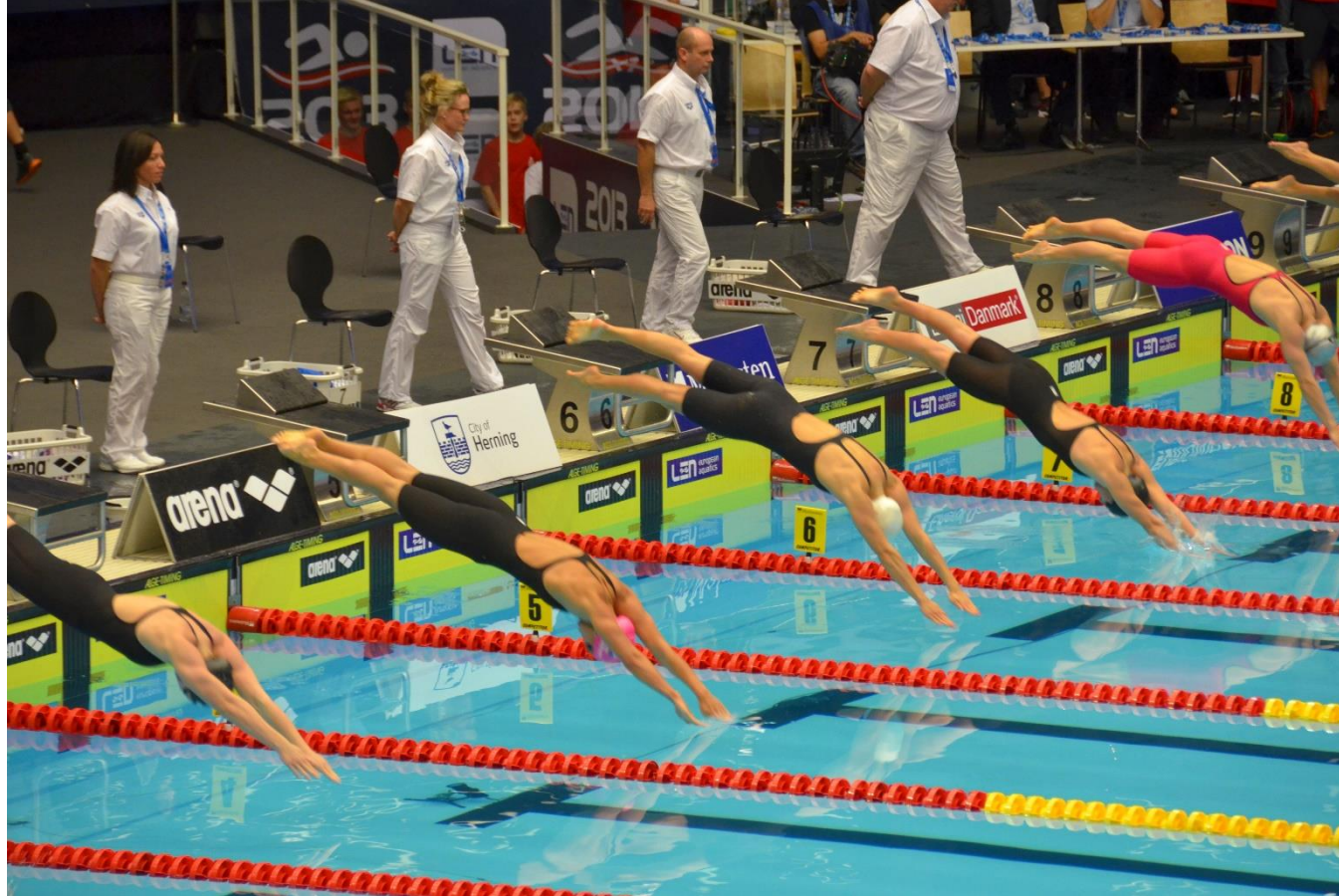




Events som motor

Analyse- og  
forskningsleder, Ph.d.  
Rasmus K. Storm

VEJEN, forår 2018



# Events som motor

Hvordan kan sportsevents bruges som løftestang til at få flere til at dyrke idræt?



# AGENDA



Foto: Jens Dreisling

- Inspirationseffekt
- Elitesport, events og bredde
- Eventen som løftestang
- Strategisk tilgang
- Opsamling

# INSPIRATIONSEFFEKT

Generelt ingen automatiske effekter og insoirationseffekt er typiske et tve-ægget sværd.

*"(...) on the one hand, elite sports people can be **inspirational**, but on the other, they **may deter participation** because of the perceived competence gap" (Ramchandani & Coleman, 2012, p. 259 on Hindson et al., 1994)*



Foto: Karl Norling



## MEDALJER OG BREDEDELTAGELSE



Foto: Karl Norling

*”Selvom der er nogle eksempler, der umiddelbart tyder på, at eliteidrætspræstationer giver udslag i forøget medlemstal (eller mindre fald i medlemstallet end i de øvrige år), er der klart flere tilfælde, der tyder på det modsatte, eller at **reklameeffekten slet ikke kan aflæses**” (Nielsen, 2002, p. 220).*

*Storm og Nielsen (2017) samt Storm, Nielsen og Asserhøj (2017) **finder heller ingen effekter** af internationale præstationer ift. medlemstal i håndbold, badminton og svømning.*



# MEN DER KAN VÆRE EN EFFEKT!

*"If Germany hosts a major sport event, the **junior** memberships in that specific sport increase by 3.3% on average and **senior** membership by 2.3% in the same year"* (Weimar et al. 2014, p. 12)

*"Those who say they have been influenced by success may have been physically active in **other sports**. This does seem to have been the case in the curling example and, if true on a wider scale, means that success simply encourages **interchange between sports** rather than increased participation in sport overall"* (Weed et al. 2015, p. 210)



Foto: Colourbox

# AKTIVT OG PASSIVT FORBRUG AF SPORT



Foto: Colourbox

*“Regrettably, it seems that the most substantial sport participation-related impact of the Sydney 2000 Olympic Games was an increase in **passive involvement** such as live television spectating” (Toohey, 2008, s. 1960)*

*“... the most likely impact of the demonstration effect is thought to be increasing the frequency of participation in those **already involved** (DoH, 2010)... there is also the possibility... that viewing elite athletes may inspire some people but actually **deter other** due to the perceived competence gap.” (Carter & Lorenc, 2013, p. 794)*



# HVORDAN SKABER MAN BREDDE?

## *Ved at satse på elite?*

Der er *ingen automatik!*  
mellem de to størrelser

*“En national eller international  
bredde- eller eliteidrætsevent kan  
skabe ‘et lysglimt af synlighed’”  
(Storm et al., 2017, p. 28)*

Altså er trickle-down et potentiale,  
der formentlig primært kan  
realiseres med en strategisk indsats.



Foto: Kristian Rønn Lauritsen



## HVORDAN SKABER MAN BREDDE?



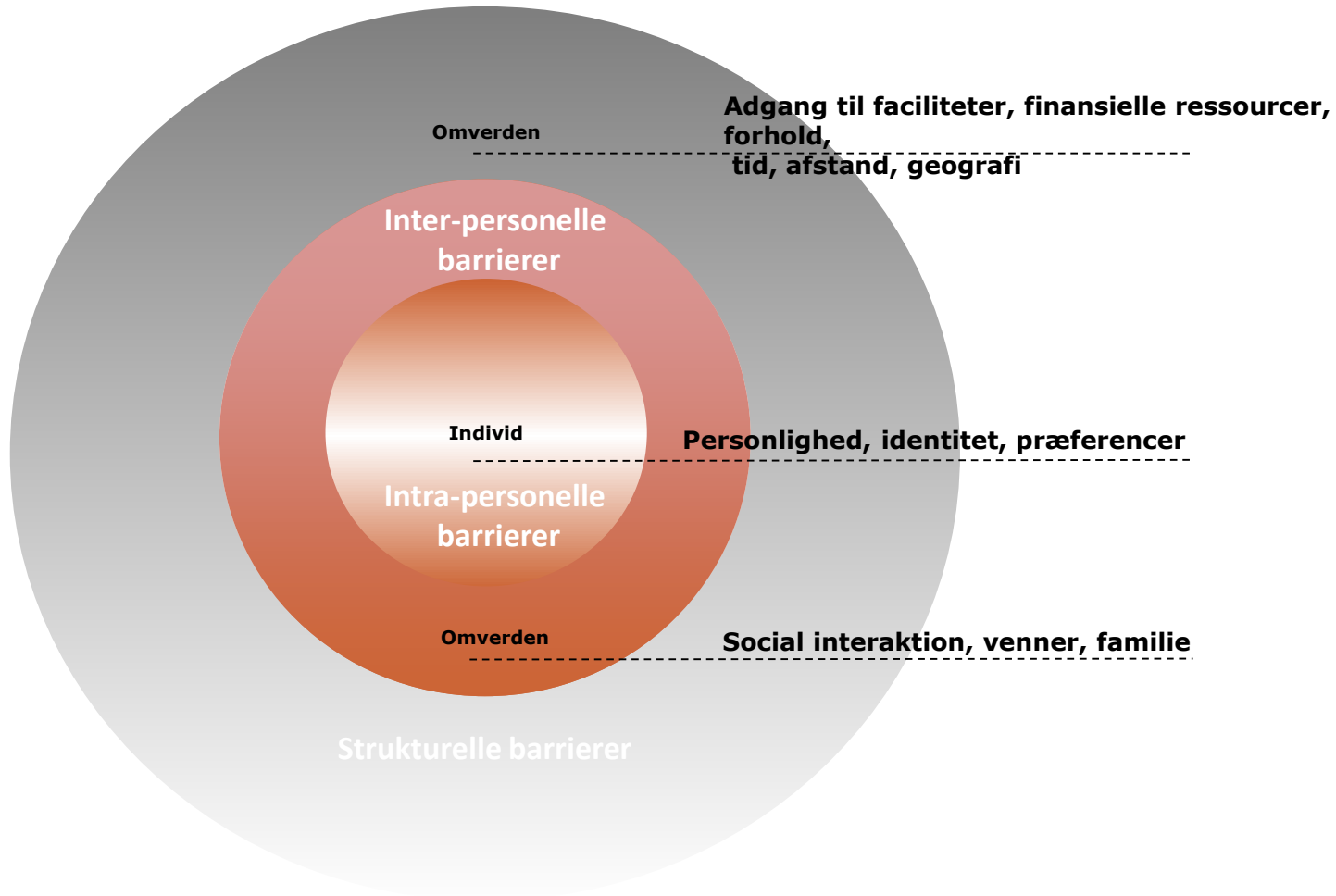
Foto: FOKUS

- Breddedeltagelse er en funktion af mange faktorer (socioøkonomisk baggrund, alder, køn, afstand, rammerne, tidspunktet osv.)
- Inspirationseffekten er blot én (potentiel) faktor (der afhænger af forbrugspræference) blandt mange
- Hvis man stirrer sig blind på den, så misser man alle de andre.

**Aktivitetsniveau = Inspirationseffekt + faciliteter + forældre + venner + ledere + foreningstilbuddets kvalitet + kønsforskelle + forskelle mellem i forvejen aktive og inaktive + afstand til aktiviteten + pris + x + y + (.....)**



# BARRIERER FOR AT SKABE ØGET IDRÆTSDELTAGELSE



# SPORTSEVENT SOM LØFTESTANG



Foto: FOKUS

Svag dokumentation for at OL kan bruges som løftestang, men:

- Lokalsamfundet som en aktiv del af værtskabet
- Deltagelse før, under og efter eventen
- Promovere de store events bredt
  - Nedtone det sportslige
  - Fremhæve festivalelement

*Weed et al. (2012, 2015)*

Investere ressourcer i at aktivere den potentielle reklameeffekt

- Opbygge klubbernes kapacitet
- Fastholdelse af medlemmer
- Promovering af klubberne under eventen



# OPSAMLING

- Forankring og bred promovring
- Side- og breddeevents
- Før, under og efter eventen
- Fokus på 'festivalelementet'
- Overgang til foreningsdeltagelse (netværk)
- Informationer og kulturforandringsproces
- Kompetencer og kapacitet





**Tak for opmærksomheden!**