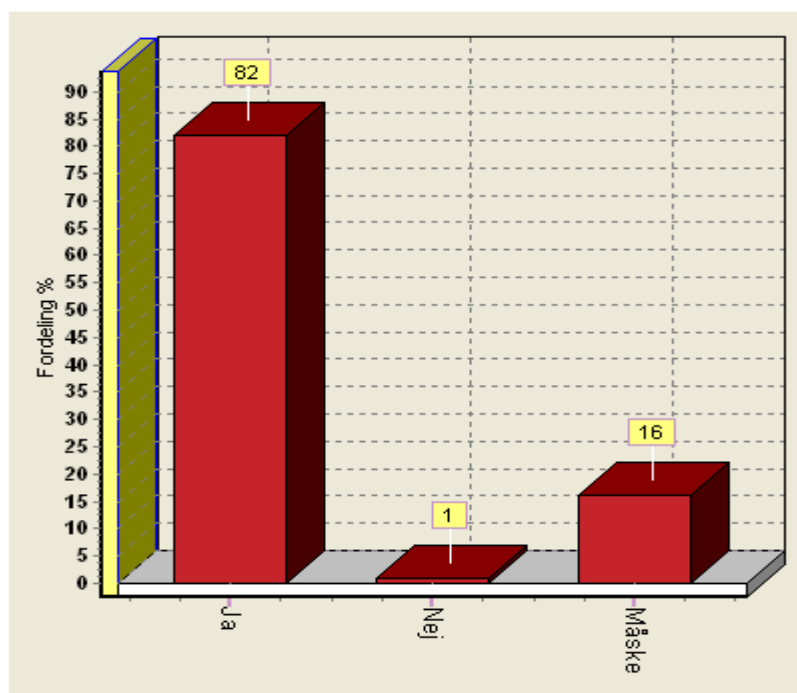
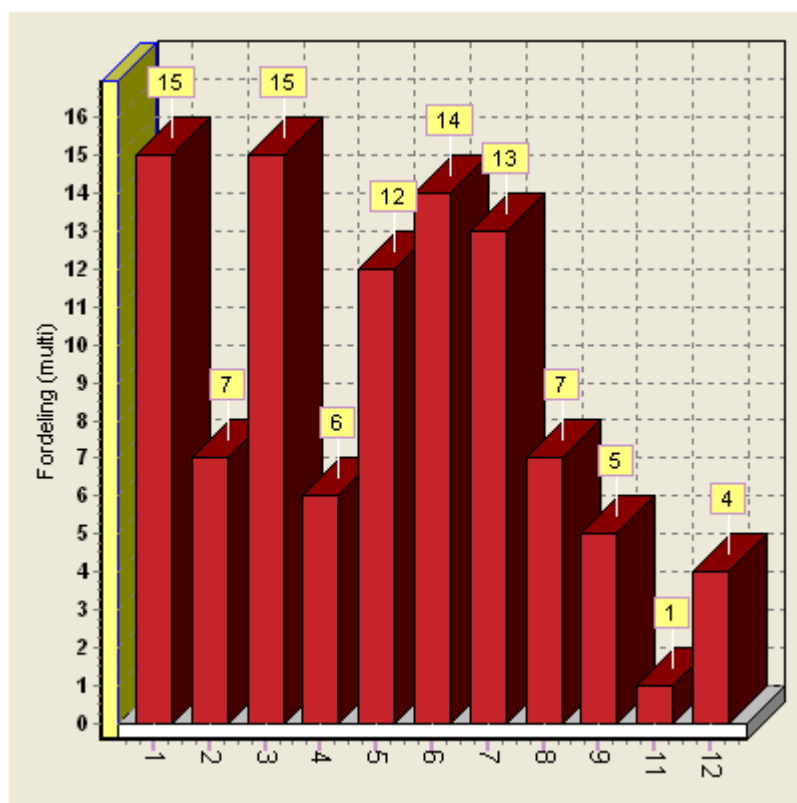
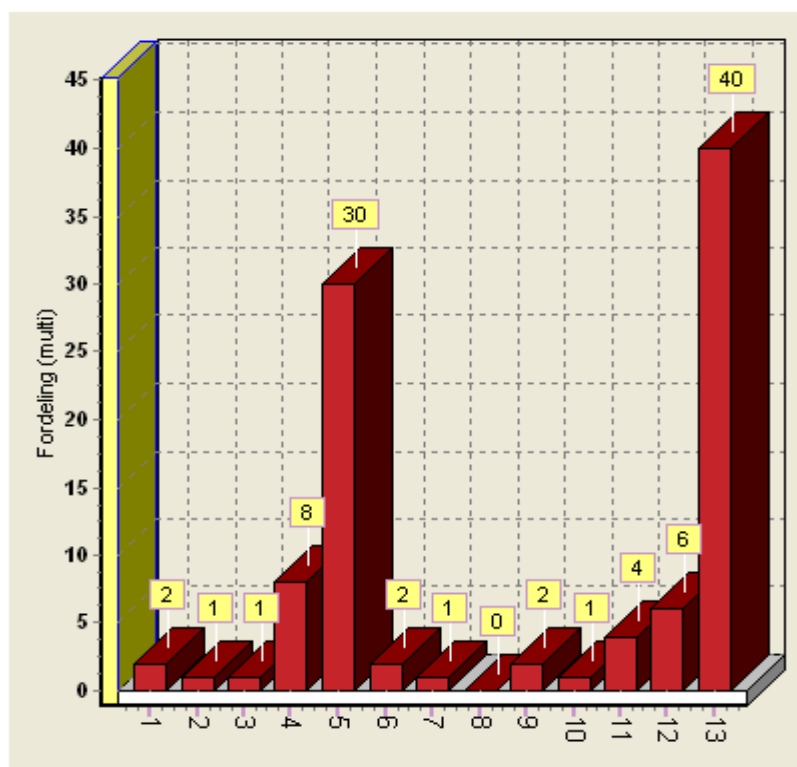


Fig. 28. Er der nogen oplevelser som frivillig hjælper ved eventen , du har været særlig glad for?



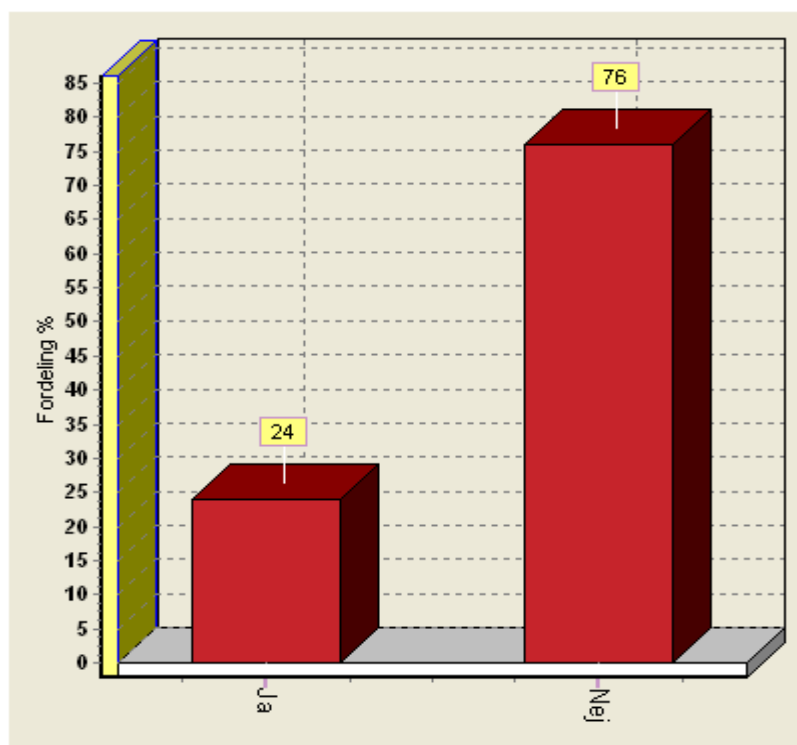
- 1 Ja, fællesskabet med de andre frivillige var unikt
- 2 Ja, at komme tæt på sportsstjerneerne var stort
- 3 Ja, jeg fik udvidet mit netværk/fik nye bekendtskaber
- 4 Ja, den megen positive feedback fra EM-gæsterne gjorde godt
- 5 Ja, den megen positive feedback fra UEFA og/eller DBU og/eller værtsbyerne 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. 29. 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, nogle frivillige 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. 30. Har du iøvrigt nogen kommentarer, kreative indspark eller kritik til os?



KAPITEL 5 – Online mediedækning

Fig. 1. Eventen koblet med Aalborg – antal online artikler i Danmark

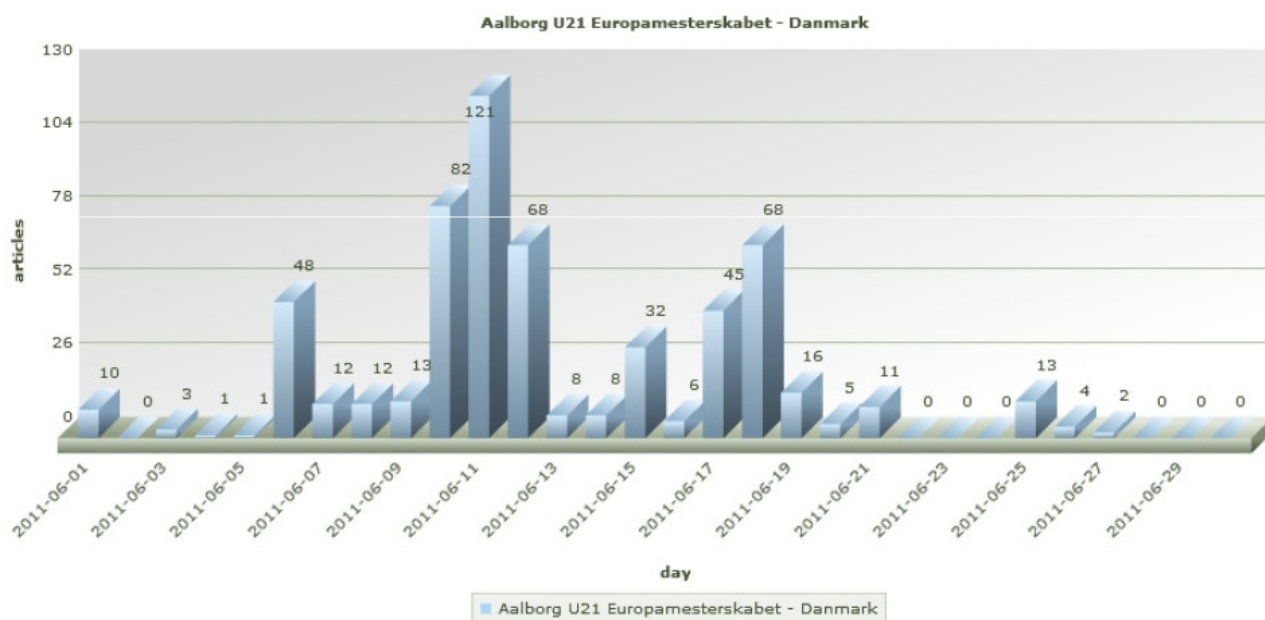


Fig. 2. Eventen koblet med Aalborg – antal online artikler i udlandet

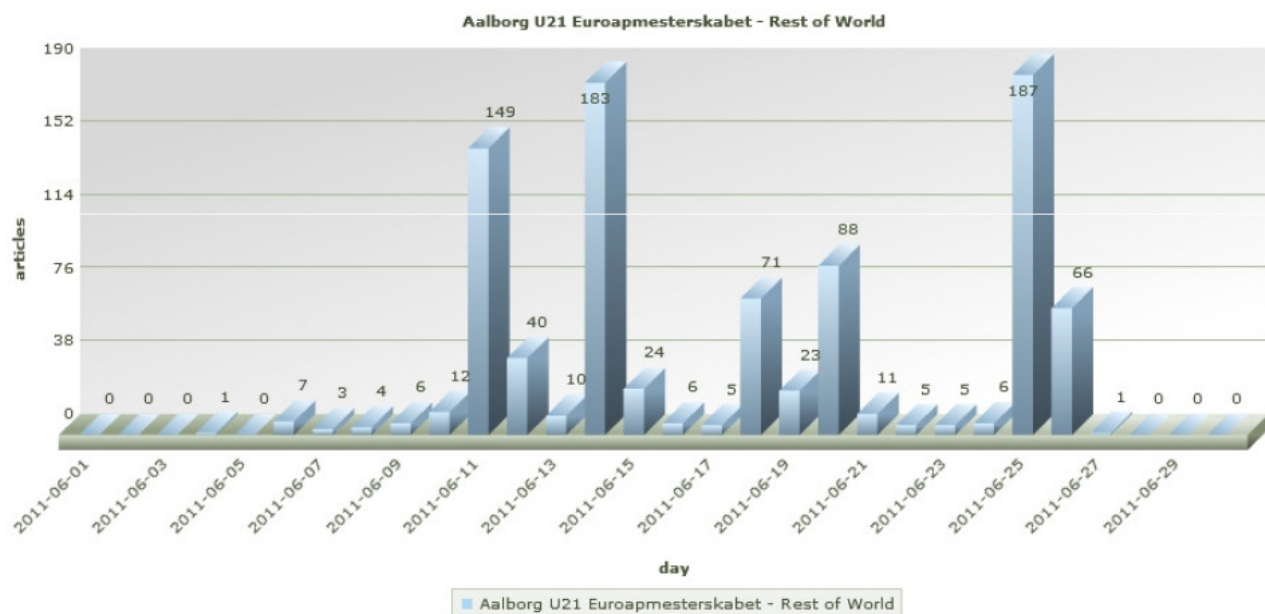
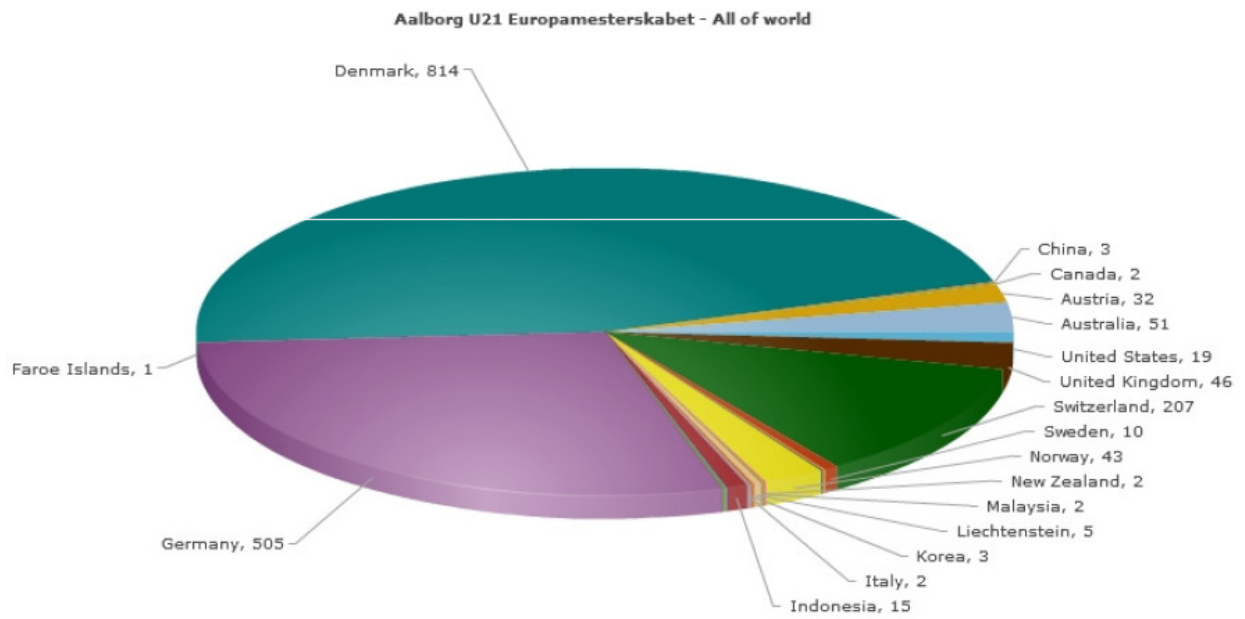


Fig. 3. Eventen koblet med Aalborg – antal online artikler i Danmark og udlandet



BILAG 1 – stikprøve vs. population

I stikprøven var der:

Tabel XX – Fans stikprøve

Fast bopæl By/region/land	Antal unikke personer
Aalborg	104 (=43%)
Aarhus	25
Herning	9
Viborg	8
Øvrige Danmark end værtsbyerne	67
Schweiz	10
Island	17
Andet	4*
I alt	244

* Sverige, Italien, Norge og Tyskland

Dvs. at der i stikprøven var 87% danske tilskuere, heraf 43% alene fra Aalborg, og 13% fra udlandet.

I totalpopulationen mht. *fans ved kampene* var der:

Tabel XX – Fans totalpopulation ved kampene

Fast bopæl	Antal unikke personer
I Aalborg Kommune	5.794 (=40%)
I øvrige Danmark	7.676 (=53%)
Udlandet	1.014 (=7%)
I alt	14.484

Dertil kommer de fans, der kun opholdt sig i fanzonen. I Aalborg var der 17.500 fanzonebesøg

BILAG 2 – kvalitative uddybninger af svar fra segmentet FANS

Uddybning af "hvordan blev du bekendt med eventen?"

- Aalborg Event på nettet
- Aalborg event
- Almen viden
- arbejde
- Arbejde
- Arbejdspladsen
- Blev spurgt om han ville arr.
- da jeg gik igennem fanzonen
- Da mit træningscenter måtte udlåne vores lokale til journalister.
- Det der telt på gammeltorv
- Fodboldklubben
- Fordi jeg kan lide fodbold
- Fordi min datter var cheerleader
- Gennem en fodboldklub i mit eget land
- Igennem mit arbejde
- Lokalavis
- reklamer

Transportform

- Bus/fan-bus, tog, offentlig transport og cykel
- Gå
- Gåben
- gående
- Gået
- gik
- Helsingør Turisttrafik
- mine ben
- Til fods
- Vi gik

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 Aalborg to make overall shots of the Stadium. Which was impossible to obtain. My client for the over all picture was Aalborg 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 Aalborg: 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 Aalborg, 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 Aalborg. Hardly anything open. Tourist office closed on a match day. What did 17 year old Justin Bieber do for fun in Aalborg 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, Aalborg, Horsens and Vejle for instance? Otherwise a very positive experience overall.

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 Aalborg 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 Aalborg 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 accreditations 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 chief in Aalborg was brilliant and so was Tourist chief at Aalborg bureau when they were open.

One negative. The chief of Spains delegation smoking in the VIP area in Aalborg 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 Aalborg 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 Aalborg 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 Aalborg & Aalborg were both extremely helpful towards our broadcast needs - we thank them for that. In Aalborg, 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. Aalborg 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 Aalborg).

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 Aalborg. 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)

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

BILAG 4 – kvalitative uddybninger af svar fra segmentet FRIVILLIGE HJÆLPERE

Hvad er din beskæftigelse til hverdag?

Officer i Flyvevåbnet

Hvad er din uddannelsesmæssige baggrund?

Grundforløbet på SOSU nord

Murer + maskinfører

Jeg er udlært kok og bager.

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

Tilmeldte mig selv via u21 hjemmesiden.

Via dagspressen

Jeg mener at jeg så et opslag på nettet

Avis

Avisen

Avisartikel

Ved SBU's delegeretmøde, hvor brdr. Bordinggaard fortalte

U21em's hjemmeside, ville tjekke puljefordelingen af hold og fik så øje på annoncen for at blive frivillig

på dbu hjemme side

Avis, Nettet

via pressen

Opsøgte selv da jeg tidligere havde haft stort udbytte af lignende frivilligt arbejde.

så i Tv at man efterlyste frivillige

artikel i nyhedsmedie

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

Sammen med 85 fra den lokale idrætsforening hjælper vi hvert år til Grøn Koncert og har nu gjort det i 8 år. Det er en SUPER oplevelse !!!

FN topmøde i København

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

Kunne godt tænke mig at arbejde mere med sport i fremtiden og tænkte dette var et godt indblik og få i lidt af de muligheder der er.

Den største motivations faktor var bestemt oplevelsen! Det at være med til Danmarks største sports event nogensinde!!!

Opbakning til byen.

Igennem min sportsklub

Elsker fodbold så det var oplagt

Interesseret i sporten

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

Men opgaverne må også gerne kunne udvikle nye kompetencer

Betragter det i høj grad som kompetence udvikling og udfordring.

Jeg har ingen begrænsning mht ansvarsområde men såfremt allerede tilegnede kompetencer kan komme et arrangement til nytte så stiller jeg mig gerne til rådighed dér.

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?

Jeg var i Fanzone i Aalborg. Og synes jeg har lært det, at der virkelig skal gøres meget ud fra reklame og omtale, før der kommer nogle besøgende.

Jeg havde forventet mig meget mere af dette. Mine opgaver var ikke noget at sætte "voksne" mennesker til. Jeg skulle holde øje med bandereklamer

Jeg har arbejdet i akkrediteringen, der ligger meget op af min uddannelsesmæssige baggrund. Fint. Jeg har lært den begrænsede del af FAME, som vi arbejdede med.

Se hvorledes civile organisationer og klubber håndterer begrebet "frivillige" og på denne måde udvide egen forståelse til anvendelse i egen organisation.

Nej - pga. at der var mange tilmeldt. Dermed kun delvis deltagelse som hjælper.

Hvilke funktioner har du haft som frivillig hjælper ved EMet?

Hjulpet til omkring banderne og opsyn med disse samt assistance omkring opsætning til interviews

Assist for tv-fotograf.

Signage

Bemande SHARP-standen i fanzonen

Hjalp med at sælge programmer.

Youth programme (børnene med flagene inden kampen)

sørget for drikke til alle fra spillere til uefa, medier, frivillige mm.

Youth Programme

Assistance til Andy ved flere arrangementer i byen

Sponser events til hver kamp

Var på venue team! hvor vi lavede forskellige opgaver, hjalp de andre teams hvis dette blev nødvendigt

Var på venue så lidt af det hele:)

Youth programme

Youth programme

Sad standby hvis der var brug for hjælp andre steder. Så har været lidt inde over det meste.

Signage

Assistere UEFA ved kontrol af reklamer/branding

Sørge for børn til at løfte flag på stadion Hjælpe med lederseminar m.v.

Programsalg (2 dage), vagt (1 dag)

venue team og programsalg

Modtagelse af teams

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

Der eksisterede lejlighedsvis en vis form for manglende overblik ved tildeling af opgaverne.

Der var dog en del uorganiserede ting i fanzonen og manglende kommunikation. Youth programme var helt fint.

Havde skrevet at jeg gerne ville være med til promotion og event! Men det havde jeg ikke noget med at gøre! og mit andet valg var medie og dette kom jeg heller ikke til

Var tilknyttet frivilligcenter

Det er var ingen oplevelser, eftr som der nærmest ikke var brug for chauffører i Aalborg.

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

Det var meget forskelligt fra dag til dag

Lejlighedsvis for mange.

Nogle dage var vi ALT for mange, og andre dage mødte folk simpelthen ikke op, så vi kun var 3 til at stå i fanzonen.

I fanzonen var vi ofte flere frivillige end nødvendigt da der ikke kom mange gæster i det dårlige vejr. Ved hospitality passede antallet fint

Fra start var vi 12 der skulle sælge programmer. Men når der manglede folk tog de af "vores". F.eks. til kampen Danmark-Island var vi kun 4 der solgte!!!!

Youth programme var passende, i fanzonen var der nogen gange alt for mange og få gange var der ikke nok

Ved Youth Programme var vi alt for mange

stod alene ved Anebær vej og skulle holde øje med både indgang, og presse zone.

Der var selvfølgelig nogle "døde" perioder men sådan vil det jo altid være!

I takt med turneringen så blev opgaverne for Venue team rutine præget og nemmere at håndtere for de frivillige. Der var skiftende antal frivillige på hver vagt men med en gennemgående team leder så formåede man at holde opgaverne op imod antal frivillige uden kvaliteten blev forringet eller arbejdsglæden forsvandt hos de frivillige.

Hvilke af følgende udsagn beskriver bedst din oplevelse af arbejdet som frivillig hjælper ved eventen

Ind i mellem kedeligt med lange vagter på visse poster.

Arbejdet i fanzonen blev lidt kedsommeligt og ensformigt fordi jeg kun stod i Sharps stand alle dage og der var ikke mange gæster. Det ville have været rart at veksle mellem Carlsberg og Sharp, men den ansvarshavende ved Sharp ville ikke bytte os ud med drengene ved Carlsberg

Hyggeligt

Hyggeligt at møde nye mennesker

vi var alt for mange som bare sad i flere timer og ikke rigtig lavede noget. og arbejdsvagterne blev altid planlagt et par dage før, og så havde man allerede planlagt andre ting. jeg synes der var meget rod i det hele. men ellers var det super fedt at være med

Bestemt hyggeligt og langt de fleste var tilfredse med vores indsats.

for mange til for lidt, dårlig ledelse, mange fik samme besked(opgave).

Sad tit og ventede på at der skulle komme opgaver til os

Jeg er ikke vand til at komme på Aalborg stadion, og har aldrig set en billet til en fodboldkamp før, så det var ikke særlig nemt at dirigere folk de rigtige steder hen. et lille lyn kursus i hvad der står på billetten, og hvordan stadion er indrettet, ville være på sin plads.

Super fedt!

Arbejdet med UEFA og branding var helt OK. Vagten ved frivilligcenter var nærmest spild af tid. MEN flot med aflysning af vagter, så man ikke spildte tiden unødigt.

Som Venue team bestod opgaven i at assisteret UEFA Venue team både med planlagte og pludselig opståede opgaver. Det var opgaver som skulle løses uanset omfang eller tid til rådighed. Der var et godt samarbejde mellem Aalborg Event, UEFA og venue team hvilket (set ud fra mit synspunkt) var medvirkende til, at alle de frivillige har kunne identificere et formål med de opgaver der blev stillet.

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

når man ikke har den fornødne kompetence inden for det fælt man er sat på er ansvaret for stort.

I forbindelse med Signage opgaven forventede jeg ikke at få ret meget ansvar.

Som bindeled (Team leder) mellem Aalborg Event og UEFA venue team så var ansvarsfordelingen på et passende niveau. Mange af opgaver blev hurtig rutine præget og det gjorde det muligt at uddelegere til nye frivillige (første gangs frivillige). Derved frigjorde det ressourcer hos team lederen som med fordel kunne anvendes indenfor andet fokusområde. Dog i bund og grund så virkede Aalborg set-up ubeklageligt og med den rette ansvarsfordeling.

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

Har alle været glade og imødekommende

Jeg havde ikke rigtigt med andre frivillige at gøre. Jeg arbejdede mest med fastansatte :-)

nogle er rigtig søde, andre ville ikke dele opgaverne med de andre fra holdet og det ødelagde meget det gode sammenhold

De frivillige har alle udvist stor fleksibilitet og "gå-på-mod" som gav en utrolig god stemning blandt alle. Der var mange gange hvor grænseskellet mellem arbejdsområderne blev udvisket og alle gav en hånd med hvor det end var nødvendigt.

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

Var lidt sent der kom vagtplaner ud. Men ellers har alt spillet.

Blandet: i form af en vis forvirring.

Ved vagter i fanzonen var det svært at finde de ansvarshavende for området (Søren og Keld) hvis man ikke havde deres telefonnummer

Tilfredsstillende ift. akkreditering. Mindre tilfredsstillende ift. mine opgaver sammen med maskotten Andy. Her var INTET på plads. Ofte skulle "Andy" selv opfinde aktiviteterne og presse på overfor Aalborg Event, før noget kom på skinner.

Vores ansvarlige var ikke synlige nok under vagterne

Informationsmødet på AaB kunne have været undværet. Manglende info om, hvor man blev tilknyttet.

Særdeles godt informations flow inden eventet, hvilket var medvirkende til at alle var i besiddelse af et højt grundlæggende viden for hvad eventet gik ud på og hvilke opgaver der var i vente. God briefing om ansvar og opgaver inden første mødedag. Rigtigt god support og feed back under eventet. God opfølgning på eventet efter sidste mødedag.

Hvordan har du oplevet samarbejdet med UEFA omkring denne event?

De vidste hvordan de ville have det!:))

Problemer med madbilletter i forbindelse med vagter på kampdage. Uden en madbillet kunne jeg ikke få mad, selvom alle kunne se at jeg var en sulten frivillig. Jeg fik at vide at jeg skulle kontakte UEFA, men ingen vidste noget og sendte mig videre til den næste, som sendte mig videre til den næste... Jeg gik (MEGET) sulten hjem!

UEFA Venue team i Aalborg var behagelig at arbejde sammen med. Opgaver som blev udstukket var tydelige og forberedte. Der var en god dialog om opgavernes løsning og mål. Teamet var imødekommende, venlige og udførte deres funktion (jf. mit kendskab) i rette kvalitet og i rette tid. Meget kompetente indenfor deres fagområde.

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

Synes det hele har fungeret godt. Men synes også, at en tom fanzone, der ofte bliver nødt til at lukke før pga. manglende besøgende, sender et signal om at der godt kunne være lagt mere vægt på dette område.

Jeg tror det var velorganiseret fra øverste sæde, men havde utrolig svært ved at komme ud til de frivillige. Jeg skulle bl.a. møde en dag 15:30, da jeg kom ud på stadionet, sagde de, at de havde sendt en mail om, at jeg ikke skulle komme, da jeg tjekkede hvornår de havde sendt mailen, følte jeg, at vi bare blev udnyttet, de havde sendt mailen 15:29

For mange opgaver skulle dækkes af isf ?? at være planlagte på forhånd.

Der er nogle få ting undervejs som ikke hang sammen. tingene kunne have været bedre sat op. Men al info før har været super godt.

fik kun mad den ene af dagene, det viste sig dog at det ikke var så galt, da kvaliteten på den mad der blev serveret var særdeles ringe. man ville have haft langt større glæde af mej som frivillig hjælper, ved at lade mej arbejdede i køkkenet, produkterne der kom fra dette ville jeg kunne producere billigere, og i en langt højre kvalitet.

Dog kunne man godt have ønsket sig at se lidt flere tilskuere til kampene. Men Større nationer som f.eks. Tyskland, Italien, Holland og Sverige kunne have hjulpet på det. Desværre kan man ikke bestemme det selv.

Der har været situationer hvor jeg som frivillig er mødt ind ca. 2 timer før planlagt og jeg er så blevet kastet ud i opgaver, som ikke var aftalt. Jeg har intet imod at udføre disse opgaver, men havde jeg ikke mødt ind før aftalt havde der ikke været nogen til, at tage sig af opgaven. Tilsyneladende har der manglet kommunikation om DBU og UEFA omkring opgaverne.

informationerne kom meget sent, så man fik lidt opfattelsen af at der manglede noget organisation, selvom det i sidste ende var fint organiseret.

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

Hvis i på et tidspunkt får brug for hjælp i Aalborg vil jeg meget gerne hjælpe til! :-)

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

Jeg syntes det har været en super oplevelse, men dog også lidt kedeligt. Jeg havde opgaven at skulle sætte mærker på kamerafolket. de kom på mange forskellige tidspunkter, så der var ikke meget at lave, og når der så kom nogle, var vi op til 8 frivillige, til at sætte ét mærke på.. Men ellers super fed oplevelse..

Så solgte man et program til bl.a. Frank Arnesen og Sepp Piontek og få minutter senere stod en lille dreng med 18,50 og spurgte om han kunne købe et program(kostede 20,- kr.) og selvfølgelig kunne han det!!!

Godt netværk, forståelse for et civilt arrangement, mulighed for at bidrage med tilegnede kompetencer...

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

Som chauffør i aalborg har jeg ikke fået så mange opgaver som forventet. Og de opgaver jeg fik var nogle småting. Men det har vi også fået at vide inden eventen.

Jeg synes ikke, at sandwich er rette forplejning ud fra en vagt på f.eks. 6 timer ell. mere. Slet i stedet frivilligheds-festen (som jeg dog ikke deltog i)

Vi fik ikke altid noget mad, og hvis vi fik var det et kedelig tør flütes.

jeg syntes det er vildt, at havde en vagt på 11 timer, og så får man bare en meget meget tør sandwich til aften. og så selvfølgelig det frugt man vil have, men efter man har fået 3 stykker, så gider man ikke spise frugt mere.

Der har ofte været en dårlig stemning på facebook siden for frivillige fordi folk kritiserer det andre skriver og misforstår beskederne. Jeg tror at nogle har ladet deres utilfredshed med organiseringen af EM (tøjjudlevering, vagtskemaer o. lign) gå ud over andre på facebook. Det var kedeligt at få den samme slags sandwich hver dag og når de blev leveret i fanzonen virkede de nogle gange til at have ligget i lidt tid, da de var helt bløde af dressingen. Tidspunktet vi fik mad på i fanzonen varierede hvor vi en dag fik mad kl. 14 og en anden dag kl. 17. Det var derfor svært at vide om man skulle spise hjemmefra når man mødte kl. 13

Vi mødte ind 3 timer før kampstart, og skulle stå til rådighed til efter slutfløjtet. MEN... alligevel kunne man KUN få en sandwich i det tidsrum!!!!

Omkring indkvartering - Der var ingen indkvartering..

Jeg var i Venue gruppen - og der var ingenting at lave. det passer IKKE til mit temperament.

forplejning i form af mad og drikke var langt under standard og følte jeg blev nød til at bruge penge af egen lomme hvis jeg ville spise.

Jeg syntes vi skulle afløses så vi kunne komme ind for at spise,jeg var der 3 dage .Fik også en spise billet,da så vi kom for at spise var der ikke mere mad.

En enkelt uheldig oplevelse med den ansvarlige ved Sharp standen i Fanzonen.

nævner igen maden, og den manglende orientering om stadions indretning og hvordan man aflæser en billet for at dirigere folk det rette sted hen.

Der var for mange i UEFA der gerne ville have det på deres måde. Når én havde sagt at det

skulle være sådan, kunne der godt komme både en anden og en tredje og vil have det på deres måde. Forplejningen handler om problematikken med madbilletterne - som før nævnt.

Til tider oplevelsen af, at man kunne have gjort nytte et andet sted.

Kommunikation omkring modtagelse af teams, var ikke god.

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

for mit vedkommende en t-shirt og en jakke. Ganske udmærket.

ikke ret meget mad.. man fik godt nok en fri billet, men jeg syntes godt, at man kunne få en bus til rådighed til finalen, så man kom så mange som muligt. + jeg fik aldrig min billet, eller fik at vide hvordan jeg fik fat i den..

Belønningen bestod i oplevelsen og en rød T-shirts. Og det er jeg tilfreds med.

Vi var som sådan ikke lovet andet end et "diplom" for vores medvirken, men har ikke set noget!

Deltage i et stort event, mulighed for at se kampene, forplejning og godt socialt engagement fra alle - det mere end rigeligt!

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

Nogle dage var sandwichene friske, andre dage var de bløde af at have ligget længe. Udvalget i fyld var ikke altid tilstrækkeligt, da vi en dag fik leveret næsten alle sandwich med ribbensteg (eller lignende) og kun 2 med spegepølse og en med parmaskinke. Det virkede som om vi havde fået de andres rester. I fanzonen var rummet med drikkevarer låst næsten hele tiden. På stadion til kampene var der ikke altid mad tilbage om aftenen når jeg havde pause fra min opgave.

Der var en bøvl med, at få mad billetter, men skulle lige frem bede om dem, de blev ikke "bare" udleveret.. Ved flere tilfælde var "den ansvarlige" ophængt af andet arbejde

Når man har vagt fra kl. 13.00 - 21.15 kunne et varmt måltid har været godt istedet for bare en sandwich

Se evt. under pkt. 23

Sandwichen smagte ikke af noget, ingen vidste hvad der var i dem.

rigtig dejligt at der hele tiden var nok at drikke. det er et stort plus. men blev sur da vi skulle have aftensmad. vi fik en meget tør og kedelig sandwich, og vi måtte kun få en efter så mange timers arbejde. selv en voksen mand fik kun en. synes det var utroligt frækt gjort. og det gør bl.a. at jeg ikke kunne tænke at hjælpe til med sådan noget mere i aalborg

Jeg synes det var dejligt der var frugt og drikkeelse man kunne tage af når man vil, men synes ikke sandwichene var de bedste og servere til aftensmad, når man havde en lang aften foran sig

forplejning i form af mad og drikke var langt under standard og følte jeg blev nød til at bruge

penge af egen lomme hvis jeg ville spise, da kvaliteten var elendig

Der manglede drikkevarer under vores vagter, og maden var ret dårlig (brødet var helt blødt og nærmest vådt, da vi fik vores sandwich)

den eneste gang jeg fik mad, kom jeg ind til en byge hvor man kunne trætte en sandvits uden at vide hvad der var i den, min viste sig at være med frikadelle, i min tid i levnedsmiddel branchen har jeg ikke smagt ringere, man skulle tro at der ikke var brugt nogen form for bouillon eller krydderi. det øvrige tilbehør var meget groft snittet. brødet var tydeligvis færdigkøbt og af den rigeste af slagsen, man havde end ikke gidet gøre sig den ulejlighed at varme det op. dette måltid var endog særdeles ringe, set ud fra et både ernærings mæssig og gastronomisk synspunkt. jeg vil til enhver til påtage mej at levere et bedre produkt.

En sandwich til en vagt på 8-9 timer det er bare ikke nok!

Den dag der var mad, var det godt! - Men det er alt for åndssvagt lavet med de madbilletter. En akkreditering som frivillig burde være nok til at få mad!

for os der var der flere dage var forplejningen lidt til grin, vi blev spis af med sandwich der var lavet flere timer i forvejen hvilket gjorde dem meget slatne, dette er fint nok en enkelt dag, men for os der var der 6 dage var det ikke tilfredsstillende.

Forplejning burde måske have været lavet på anden måde. F.eks blev frokosten serveret som buffét med varm ret (buffét var upåklagelig), aftenbespisning var en kold sandwich som blev serveret i tidsrummet ca. 1700 - 1900 og når man kigger på vagtens længde (som var planlagt 1600 - 0000) så er det ikke nok for et voksen menneske, især når man tænker på at nogle af opgaverne var fysisk betonet. Man kunne med fordel servere en buffét lignende det til frokost og sågar spare økonomi. Det er det eneste punkt hvorpå man sætte en finger på... ellers var betjeningen god.

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

Det har været en langsomlig omgang proces, flere informationer kom først meget tæt på EM

Ift. akkrediteringen

Igen.. information om hvad der stod på billetterne, og rundvisning med henblik på at lære stadion at kende manglede.

Den person som skulle stå for min afdeling, mødte jeg aldrig. Blev derfor sat i nogle andre forskellige opgaver, hvilket ikke gjorde noget. Dog synes jeg der kunne have været mere præcision på dette område.

jf tidligere beskrevet...

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

mad og fribillet til finalen (som vi ikke kunne se, fordi vi lige pludselig skulle på arbejde, da der kom en kamp mere) - den kunne godt have været spillet om fredagen..

Forplejningen var ikke tilfredsstillende

Som tidligere nævnt har der manglet lidt planlægning, men ellers har der været flinke

mennesker der tilsyneladende havde styr på deres sager

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

Er vist så fodbold interesseret som man kan blive:)

Uændret - helt i top, men alligevel OK at komme lidt tættere på.

havde meget stor interesse for det i forvejen..

Jeg har måske fået mere lyst til at se en kamp live pga. stemningen på stadion

Det er det samme - stor "lidenskab" for dette dejlige spil

Interessen for fodbold/sport kan IKKE blive større.

Min interesse har altid været enorm

kan nærmest ikke øge min interesse for fodbold. den er på max

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

Kunne rigtig godt personligt selv tænke mig og arbejde med noget mere inden for dette, så hvis i har nogle muligheder må i meget gerne sige til:) Mvh Anders Dresager mail: adg@telenor.dk

Man burde være mere grundig i sin udvælgelse af de personer som er lønnet for at stå i fanzonen. En enkelt af dem havde simpelthen ikke kompetencer nok til at fungere socialt og troværdig på pladsen.

Konklusion: Mere nærende forplejning og lidt strammere og oplysende ledelse af vagtplanerne m.m.

I fanzonen har både jeg og andre der stod der været utilfredse med Carsten som var repræsentant for sharp. Han sagde i sjov til en frivillig fra Island at hvis Island tabte til dk så skulle hun give ham et blowjob, men vi fandt det meget upassende. Han kom endvidere med en kommentar om at ride mig da jeg spillede et ridespil på xboxen. Jeg er endvidere blevet fortalt at han havde kastet en bold efter og råbt ad en ti-årig dreng ved Carlsbergs stand fordi drengen kom til at skyde en bold i hovedet på ham. Jeg ved godt at i nok ikke har haft noget med Sharps bemanning at gøre, men jeg syntes at Carsten overtrådte nogle grænser.

Jeg synes ikke der var styr på hvem der kom. Ingen navne tjek eller anden form for tjek for at se om alle var kommet. Opgave med bevogtning af område og biler må andre tage sig af. Forplejning var at for dårlig. Et flutes med pålæg til en vagt på 8 timer er for lidt.

Der skulle have været nogle aktiviteter man kunne have sat i gang, mens børnene under Youth Programme venter på at komme i gang med det de skal.

markedsføringen af fan-zone arrangementer skal markedsføres MEGET mere. Jeg stod i Aalborg og en af grundene til at det kin var en delvis succes tror jeg ligger i at markedsføringen op til og under ikke var grundig og omfattende nok

Jeg skulle sende størelsen på trøje og jake somvi skulle bruge til vagterne. jeg bestilte en størelse 4xl i trøje og jakke,men fik udleveret en 2xl i begge dele ,det er skuffende.

der skal mere struktur på. fx da jeg kom til min første vagt, var de fleste t-shirts og jakker væk, selvom man havde bestilt det

Lågen på stien over ved Anebær vej skal være åben efter AaB`s kampe, skulle jeg hilse fra naboer der var trætte af at få deres haver trampet ned.

Er nævnt tidligere. Jeg forstår, at der ligger et stort logistik-arbejde bag; men man vil jo også gerne gøre sig nyttig, når man er der.

I fremtiden skal der være mere styr på hvor mange chauffører der er brug for i de byer hvor der afholdes kampe og andet. Føler mig til grin over at have meldt mig som frivillig og ikke fik noget at lave. det er jeg ret så SUR over. Det er en ommer fra DBU's side af

Der var alt for mange frivillige til mine aktiviteter.

bedre forplejning, og måske lidt hurtigere udmeldinger fra arrangørerne...

Stor ros til de ansvarlige i Aalborg som fremstod meget kompetente med højt humør som ikke kunne undgås at smitte af på alle omkring dem. Det medvirkede til, at EM (særdeleshed i Aalborg) blev en helhedsoplevelse for mig som vil gi' et stort 10 tal på 12 skalaen...

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