

FRIVILLIGE

- Hvilke frivillige skal vi bruge?
- Hvordan rekrutteres og motiveres frivillige?
- Skal vi rekruttere enkeltvis eller i grupper?
- Hvordan håndterer vi frivillig-data?

Til de 25 events, som Sport Event Denmark støttede i 2022, lagde knap 10.000 frivillige hjælpere godt 125.000 timers frivilligt arbejde.

Internationale sportevents i Danmark kan kun gennemføres med hjælp af frivillige. De frivillige står ansigt til ansigt med aktive, trænere, ledere, publikum og presse, når eventen løber af stablen. De frivilliges indstilling til opgaven er derfor altafgørende for, hvordan hele arrangementet opleves af de tilreisende.

Derfor er det også alfa og omega, at man finder de rette frivillige, behandler dem godt og giver dem en god oplevelse, så de har lyst til at give en hånd med igen en anden gang. Det kræver god planlægning og er et stort arbejde i sig selv! Faktisk er det et område, som mange arrangører undervurderer, hvilket er synd både for selve afviklingen, men også fordi de frivillige kan blive nogle af eventens allervigtigste ambassadører, hvis de behandles godt.

Rekruttering

- Hvem er frivillig og hvorfor?
- Hvilke frivillige skal vi bruge, og hvor meget kan forbundssekretariatet bidrage?
- Hvad skal jobbeskrivelsen indeholde?
- Hvor og hvordan rekrutteres frivillige?

Det kan ikke understreges nok, hvor vigtigt det er at finde minimum en person, som er overordnet ansvarlig for de frivillige igennem hele planlægnings- og afviklingsprocessen. At han/hun løbende har fokus på, hvilke behov de frivillige har og sørger for, at de frivillige behandles i forhold hertil.

Hvem er frivillig og hvorfor?

Analyser fra Sport Event Denmark viser, at den typiske frivillige ved internationale sportevents er en fuldtidsarbejdende mand over 50 år, som bor i nærområdet. Han har en mellemlang eller lang uddannelse og har tidligere været frivillig ved andre sportevents. Han arbejder ulønnet, men meget entusiastisk, og har typisk også lyst til at være frivillig ved kommende sportevents. Den typiske frivillige drives af sin passion for sport, men også det sociale aspekt i at løfte i flok og møde nye mennesker. Han er primært rekrutteret via en sportsklub eller et forbund.

Han er ikke nødvendigvis drevet af tanken om, at frivilligindsatsen vil styrke hans personlige kompetencer, men oplever efterfølgende, at disse rent faktisk er blevet styrket – både i forhold til sociale kompetencer, håndtering af stressede situationer, kommunikation og problemløsning.

I takt med, at grøn omstilling og bæredygtighed er blevet en fast del af eventarbejdet, ser vi en tendens til, at der er mulighed for at tiltrække en ny type frivillige ind. Fx folk fra miljøorganisationer, som har større fokus på, hvordan den grønne omstilling kan foldes ud ved eventen, end på den sportslige del.

Hvilke frivillige skal vi bruge?

Sørg for, at der er frivillige nok. Men ikke for mange. Keder man sig på sin vagt, kommer man let til at føle sig overflødig. Frivillige vil som regel hellere have en smule travlt end for lidt at lave. Nogle opgaver giver naturlig ventetid. Informer de frivillige herom, hvis det er tilfældet, gerne allerede i opgaveformuleringen. Husk også, at der kan komme afbud/sygdom på dagen, og at I gerne skal have en back up. Overvej nøje, hvilke frivillige I sætter til hvad. Vær sikker på, at den enkelte har de nødvendige kompetencer og er godt klædt på til at varetage deres opgave. Opgaver med tunge løft/hårdt fysisk arbejde, dørvagt opgaver mv. kan måske varetages uden en særlig uddannelse, men sørg

for at give gode instrukser på forhånd. Og selvfølgelig må I ikke sætte nogen til at udføre ulovligt arbejde. I skal derfor sikre jer, at de fx har det nødvendige kørekort ved kørselsopgaver, er over 18 år ved visse typer af opgaver, og at I har en børneattest for frivillige, som skal have med børn at gøre.

Vær også sikker på, at de kender kommandovejen i organisationen, hvis de havner i en uforudset situation, hvor de ikke ved hvad de skal svare/gøre. Tryk evt. telefonnummeret til deres overordnede på bagsiden af deres

akkrediteringskort.

Tag stilling til, om eventen må belaste forbundets eksisterende sekretariat og i givet fald hvor meget. Måske kan sekretariatsmedarbejdere i en periode lægge dagligdagsopgaverne til side, så der skabes rum til, at sekretariatet kan indgå i eventarbejdet, fx ved at frivillige eller vikarer overtager nogle af sekretariatets daglige opgaver?

Følgende tabel viser hjælpekategorier, der ofte bruges ved internationale sportevents:

Jobkategori	Kvalifikationer / opgavebeskrivelse / hints
Overordnede ansvarlige	
Projektleder	Overordnet ansvarlig. Kræver mange ressourcer og evt. projektansættelse ved større events. Overblik, samarbejdsevne, handlekraft og robusthed. Det er sjældent en fordel, at forbundsformanden også er projektleder. Det er dog godt at have nogen fra bestyrelsen og/eller administrationen med i styregruppen for at sikre forankring i hele organisationen.
Styregruppe	Består oftest af projektlederen, evt. områdeledere, repræsentant fra værtsby/kommune, specialforbund/arrangørklub og Sport Event Denmark. Overvej, om nogle samarbejdspartnere (turisme-/erhvervsorganisationer, miljøorganisationer mv.) er så afgørende i forhold til eventen, at det er relevant at have dem med i styregruppen.
Budget- og økonomiansvarlig	Budget- og økonomiansvaret ligger som oftest hos projektlederen, men sørg også for et hurtigt arbejdende forretningsudvalg, som kan vurdere økonomiske risici, fungere som økonomisk sparringspartner, gå aktivt ind i budgetlægning og opdatering og stille kritiske spørgsmål undervejs.
Event setup/ faciliteter	Kræver fornemmelse for eventudtrykket og praktisk håndlag. Lokal forankring i forhold til afviklingsstedet er en fordel. Vær obs på, om aftaler om affaldshåndtering kan hører under denne person, eller I skal udpege en særskilt person med fokus på udarbejdelse af plan affaldshåndtering og implementering heraf.

Transportchef	En meget central post, som kræver is i maven og stort overblik. Skal kunne træffe hurtige beslutninger og stå igennem evt. kritik. Erfaring fra lignende opgaver er en fordel.
Markedsføring og sponsering	Kommerciel baggrund. Udadvendt, kreativ/idérig person med stor kontakthflade, fx medlem af en Rotary-klub, handelsstandsforening mv.
Tv- og pressechef	Indsigt i pressens arbejdsvilkår, journalistisk tæft og serviceminded. Overvej at ansætte en til at varetage området, fx en freelancejournalist eller en, som har været presseansvarlig ved andre sportevents. Kontakt evt. Sport Event Danmark, som har kontakt til forskellige freelancere og Danske Sportsjournalister.
Fotochef	Ved arrangementer med stort presseopbud, kan det være nyttigt at udpege en person alene til at tage sig af fotografene for at sikre dem optimale arbejdsforhold og gode fotomuligheder.
Speaker + discjockey	Altafgørende for at skabe en god stemning i arenaen. Kræver gode formidlingsevner og engelskkundskaber, hvis der også skal speakes til internationalt publikum. Overvej, om I kan køre speak overvejende på engelsk og kun tale dansk, når det vedrører information om det danske landshold mv.
Sportslig ansvarlig og resultatformidling	Afhænger af idrætsgrenen.
Frivilligansvarlig	Skitsering af frivilligopgaver, planlægning af rekruttering, frivilligprogram, -information, forplejning mv. Kræver en del tid – også inden eventen!
Ceremonimester	Planlægning af åbnings-, afslutningsceremoni, sideevents mv. Kræver god struktur, generalprøver og øje for detaljen.

Øvrige hjælpere

Administrative hjælpere	Til at stå i informationsskranke, akkreditering mv. Kræver gode sprogkundskaber, overblik, og at man er service mindedet.
Chauffører	Kørekort, lokal stedsans, engelskkundskaber. Se desuden særlige forhold i kapitlet "Transport".
It-folk	Til assistance af resultatsservice, i pressecenteret mv. Kræver it-kendskab og en serviceminded indstilling.
P- og dørvagter /kontrollører	Ved indgangen, VIP- og presselokalet, spillergang mv., hvor der er særlige adgangskrav. Kræver myndighed.
Salgsassistenter	Til boder/stande/tilskueraktiviteter mv. Kræver serviceminded indstilling og åbenhed.

Officials	Dommere, bold drenge, statistikfolk, tidtagere mv. Kræver kendskab til sporten/en sportslig uddannelse.
Praktiske hjælpere	Til opbygning af scene, podium, stillads, gulvlægning mv. Kræver god fysik og gå-på-mod.
Læge	Særlig uddannelse.
Fysioterapeut	Særlig uddannelse.
Massører	Særlig uddannelse.
Flagbærere, medalje-piger mv.	Præsentable.
Guider/tolke	Fremmedsprog passende til deltagernationer.
Hjælper til pressecenteret	Journalistiske medarbejdere: Informationsservice, pressemeddelelser, afholdelse af pressemøder, resultatformidling, koordinerende opgaver med henblik på interview-aftaler med spillere, trænere, organisationsfolk mv. Kræver overblik, serviceminded indstilling, kendskab til pressens arbejdsvilkår og journalistiske færdigheder. Kontakt evt. Danmarks Journalisthøjskole, Journalistuddannelsen på Roskilde Universitet eller Syddansk Universitet. Sørg også for nogle praktiske hjælpere, som sørger for at holde pressecenteret rent/ryddeligt, sørger for te/kaffe, kan henvise folk til pressepladser i hallen mv.
Rengøringsfolk	God fysik og gå-på-mod (evt. arena-aftale)
Pedel	Elektriker, tekniker mv. (evt. arena-aftale)
Back ups	Ekstra personer, som kan tilkaldes, hvis nogen bliver syge på dagen.
Trafikassistenter / vejvisere	Vær obs på, at det kræver en særlig uddannelse at dirigere trafikken, fx ved cykel-løb mv.

Jobbeskrivelsen

Ovennævnte hjælperfunktioner ses ofte i forbindelse med internationale sportevents. I skal selvfølgelig beskrive alle de jobkategorier, som I skal bruge ved netop jeres event samt selve opgavens indhold, så I sikrer et godt personmatch med de forskellige opgaver.

Overordnet skal jobbeskrivelsen besvare to centrale spørgsmål:

- Hvad forventes af den frivillige?
- Hvad kan den frivillige forvente af jer?

Altså klar forventningsafstemning: Hvad skal den frivillige byde ind med, og hvad får han/hun igen, herunder konkret information om:

- Arbejdsfunktionen/jobindhold
- Opgavens omfang/arbejdstider/hvor mange vagter skal jeg tage? (Frivillige vil som regel gerne have lidt fritid under arrangementet, så de kan komme ud at se andet end lige deres "afdeling")
- Påkrævede erfaringer og kvalifikationer
- Det ansvar, den frivillige får i forhold til opgaven
- Arbejdsfordelingen mellem den frivillige, ledelsen og eventuelle ansatte
- En plan for introduktion og evt. oplæring samt uddannelse
- Hvad får jeg som frivillig? Fx beklædning, mad under mine vagter, fribilletter til eventen til fridage mv.

Det er en god idé at oprette en frivilligdatabase med navn, adresse, telefonnummer, e-mails og tøjstørrelser på de frivillige til evt. senere brug. Husk at indhente tilladelse hertil ift. GPDR-regler.

Der findes firmaer, som tilbyder gode frivillinghåndteringssystemer, som kan benyttes til rekruttering, vagtplanlægning, kommunikation med frivillige, akkreditering m.m., og som kan sikre god og effektiv håndtering af de frivillige på et højt niveau.

Skriv gerne stillingsannoncen så den:

- Fokuserer på læserens behov
- Besvarer læserens spørgsmål
- Har det vigtigste først – og underoverskrifter
- Skaber billeder hos læseren
- Viser, hvad I brænder for!

Rekrutteringskanaler

Eventen får størst værdi, når den forankres lokalt og hos medlemmerne. Overvej dog om forbund/klub har medlemmer med alle de ønskede kvalifikationer, eller om der skal søges bredere. Det følgende er eksempler på "eksterne" rekrutteringskanaler:

Netværk og headhunting

Overvej, om du kender en, der kan være den rette, men som du blot mangler at spørge. Eller kender du en, der kender den rette? Sæt jer flere sammen, lav en brainstorm og skriv ideer ned. Så er det realistisk, at I kender dem, der kender jeres fremtidige frivillige. Spørg fx forældre og familie til klubbens/forbundets medlemmer, naboen, forretningsforbindelser eller andre. Men vær sikker på, at de reelt er interesserede i opgaven og vil løse den tilfredsstillende. Hvis de kun er motiveret af at gøre et familiemedlem eller en ven en tjeneste, kan det påvirke indsatsen.

Personlig hvervning

Face-to-face-hvervning er yderst effektiv, fordi I har mulighed for at tilpasse hverveindsatsen til hver enkelt person, I kommer i kontakt med. For den potentielle frivillige er det en hjælp og service, at de kan få besvaret spørgsmål her og nu og få sat ansigt på organisationen bag eventen.

Kontakt fx en rektor eller en lærer, du kender på gymnasier, handelsskoler eller folkeskolens 10. klasse, der kan fortælle eleverne om jeres event. Måske vil de nævne det på en morgensamling. Kontakt også ældreidrætsklubber, andre idrætsforeninger i lokalområdet eller stil jer på biblioteket, i indkøbscenteret, på gågaden eller hvor I tænker, at det er muligt at møde potentielle frivillige mv.

Digital annoncering

På klubbens/forbundets/kommunens hjemmeside, sociale medier mv.

Annoncering og opslag

Avisannoncer skal være opsigtsvækkende og konkrete. Hvis I annoncerer fx i en lokal ugeavis, er der gode muligheder for, at de vil skrive en lille artikel om eventen. Måske kan I helt undgå annoncen, hvis den redaktionelle dækning er god nok. Et portræt af en frivillig og et link til hjemmesiden kan være mere værd end en annonce.

Lav også opslag i klubberne, det lokale supermarked, på skoler mv.

Rekruttering af grupper ("klubaftaler")

Overvej, om det kan være en fordel for jer at rekruttere frivillige i grupper, fx fra en klub/anden organisation. Med en "klubaftale" kan du evt. opnå fordele som fx:

- Uddelegere planlægningen og bemandingen af en større arbejdsopgave/et arbejdsområde, hvor det er klubben som selv rekrutterer og stiller med xx frivillige til at løse en bestemt opgave.
- Forvente, at de frivillige er mere engagerede og motiverede til at møde op og gøre et godt job, fordi de er forpligtet over for deres egen klub og i større udstrækning kender hinanden.
- Have færre kontaktpersoner for den overordnede frivilligkoordinator, fordi kontaktpersonen fra klubben varetager kontakten med hans/hendes frivillige.

Frivilligcentre

Kontakt evt. værtskommunens Frivilligcenter, som administrerer kontakten til en række sociale foreninger. Måske de har en organisation, som kan løse en konkret opgave ved eventen. Fx har unge fra et værested stået for en række praktiske opgaver i fanzonen ved Håndbold-VM, hvor værestedets pædagoger var bindeled til de unge og stod for organiseringen. Hvis det kan organiseres, kan det være med til at vise et stort socialt ansvar til gavn og glæde både for eventen og de frivillige.

Frivillig-netværk

Måske findes der et lokalt netværk blandt frivillige, der har deltaget ved andre events. *Se neden for under afsnittet "Samarbejdspartnere".*

Særligt for personlig hvervning

Hav altid informationsmateriale med, når I hverver personligt. Materialet skal minimum indeholde en beskrivelse af eventen, hvem I er, jeres kontaktdata samt en oversigt over de frivillige jobs og beskrivelse af opgaverne.

En fordel ved personlig hvervning er, at den potentielle frivillige får sat ansigt på jeres organisation. Det spiller derfor en stor rolle, hvem der hverver. Den potentielle frivillige skal kunne identificere sig med ham/hende. Hververen tiltrækker først og fremmest folk, der ligner ham/hende selv, så hvis I fx vil hverve mænd til jeres aktivitet, kan det forbedre jeres chancer at sende en mand ud at hverve. Sørg for at hververen fremstår troværdig og er klædt godt på til opgaven.

Overvej også, om I på en spændende måde kan gøre opmærksom på hvervningen, fx med et flot skilt eller andet opsigtsvækkende materiale.

Sprog og interkulturel forståelse

Overvej, om I har overskud til at rekruttere ikke dansktalende frivillige. Udlændinge kan være gode på udvalgte poster – men det kræver ekstra af jer i forhold til, at der skal produceres frivilliginformation på flere sprog, så overvej fordele/ulemper.

Omvendt kan det være et stort plus, hvis I har frivillige, som har stor forståelse for de internationale gæster, som kommer. Det kan både være i forhold til at kunne tale deres sprog, men også kende til deres religion, kultur mv., så man lettere kan sætte sig ind i gæsternes behov og ønsker.

Motivation af frivillige

- Hvordan motiveres de frivillige?
- Skal frivilligindsatsen evalueres?

Motivationen er skiftende og meget forskellig fra person til person. For nogen motiverer det sociale, andre søger faglige udfordringer eller vil

gerne være med til at bestemme. For mange giver det at være frivillig en ny identitet og et stærkt livsindhold eller noget helt andet.

En stor del af motivationen ligger ofte for den enkelte i, at han/hun får en god oplevelse i forbindelse med deres frivilligopgave. Kan du måske give dem en særlig "ekstraoplevelse" i forbindelse med deres indsats? Måske I kan tilbyde et foredrag med en kendt oplægsholder, et møde som holdes på en spektakulær lokation eller andet, som I igennem jeres netværk har mulighed for?

Giv så vidt muligt de frivillige ens behandling, så der ikke opstår misundelse.

Lav en plan over de forskellige personaleansættelser og sørg for, at der er sat penge af i budgettet, fx til:

Kick off-møde

Hold gerne et kick off-møde i god tid inden eventen, hvor fx formand eller eventmanager byder velkommen, fortæller om eventen mv. Planlæg også informationsmøder, hvor de områdeansvarlige mødes med deres hjælpere og gennemgår opgaverne.

Frivilliginformation

Informér om arbejdsopgaver, mødetider, hvem man skal kontakte, hvis der er tvivlsspørgsmål, eller han/hun bliver syg på dagen mv. Giv også de frivillige en idé om det overordnede mål med projektet, så de føler sig som en del af helheden.

Forplejning

God forplejning til de frivillige er alfa og omega. Er der noget, som virkelig kan ødelægge motivationen, er det, hvis forplejningen er for ringe, eller der er for lidt! Sørg for god mad til jeres frivillige. Afpas mængden/måltiderne i forhold til, hvor lange vagter folk har og sørg for vand, te og kaffe, lidt frugt mv i løbet af hele vagten. Ingen kan forventes at klare sig en hel dag på pølser med brød!

Tjek om der er nogen, der ikke spiser (svine)kød. Informer om forplejningen på forhånd – og gør det klart på forhånd, om det fx (ikke) er ok at ryge/drikke alkohol på en vagt.

Beklædning

For mange frivillige er det af stor betydning at få en t-shirt/jakke eller lign. som belønning. Ved eventen er det et godt, hvis de frivillige let kan genkendes. Efter eventen føler mange frivillige en stor værdi ved at have en t-shirt eller lign., som symboliserer deres indsats.

Sørg så vidt muligt for ikke at gøre forskel på de frivillige. Dog kan det være nødvendigt med forskellige "tøjpakker" til forskellige typer frivillige afhængigt af, om de skal arbejde inde/ude, være VIP-værtinder eller stå i madboden mv.

Overnatning

Hvis I har frivillige, som kommer lang vejs fra, kan det være nødvendigt at arrangere overnatning. Men det er dyrt, hvis I skal til at budgettere med hotelværelser eller lign., så det anbefales i størst muligt omfang at benytte lokale frivillige.

Frivilliglounge/opholdsrum

Især ved events, som løber over længere tid, er det vigtigt med et område, som dedikeres til de frivillige. Et sted, hvor man kan slappe lidt af i pauser, gerne med en sodavand, sandwich eller lignende. Skab gode rammer for socialt samvær med nogle sækkestole i grupper, rød/hvidternede duge på bordene, afslappende musik el.lign.

Andre frivilliggoder

Overvej, om I kan tilbyde andre frivilliggoder, fx:

- Massage under arrangementet (aftale med massørske?)
- Gratis billetter, som de frivillige kan give videre til venner/bekendte
- Mulighed for at møde nogle af de danske atleter. Lav fx en aftale om, at nogle af dem kommer til frivilligsamling i forbindelse med kåring af den mest hjælpsomme frivillige eller lign.

- Afslutningsfest eller deltagelse i en afsluttende banket
- Påskønnelse i form af en lille gave
- Rabat/indkøbsaftaler
- Julekort, takkebrev eller fødselsdagskort mv.
- Særligt for udendørs-events: Vær forberedt på regnvejr. Sørg for regnjakker/-slag til dem, der arbejder udendørs.

Sig tak

Vær opmærksom på, at ganske små tiltag kan påvirke engagementet. Sørg for, at arrangøren/den områdeansvarlige er tilstedeværende og opmærksom. Gå et par runder i løbet af dagen og giv et klap på skulderen. Giv de frivillige oplevelsen af, at deres indsats værdsættes og gør en forskel. Alles indsats er en del af, hvordan udøverne performer, og hvordan tilskuerne oplever eventen. Tak dem også officielt i programmet, taler mv.

Evaluering

Overvej, om I skal udarbejde et evalueringsskema til de frivillige for at inddrage deres erfaringer fra arrangementet i fremtidige projekter.

Se eksempler på tidligere frivillighedsanalyser på sporteventdenmark.com.

SAMARBEJDSPARTNERE

- Har kommunen et frivillige netværk?

Nogle kommuner har lokale frivillignetværk med personer, der har været frivillige ved tidligere events. Spørg jeres værtsbykontakt, om der evt. findes nogle frivillige netværk i jeres eventområde.

DATAHÅNDTERING

- Hvordan håndterer I persondata?
- Hvilke systemer vil I anvende?

Sørg for, at I får tilladelse til at opbevare de personoplysninger og evt. fotos, som I indsamler om jeres frivillige. Overvej også, hvordan I håndterer kontakten til de frivillige, vagtplanlægning mv.

Afhængigt af, hvor mange frivillige I har, og hvem der sidder med kontakten, kan det styres i alt fra et simpelt Excel-ark og SMS'er til særlige IT-systemer, som er udviklet særligt til frivillighåndtering og har indbygget kommunikationsforum mv.

Mobilise

Sport Event Denmark har kendskab til at flere eventarrangører som med stor tilfredshed har benyttet firmaet mobilise til løsning af denne opgave. Se evt. www.mobilise.no

FRIVILLIGEFORSIKRING

- Har I en forsikring, som dækker jeres frivillige?

Se kapitlet om Forsikring, skat og moms for info.

ØKONOMI

Husk, at der skal sættes penge af i jeres budget til frivillige. Måske har I mulighed for at få sponsoreret frivilligbeklædning, men læg ud med at sætte det ind som en budgetpost i tilfælde af, at det ikke lykkes at få en sponsoraftale. Eksempler på udgifter til frivillige er:

- Forplejning
- Beklædning
- Overnatning
- Frivilligfest

- Uddannelsesdage
- Sociale aktiviteter
- Evt. licens til vagtplanssystem
- Evt. løn til frivilligkoordinator (ved events med mange frivillige)
- Øvrigt aktiviteter

SPORT EVENT DENMARK

Idrættens Hus

Brøndby Stadion 20

2605 Brøndby

Info@sporteventdenmark.dk

