

Pigeraketten



Evalueringsrapport 2016



EN DEL AF
NOGET STØRRE

INDHOLDSFORTEGNELSE

RESUMÉ AF HOVEDPINTER	3
RESUMÉ AF ANBEFALINGER	4
INTRODUKTION	5
PIGERAKET FAKTA 2016	5
VIDENSINDSAMLING - KONTAKTEN TIL AFVIKLINGSKLUBBERNE	5
RÅDGIVNINGSSAMTALER 2016.....	5
EVALUERINGSSPØRGESKEMA 2016	6
INSTRUKTØR EVALUERING 2016	7
EVALUERING AF ÅRETS NYE TILTAG	9
KONTAKT TIL KLUBRÅDGIVERNE	9
PIGERAKET KORT.....	9
KOMMUNIKATION	11
KONKLUSIONER OG UDVIKLINGSMULIGHEDER	12
TRIN 1 – FØR PIGERAKETTEN.....	12
TRIN 2 – UNDER PIGERAKETTEN	13
TRIN 3 – EFTER PIGERAKETTEN	14
ADMINISTRATIONEN AF PR	15

RESUMÉ AF HOVEDPUNKTER

Der er fald i værtsklubber i afviklinger af Pigeraketten rundt i Danmark. Fra 148 afviklinger i 2015 til 138 afviklinger i 2016.

Pigerakettens rekrutteringspotentiale er steget. Der er en stigning i antal af nye piger, der ikke spiller organiseret fodbold i forvejen. Fra 51,5% i 2014, 54% i 2015 og til 3.918 nye piger ~ 58% i 2016.

Gennemsnittet for antal piger pr. afvikling er steget fra 47 piger i 2015 til 49 piger i 2016 ligesom gennemsnittet af antallet af nye piger er steget fra 25 nye piger i 2015 til 28 nye piger i 2016.

Klubbernes optælling af Pigeraket kortene indikerer (ukritisk) at gennemsnitligt har;

- 12 nye piger deltaget i den efterfølgende træning (baseret på optælling af udleverede "velkommen til træning")
 - 9 af de nye piger, der har deltaget i den efterfølgende træning er rekrutteret direkte (har været med på Pigeraketten)
 - 3 af de nye piger, der deltager i den efterfølgende træning indirekte rekrutteret via venindeinvitationskortet.
 - klubberne i gennemsnit får 5,7 nyt medlem på baggrund af en Pigeraket afvikling
-

Hovedparten af afviklingsklubberne (83,5%) har afholdt Pigeraketten tidligere. 16,5% af afviklingsklubberne er nye mod 3,7% i 2014.

Knap halvdelen af kontaktpersonerne (49,5%) er nye og har ikke afviklet Pigeraketten tidligere.

Materialet der skal understøtte klubberne i at opnå synlighed om afviklingen (trin 1) anvendes i forskellig udstrækning. Plakater og postkort anvendes i størst udstrækning med henholdsvis 94,5% og 80,2% mens pressemeddelelsen og klubnyheden anvendes i mindre udstrækning med henholdsvis 45,1% og 48,4%.

Det skriftlige støttemateriale (Guider), der skal støtte under afviklingen (trin 2) bliver anvendt af mellem 80 og 91% af klubberne.

Materialet der skal understøtte klubbens rekrutteringsproces (trin 3) såsom Pigeraket nøglekortene og materialet inspiration til første træning anvendes i henholdsvis 60,4% og 40,7% af klubberne.

RESUMÉ AF ANBEFALINGER

Pigerakettens faser opdeles i tre trin. Hvor trin 1 er processen forud for afviklingen, hvor der skal synlighed på afviklingen for at øge antallet af piger, der besøger Pigeraketten. Trin 2 er selve afviklingen mens trin 3 er processen med at rekruttere piger fra deltager på Pigeraketten til medlemmer i klubben. Dette trin er det mest omfattende og også et svagt led, da kontaktpersonerne ikke naturligt tager ansvaret for processen (jf. rapport fra 2014). Indsatsområdet har derfor primært været rettet mod trin 3.

Pressemeddelelsen benyttes kun i under halvdel af klubberne. Synligheden af Pigeraket afviklingen overfor "ikke fodboldpiger" styrkes ved at DBU kommunikation fremadrettet udsender pressemeddelelsen til de lokale medier. (Trin 1)

De forskellige guider til kontaktperson og hjælpere er et godt og vigtigt støttemateriale som anvendes af langt de fleste. Det anbefales at instruktør/kontaktperson kontakten udvides med endnu en telefonsamtale. (Trin 1)

Det anbefales, at der er fokus på anerkendelse af de frivillige hjælpere, der ofte er unge spillere, der via Pigeraketten stifter deres første bekendtskab med frivilligt arbejde. (Trin 2)

Den nuværende struktur med del 1 (planeter) og del 2 (træning i klubben) evalueres til at "taber pusten". Det anbefales at de to elementer af øvelser (sjov/alvorligt) integreres bedre. (Trin 2)

Folderen "Mor og far.....vidste i?" er blevet godt modtaget. Formidlingen af budskaber direkte til forældrene udvides med et forældreunivers, hvor både informationer fra klub og DBU kan formidles. (Trin 3). I den forbindelse anbefales det at afdække, hvor mange af afviklingerne, der foregår i samarbejde med skoler/SFO.

De nye pigeraket kort bibeholdes i en eller anden form i 2017, da de er med til at sætte fokus på procesgangen om at Pigeraketten ikke "kun" er en afvikling/event, men en rekrutteringsplatform. (Trin 3). Kortene har en svaghed i forhold til at dokumentere rekrutteringseffekten af Pigeraketten.

Inspirationsmaterialet til de efterfølgende træninger i klubben udvides med flere øvelser og mere teoretisk viden og udleveres til kontaktperson og de trænere der er tilstede på afviklingen.

Værdien af at forbinde kontaktperson med klubrådgiver giver kun mening, hvis kontaktpersonen har et tungere hverv i klubben f.eks. ungdomsformand/formand.

INTRODUKTION

Pigeraketten 2016 har i lighed med tidligere år haft til formål at understøtte DBU's målsætning om, at flere piger skal starte til fodbold og gerne i en tidligere alder.

Det primære formål med de igangsatte tiltag på Pigeraketten 2016, har været øget fokus på rekruttering samt måling af Pigerakettens rekrutteringseffekt både via direkte og indirekte rekruttering. Målet har været en større iscenesættelse af Pigeraketten som rekrutteringsplatform. Fokuspunkterne for denne evaluering er derfor, hvorvidt det er lykket at sætte fokus på rekruttering. Samt om DBU's tiltag for at understøtte klubberne i deres rekrutteringsproces har været effektiv i forhold til klubbernes og DBU's udbytte i forhold til medlemsvækst.

PIGERAKET FAKTA 2016

Pigeraket sæsonen 2016

- | | | |
|------------------------------------|-----------------|-------------------------|
| ○ Antal deltagere: | 6. 730 | (2015:7.014) |
| ○ Antal nye piger: | 3.918 ~58% | (2015: 3.764 ~ 54%) |
| ○ Gennemsnit per afvikling: | 49 piger | (2015: 47 piger) |
| ○ Gennemsnit af nye per afvikling: | 28 nye piger | (2015: 25 nye piger) |
| ○ Antal afviklinger: | 138 afviklinger | (2015: 148 afviklinger) |

Der har været en nedgang i antallet af afviklinger, men gennemsnittet af piger pr. afvikling har været højere, hvilket betyder, at faldet i antal piger, der har besøgt Pigeraketten i 2016 er forholdsvis begrænset. Til gengæld har antallet af piger, der ikke allerede har medlemskab af en fodboldklub været højere end i 2015.

VIDENSINDSAMLING - KONTAKTEN TIL AFVIKLINGSKLUBBERNE

Evalueringen af Pigeraketten 2016 er udarbejdet på baggrund af både kvalitativ og kvantitativ data.

Rådgivning

Quest-back klub
evaluering

Instruktør
evaluering

RÅDGIVNINGSSAMTALER 2016

Rådgivningssamtaler: Målsætningen var at 25% af afviklingsklubberne forud for afviklingen skulle modtage en telefonisk rådgivnings samtale, hvor klubbens forventninger og umiddelbare fokus for afviklingen skulle afdækkes.

Med 138 afviklinger i 2016 var målsætningen at 36 klubber, cirka 4 uger forud for afviklingen skulle modtage telefonrådgivning, hvor de via interviewguiden (spørgeramme 2016) skulle spørges ind til klubbens planer for indsatser i forbindelse med rekruttering før, under og efter Pigeraket afviklingen. Rådgivningen havde det primære formål, at skærpe klubbernes opmærksomhed på vigtigheden af deres indsats for at udnytte Pigeraketens rekrutteringspotentiale. Samt bidrage med inspiration til handlemuligheder.

Denne målsætning er ikke indfriet - 10 klubber har modtaget opringningen. Den manglende indsats på dette område skyldes primært mangel på ressourcer og at muligheden for at købe ekstra ressourcer ind ikke blev benyttet. Sekundært havde afslag på tilbuddet om telefonrådgivning også indflydelse på antallet.

Bliver klubberne (som i evalueringen) stillet overfor valget – Er rådgivning udover det skriftlige materiale relevant for dig som kontaktperson svarer 81,6% nej. Halvdelen af de 14 kontaktpersoner, der svare ja, er nye kontaktpersoner, der skal afvikle Pigeraketten for første gang.

Af de 10 klubber, der har modtaget rådgivningssamtalen har 8 ud af 10 besvaret evalueringsskemaet. Halvdelen af disse 10 klubber har optalt pigeraket kortene og de 5 klubber har i gennemsnit rekrutteret 4,6 pige som følge af Pigeraketten og indenfor den 6 ugers perioden, der har været mellem afviklingen og besvarelsen af evalueringsspørgeskemaet.

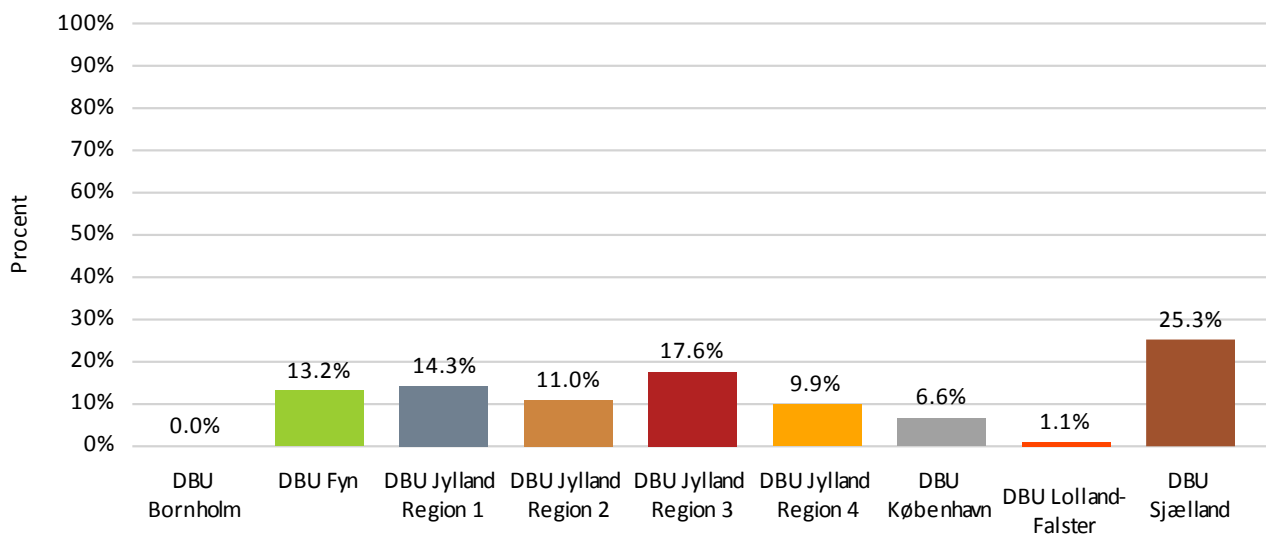
Det anbefales at rådgivningssamtalerne genovervejes. Der afsættes meget administrativt tid til dette formål ca. 2 timer pr. rådgivningssamtale inklusiv den tid der afsættes til at aftale, hvornår rådgivningen skal finde sted. Kontaktpersonerne har i høj grad fokus på afviklingen og i mindre omfang fokus på hvad der sker efterfølgende – evalueringsrapporterne fra 2014, 2015 og i år viser, at det er mere reglen end undtagelsen at klubbernes kontaktperson ikke har forholdt sig til et succeskriterie for udbyttet af Pigeraketten i form af nye medlemmer. Skal rådgivningssamtalerne bibeholdes i 25% af afviklingsklubberne, skal rådgiveren klædes bedre på i forhold til rekruttering og de gode historie, så værdien af samtalen øges for klubben.

EVALUERINGSSPØRGESKEMA 2016

Besvarelsesprocent: Det elektronisk evalueringsskema med titlen "Hvordan oplevede I Pigeraketten 2016?", er sendt ud til alle kontaktpersoner, der har afviklet Pigeraketten i 2016. Som noget nyt blev der i 2016 sat fokus på klubbernes svar af evalueringsskemaet via en konkurrence om en gratis afvikling i 2017 blandt de udfyldte svar. Begrundelsen for indførelsen af konkurrencen var, at en høj svarprocent i år havde ekstra stor betydning, da evalueringsskemaet 2016 også fungerede som opfølgning på de kort, der var indført for at dokumentere effekten af Pigeraketten som rekrutteringsplatform.

Der var i år en stigning i svarprocenten fra 59% i 2015 til 66% i 2016, hvor 91 af 138 afviklingsklubber har udfyldt evalueringsskemaet.

Den geografiske fordeling af respondenterne var næsten ligeligt fordelt mellem øst (46,2%) og vest (52,8%) afholdelserne hvilket er i overensstemmelse med fordelingen af afviklingerne (øst 45% og vest 55%). Visuel oversigt over respondenternes geografiske fordeling nedenfor:



Hovedparten af klubberne (83,5%) havde afholdt Pigeraketteen tidligere, men for knap halvdelen (49,5%) af kontaktpersonerne var det første gang de afviklede Pigeraketteen. Det faktum sætter fokus på det skriftlige materiale, der skal understøtte kontaktpersonen før, under og efter Pigeraketteen. Anvendelsesprocenten på det skriftlige støttemateriale er højt – 91,2% svarer, at de har benyttet ”Praktisk guide til kontaktpersonen”, 89% har anvendt Quickguiden og 80,2% ”Din guide som hjælper”. Materialet må derfor anses som en rigtig god kommunikationsplatform til nye og erfarende kontaktpersoner i målsætningen om, at understøtte klubben.

INSTRUKTØR EVALUERING 2016

Det er de fire Pigeraket instruktører, der gennem hele sæsonen har fået de nærmeste og fleste direkte erfaringer, i forbindelse med de afvikling, som de har været ansvarlig for at gennemføre i samarbejde med klubberne. Den direkte involveret i afviklingerne samt observeringer af klubbernes og deltagernes reaktioner på afviklingen danner hvert år baggrund for en instruktørevaluering.

Instruktørerne påpeger, at Pigeraketteen er et kendt navn, der ofte vinder genklang og forbindes med glæde og sjov. Et stærkt brand, der gennem 20 år er bygget op omkring sjove planeter tilført det vigtige fodboldfaglige twist, der gøre Pigeraketteen til mere end en event, men en rekrutteringsplatform. Instruktørerne oplever, at det er rigtigt svært at skabe en god sammenhæng mellem del 1 (planeterne) og del 2 (klubtræningen) og at aktiviteten i mange tilfælde taber pusten. I nogle tilfælde har instruktørerne oplevet at overgangen benyttes til, at trække pigerne ud af aktiviteten.

Det er instruktørernes oplevelse, at konceptet holder i forhold til aldersgruppen, selvom de oplever at 11 år i nogle tilfælde er lige på grænsen, da der i 2016 har været enkelte tilfælde, hvor de ældste i grupper har talt aktiviteten ned overfor de yngre deltagere ved at punkterer ”historien”. Den ”story telling” som Pigeraket bygger på trænger til et gennemsyn, så den skal opdateres på sammenhængen med det praktiske niveau.....og så mangler den en afslutning, hvor pigerne flyves hjem igen. I forbindelse med opdateringen af ”historien” anbefaler instruktørerne, at formålet med Pigeraketteen – ”at pigerne begynde at spille fodbold” indarbejdes tydeligt. En anbefaling, der under evalueringen også blev kædet sammen med kontaktpersonen,

hvor instruktørerne foreslår, at vi ligeledes tydeligere formidler budskabet om, at rekruttering er Pigerakettens primære formål.

Instruktørerne oplever, at kontaktpersonerne har et større behov for støtte forud for afviklingerne end processerne på nuværende tidspunkt, hvor de oplever deres kontaktopkald 5-7 dage forud for afviklingen, som hverken fugl eller fisk – opkaldet er for kort tid forud for afviklingen, til at det kan støtte klubberne i forhold til at sætte fokus på Pigeraket afviklingen overfor målgruppen og rekruttere til afviklingen (trin 1) og for lang tid forud for afviklingen til, at de kan støtte kontaktpersonen i forhold til de sidste små detalje i forbindelse med afviklingen (trin 2). Instruktørerne foreslår, at den telefoniske henvendelse fra dem opdeles i to – første opkald 14 dage forud for afviklingen, hvor klubben understøttes i forhold til, hvordan deltagerantallet på afviklingen kan øges. Andet opkald 3 dage inden afviklingen, hvor de sidste detalje kan klarlægges. Instruktørerne ønsker, at der overfor klubberne er en større forventningsafklaring omkring PR-instruktørernes opkald og hvor i forløbet de er placeret. Instruktørernes forslag skal vurderes i sammenhæng med rådgivningssamtalerne for fokusklubberne og hvordan samt hvad der giver mest værdi for klubberne.

Forældrene blev på årets instruktørevaluering et fokuspunkt. Negativt i forhold til at informationer om f.eks. de nye kort gives til 5-årige, der ikke kan forklare forældrene formålet. Og positivt i forhold til den nye folder "Mor & far – vidste i at....", hvor vi i rekrutteringsøjemed henvender os direkte til forældrene. Folderen vil fremadrettet blive sendt ud til klubberne med det øvrige materiale og ikke først udleveret på afviklingen som i år. Den største udfordring med forældrene er ifølge instruktørerne, at de "fylder" i afviklingen, hvor instruktørerne ønsker dem væk fra det planeter og øvelser.

Dialogen med klubberne har primært været positiv – den negative dialog, der har været med klubberne har oftest været forbundet med, at erindringsgaverne har været genbrug. Samt at t-shirts til hjælpere er blevet erstattet med overtræksveste. Sidst nævnte fyldte mest for instruktørerne fordi det forbindes med manglende anerkendelse af hjælpere, der som oftest er unge frivillige piger. Instruktørerne anbefaler, at der fremadrettet kommer mere fokus på de unge hjælpere via "servicering" f.eks. via vand under afholdelsen og en eller anden form for anerkendelse af deres indsats.

EVALUERING AF ÅRETS NYE TILTAG

KONTAKT TIL KLUBRÅDGIVERNE

Nyt tiltag i 2016 var en afkrydsningsmulighed ved tilmeldingen, hvor klubberne kunne tilkendegive om de ønskede en opringning fra en klubrådgiver. Målet var at etablere en kontakt, der i bedste tilfælde kunne resultere i et klubudviklingsforløb med fokus på rekruttering af piger. 51 klubber svarede, at de ønskede kontakten til klubrådgiveren, dog viser besvarelsene 86,4%, at Pigeraket kontaktpersonen ikke har kendskab til outputtet. 10 af de klubber, der har besvaret spørgsmålet har kendskab til, at klubben har modtaget en opringning og 2 klubber angiver, at henvendelsen har resulteret i et længerevarende klubudviklingsforløb. Efterfølgende sammenhold af oplysninger om klubudviklingsforløb viser dog, at klubudviklingsforløbets¹ primære formål ikke er at støtte rekrutteringsprocessen omkring Pigeraketten. Der er i begge tilfælde sammenfald mellem kontaktpersonen på Pigeraketten og navnet på den person som har underskrevet aftalen om et klubudviklingsforløb med henholdsvis et hverv som ungdomsformand og formand for klubben. Dette indikerer at prioriterer vi, at kontakten mellem klub og klubrådgiver, skal resultere i et klubudviklingsforløb, så skal vores henvendelse ikke udelukkende været stilet til kontaktpersonen, men i lige så høj grad til klubbens ledelse.

PIGERAKET KORT

I et forsøg på, at afdække og dokumentere Pigerakettens rekrutteringspotentiale blev de nye Pigeraket kort indført på afviklingen 2016. Kortpakken består af fire kort, der udleveres i to forskellige udgaver på afviklingen. Nye piger: VIP invitation til træning (blå) og Venindeinvitation til træning (pink). Allerede medlemmer: Jeg spiller fodbold (grøn) og Venindeinvitation (pink). Efterfølgende i klubben udleveres kortene Velkommen til træning (lilla) når de nye piger møder op til træning og Jeg spiller fodbold (grøn), når de nye piger melder sig ind i klubben.

Formålet med kortene var at sætte fokus på den efterfølgende rekrutteringsproces (trin 3) både i forhold til klubbernes arbejde og ønsket om Pigeraketten rekrutteringspotentiale både det direkte og det indirekte.

Når der spørges ind til klubbens oplevelse af kortene – så placeres de udsagnene, der omhandler rekrutteringsprocessen efter Pigeraketten sig tættest på gennemsnittet og dermed er det ikke de udsagn som klubberne forholder sig hverken positivt eller negativt til. Mest positivt forholder de sig til, at udsagnet "Informationen om kortenes brug var tydelig". På spørgsmålet om Pigeraket kortene er blevet anvendt svarer 60,4% af klubberne ja.

Ved en ukritisk vurdering af de tal, der skal dokumentere Pigerakettens rekrutteringspotentiale, så har Pigeraketten resulteret i, at 12 nye piger efterfølgende har deltaget i en træning – 9 af dem er rekrutteret direkte via Pigeraketten og 3 indirekte via venindeinvitationen. Af de 12 piger er 5,7 piger blevet indmeldt i klubberne. Ses tallene i et kritisk perspektiv, så er der meget stor spredning i, antallet mellem de 91 klubber, der har besvaret evalueringsskemaet. Nogle tal ligger urealistisk højt mens flere af klubberne skriver, at de ikke har opgjort kortene endnu (6 uger efter afviklingen) enten fordi de har gratis prøvetid,

¹ Rekruttering og fastholdelse af teenagere
Opkvalificering af B&U trænere.

sommerferietid eller fordi trænerne ikke har meldt tilbage på antallet. Der var ligeledes klubber der havde fravalgt at benytte kortene.

At være objektiv kritisk i forhold til ovenstående tal er nødvendigt ikke alene fordi kortkonceptet er nyt og mange klubber endnu ikke har taget det til sig. Men primært fordi optællingen af kortene foregår i klubberne, hvorved den subjektive vurdering af antallet af kort bliver en fejlkilde, hvor klubber/kontaktpersoner i stor stil kan påvirke tallet, hvis kortene ikke benyttes og/eller tilbagemeldingen på tallet ikke er i nogenlunde overensstemmelse med virkeligheden.

Herunder udtalelser fra de to yderpoler om, hvordan ideen med Pigeraket kortene blev oplevet.

Nøglekorts konceptet fungerede ikke hos os Børnene forstod ikke ideen med det.

Kortene er i min optik spild af penge. Vi har folk klar til at møde nye piger den første tid efter Pigeraketten, og der var ingen af de piger der havde kort med, heller ikke dem der kom til mit hold, så når jeg skriver 5 i mit svar er det et gæt, det kan også være lavere. Det er en sjov idé, men i praksis virker det ikke hos os, så jeg ville bruge pengene på t-shirts til de frivillige, som de kan have på til træning bagefter. Eller på at få drikkedunkene tilbage :-)

"Selve Pigeraketten er et genialt initiativ og kortene er en fantastisk ide, det gik dog i koks for os, da en af mine hjælpere byttede rundt på kortene og overblikket derfor forsvandt, men det gav os virkelig godt overblik over den direkte effekt af Pigeraketten."

Tiltaget med kortene er rigtig godt, men for komplekst til at jeg kunne få vores træner engageret i år. Jeg håber dog jeg kan komme bedre i dialog med dem, nu har vi da noget mere konkret at mødes om.

Umiddelbart var holdningen blandt BMIs trænere at grundideen bag nøglekortene var god, men med 4 forskellige slags kort, var der for meget arbejde i at skulle administrere dem, samt informationen omkring dem til trænerne og en bedre forståelse for hvordan de kunne/skulle bruges var mangelfuld. Det betød at nøglekortene aldrig kom i brug i BMI

Anbefalingen er, at vi fortsætter endnu et år med kortene og evaluerer hårdt på deres anvendelse ved afviklingerne i 2017. Rabatkoden til Sportmaster fjernes i 2017 – udbyttet for Sportsmaster har ikke været nævneværdigt og klubberne har primært valgt det Velkommen til træningskort, hvorpå der ikke var rabatkode fordi det konfliktede med klubbens sponsorer eller fordi kontaktpersonen ikke havde den fornødne viden til at vurdere om det konfliktede med klubbens sponsorer.

Det kan overvejes om, antallet af kort skal skæres ned for at forsimple anvendelsen og fjerne en administrativ byrde. Dette kunne f.eks. være at skære kortet "velkommen til træning" væk og derved "kun" måle på antallet af piger, der bliver meldt ind i klubben efterfølgende. Udlevering af det grønne "jeg spiller fodbold"-kort, kan så forbindes direkte med indmeldelsen og klubberne kan vælge at ansvaret for udleveringen af kortet placeres hos klubbens kasserer, der oftest sidder med adm. af indmeldelser. En sådan løsning vil fjerne vores måling på om Pigeraketten har direkte og indirekte effekt i forhold til at

vække interessen for fodbolden og målingen af Pigerakettens rekrutteringseffekt vil derfor være influeret af klubbernes dygtighed til at gøre fodbolden interessant ved de efterfølgende træninger.

KOMMUNIKATION

Igen i år får det skriftlige materiale fine vurderinger i forhold til relevans og hovedparten af materialet bliver også flittigt brugt. Kun to materiale tilbud bliver brugt af under halvdelen af klubberne, det drejer sig om pressemeddelelsen (benyttet af 45,1%) og det nye materiale inspiration til træning efter Pigeraket afviklingen (benyttet i 40,7% af klubberne).

Instruktørerne beretter i deres mundtlige evaluering, at trænerne efterspørger inspirationsmateriale som de kan bruge til de første træninger med de nye piger. Sammenholdt med at 39,6% af kontaktpersonerne har svaret, at de ikke har videresendt materialet og at lige omkring halvdelen af respondenterne ikke rigtigt forholder sig til anvendelsen, må vi anse kontaktpersonerne som en "flaskehals" i forhold til at nå ud og understøtte trænerne efter afviklingen. En udviklingsmulighed er, at materialet også trykkes i hæfter, der kan udleveres af PR-instruktøren på afviklingen, hvor kontakten til trænerne er direkte.

At pressemeddelelsen ikke benyttes i højere grad går ud over synligheden og derved tilgængeligheden af den målgruppe af piger (og deres forældre) som vi gerne vil nå ud til. Anbefalingen er, at samarbejdsaftalen fremadrettet indeholder et samtykke til at pressemeddelelsen udsendes fra DBU Kommunikation til de lokale medier. Dette fordrer, at samarbejdsaftalen udvides med en formulering om at Pigeraketten er et åbent tilbud til alle piger i alderen 5-11 år uafhængigt af om afviklingen afholdes sammen med en skole eller SFO.

Med det nye materiale "Mor og far – vidste i at...." henvender vi os direkte til forældrene med budskaberne om værdien ved fodbold. Klubberne har ikke fået mulighed for at forholde sig til materialet i den skriftlige evaluering. Ingen af klubberne har under det frie felt skrevet direkte om materialet, der bliver dog kommenteret på, at forældrene er en faktor i forhold til, at fodbold bliver pigernes fritidsinteresse og dermed har indflydelse på rekrutteringen.

Sammen med instruktørernes ønsker om, at "fjerne" forældrene fra selve afviklingsområdet anbefales det, at der i 2017 indføres et "Forældreunivers" bestående af en pavillon med to sider, hvor både de udvendige og indvendige siderne udgøres af bannere, hvorpå der er påtrykt de forældrebudskaber, som vi ønsker at forældrene præsenteres for. Pavillonen vil desuden kunne danne ramme for klubbernes første kontakt med de nye forældre (pr. materialer, info om træningstider og den personlige kontakt om klubben og klubbens værdier og praktik)

KONKLUSIONER OG UDVIKLINGSMULIGHEDER

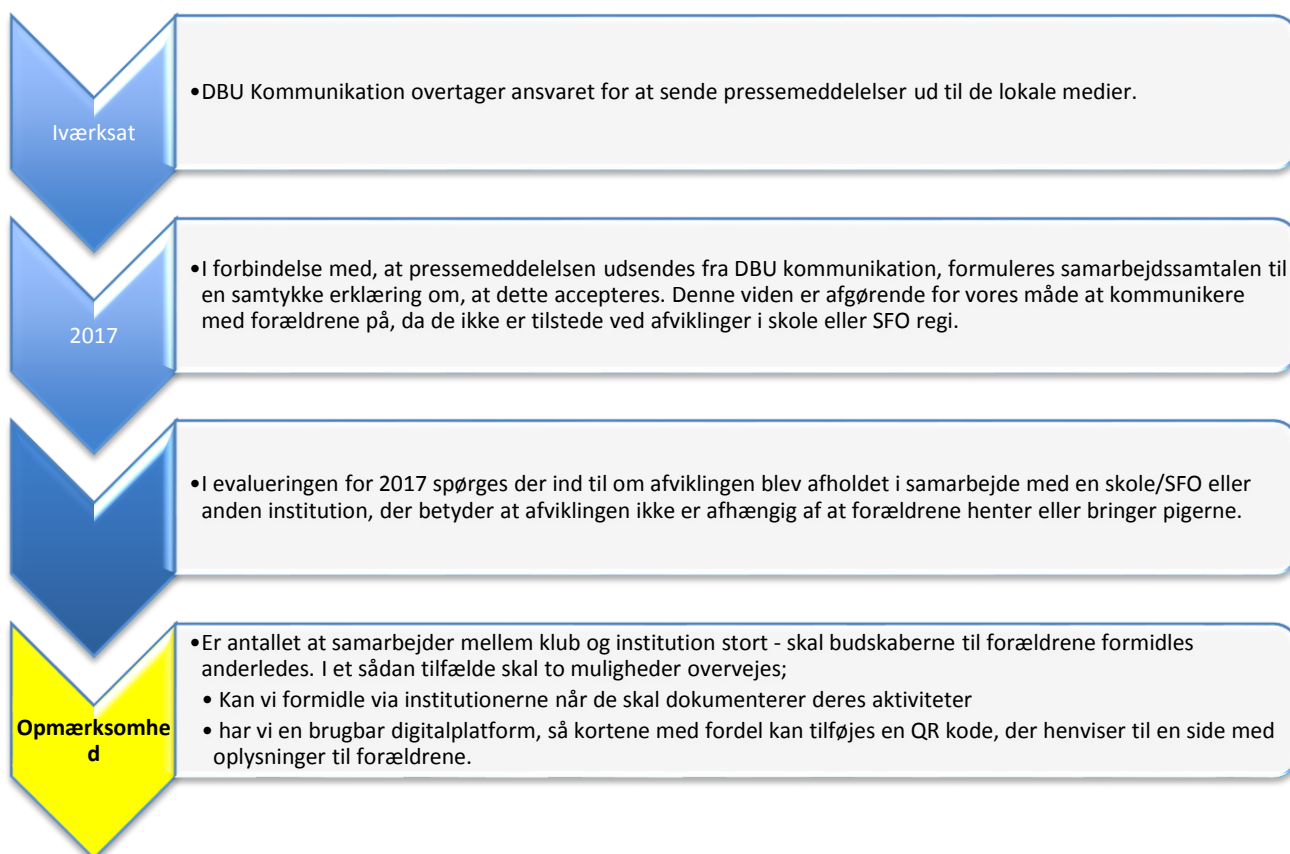
Trods tilbagegang i både antal af afviklingen og det samlede antal piger, der har benyttet Pigeraketten er det i 2016 lykkes bedre, at nå ud til målgruppen, da antallet af nye piger har været højere end tidligere.

Antallet af klubber, der vælger at afvikle i samarbejde med SFO/skole og hvor nye pigerne derfor er "tvunget" med behøver afklaring i forhold til, hvordan klubberne bedst støttes i forhold til bedre rekruttering af medlemmer. Afklaring af klub/institutionsområdet samt rekrutterings mulighederne/udfordringerne anbefales, at være nyt fokus område for afviklingerne i 2017.

Derudover anbefales en yderligere styrkelse af Pigeraketten via nedenstående udviklingsforslag.

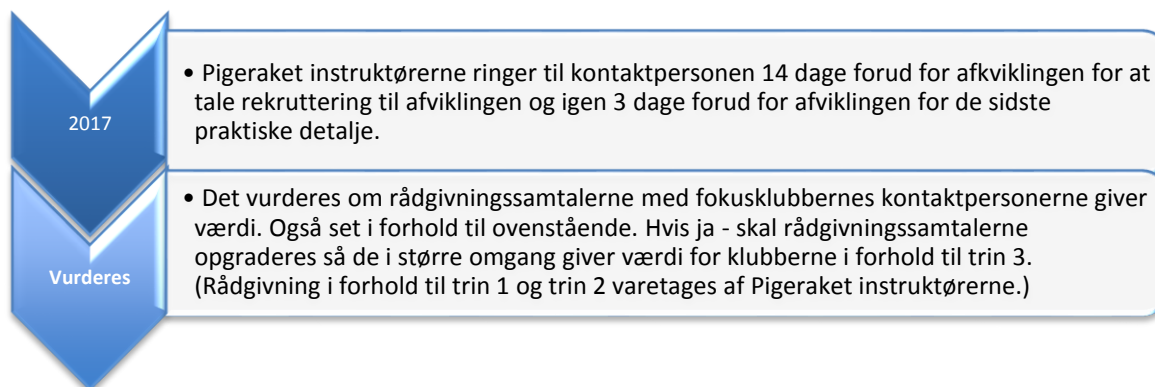
TRIN 1 – FØR PIGERAKETTEN

Antallet af deltagere på afviklingerne er meget varierende og et lav deltagerantal har indflydelse på både motivationen hos kontaktpersonen/hjælperne samt på pigerne. Der er stor risiko for, at en afvikling med et lavt deltagerantal ofte opfattes som en "fiasko" og dermed forringer chancerne for, at Pigeraketten "genkøbes" eller omtales positivt/anbefales. DBU har derfor en stor interesse i, at arrangementet synliggøres forud for afviklingen.

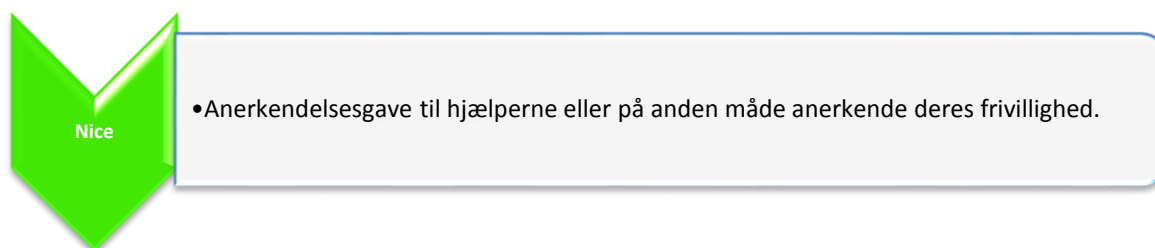


Antallet af nye kontaktpersoner er i lighed med tidligere år stort. Et opdateret og tydeligt kommunikeret støttemateriale har derfor stadig stort fokus, men der er umiddelbart ikke brug for nyt skriftligt materialer,

der understøtter kontaktpersonerne, da tilfredsheden er stor. Derimod udvides kontakten PR-instruktøren /kontaktperson for at sikre at en god afvikling med stort fremmøde.

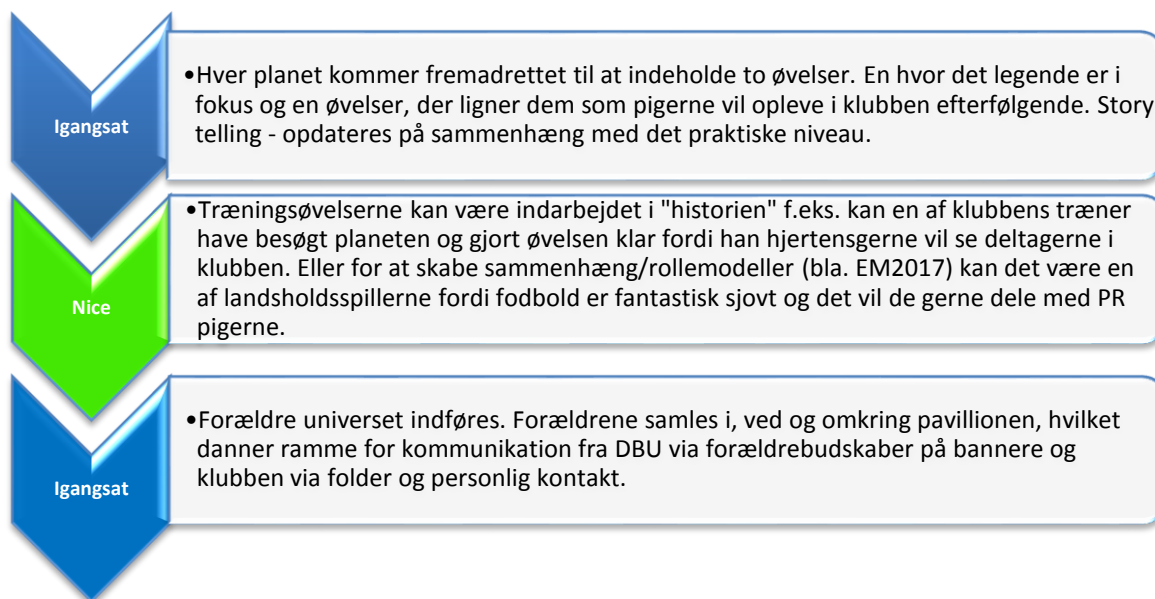


Klubberne er afhængig af hjælpere til en god afvikling. Ofte er disse hjælpere unge piger, der er rollemodeller for de deltagende piger. Pigeraketten kan være første møde med en frivillighedskultur som vi ønsker at styrke og som klubberne er afhængig af. Derfor anbefales det, at der findes en måde at anerkende de frivillige.



TRIN 2 – UNDER PIGERAKETTEN

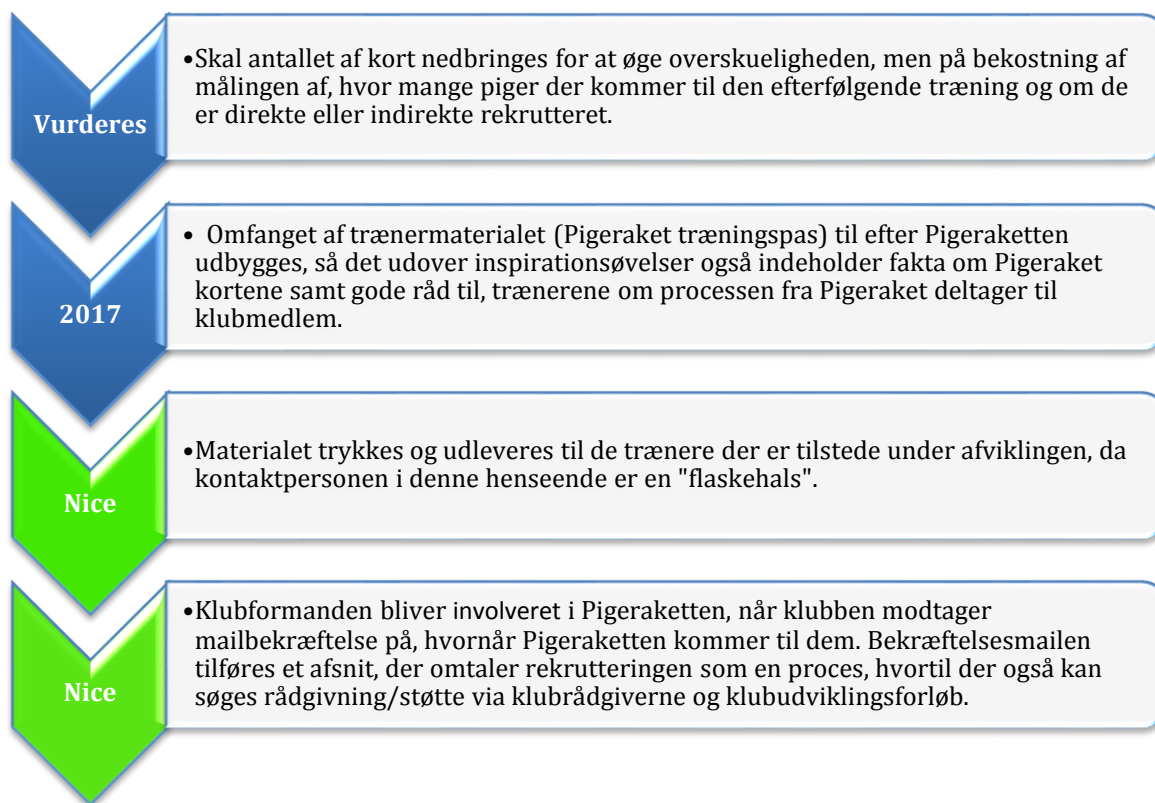
Det anbefales at afviklingerne sikres på to områder. For det første på pigernes oplevelse – den nuværende opbygning med to halvdele, hvor den ene er planeter og den anden er klubtræning virker til at tabe pusten, da specielt de yngste ikke kan opretholde koncentrationen i sidste halvdel. At alt ikke ”kun” er leg og ”cirkus kommer til byen” er dog vigtigt i forhold til den efterfølgende rekruttering, derfor skal de to formål integreres bedre. Det andet område, hvor afviklingen skal sikres er forældredelen. Forældrenes tilstedeværelse skal være positiv for både piger, instruktør og klubber.



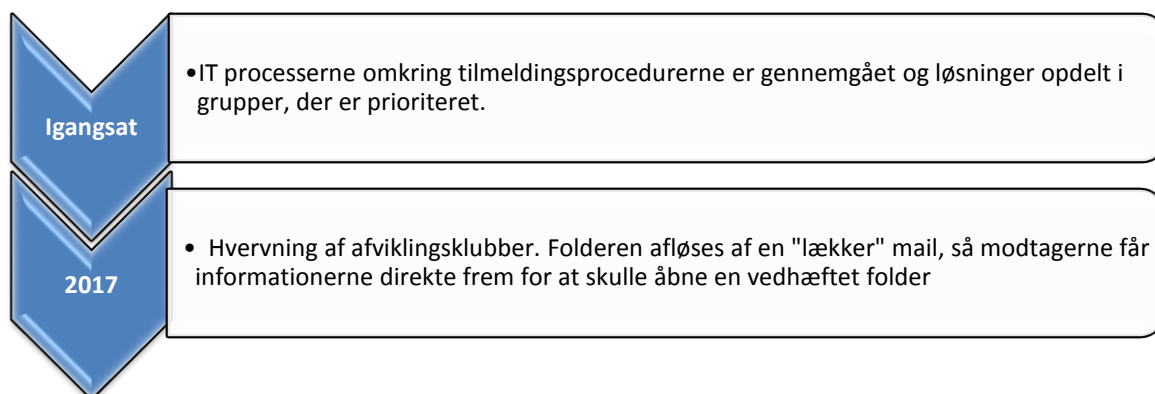
TRIN 3 – EFTER PIGERAKETTEN

Rekrutteringen fra afvikling til medlemskab er Pigerakettens svageste led, hvilket også blev konkluderet i 2014. Pigeraket kortene blev indført for at sætte fokus på processen efter afviklingen. I håb om at udvide kontaktpersonen ejerskab til også at omfatte trin 3 og ikke "kun" se sig selv som ansvarlig for at få tiltrukket deltagere og frivillige til selve afviklingen.

Ovenstående udfordring anses stadig som en forhindring af samme omfang som tidligere. Kortene har godt nok sat fokus på Pigerakettens formål, men udfordringen omkring processtrategien i forhold til rekruttering vurderes at være den samme. Nedenstående tiltag retter sig derfor i større omfang til klubbens øvrige frivillige/ansvarlige for at få dem til sammen med kontaktpersonen at tage ejerskab for at Pigerakettens rekrutteringspotentiale udnyttes.



ADMINISTRATIONEN AF PR



Vinderen af en gratis Pigeraket afvikling 2017 blev: Vodskov IF ved kontaktperson Rasmus Møller Bøjer

Der er åben for tilmelding til Pigeraketten 2017 fra den 1. november til den 30. november 2016