

Statusrapport - August 2007

COPENHAGEN 2009



worldOutgames



Indhold	Side
Indledende bemærkninger	3
Fakta om World Outgames 2009	4
Resumé	5
Organisation, stab og fysiske rammer	7
Værdier, arbejdsprincipper og fælles fodslag	9
Nedsættelse af bestyrelse	11
Forholdet til projektejerne i "Bermuda-trekanten"	12
Programudvikling; sport, kultur og conference	14
Outreach-strategi	16
Økonomi, funding og sponsor	17
Kommunikation og marketing	19
Vigtigste strategiske samarbejdspartnere	21
Dokumentation, refleksion og evaluering	23
Vigtigste tiltag og opgaver i efteråret	25
Afsluttende kommentarer	27

Bilag:

- Projektbeskrivelse på engelsk
- Drejebog (april/maj 07)
- Conference: Conference sheet may 2007 + IAG final list
- Kommunikationsstrategi-papir
- Concept for the Outreach program
- Vedtægter
- Budget
- Kommissorium for Salongruppen samt medlemsliste
- Out Cites 2009 projektbeskrivelse
- Spørgeskemaet fra Antwerpen
- Stonewall-artikel
- Oprindeligt strategi-papir fra januar 2007



Indledende bemærkninger

World Outgames-sekretariatet har nu fungeret et halvt år. Derfor er det på sin plads, her umiddelbart før vi går i gang med den nye sæson, at gøre status over de første fem-seks måneder i projektets historie. Og med afsæt i den viden og de erfaring vi har høstet gennem de seneste par måneder, at komme med et realistisk bud på, hvad der bliver de vigtigste strategiske initiativer og udfordringer det kommende halvår.

Nærværende statusrapport "står på skuldrende" af de to foregående projekt-afrapporteringer til henholdsvis kulturborgmester Martin Geertsen og Kulturdirektør Carsten Haurum, Københavns Kommune og til Wonderful Copenhagen's World Outgames-styregruppe ved Trine Fromberg.

Derfor kan der være formuleringer og referencer i dette statusdokument der kræver, at man har læst de to foregående afrapporteringer til Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen.

Men det har alligevel været sekretariatets ambition at producere en statusrapport, der umiddelbart kunne læses uden forudgående forudsætninger.

Om det er lykkedes, vil vi lade være op til læseren at afgøre.

Venlig hilsen

Uffe Elbæk, august 2007



Fakta om World Outgames 2009

- World Outgames 2009 er en international sports-, kultur- og menneskeret-tighedsbegivenhed, hvis primære målgruppe er homo-, bi- og transseksu-elle fra hele verden (The LGBT-community). Men alle – uanset køn, alder, seksualitet, etnicitet eller religiøs overbevisning - kan deltage.
- Det er anden gang, at World Outgames finder sted. Første gang var i Mon-treal i Canada i 2006.
- Det forventes at arrangementet i København vil tiltrække omkring 8000 betalende deltagere fra primært Europa, Nordamerika og Australien. Derudover vil der blive gjort en særlig indsats for at tiltrække deltagere fra Østeuropa, Rusland, Asien, Afrika og Sydamerika.
- Udover de betalende deltagere forventes det, at World Outgames som be-givenhed vil tiltrække mange almindelige turister og ikke mindst venner, familie og kollegaer til dem, der direkte deltager i arrangementet.
- Tidsrammen for World Outgames 2009 er fra den 25. juli til den 2. August 2009.
- Der er tre programsøjler - sportsprogrammet, kulturprogrammet og men-neskerettighedskonferencen – som vægtes ligeligt.
- Ansvar for udvikling, afvikling og evaluering af World Outgames 2009 er placeret hos et sekretariat, der blev etableret i begyndelsen af 2007. I dag – august 2007 – består sekretariatet af syv fuldtidsansatte, hvis op-gave det er at realisere ambitionerne bag arrangementet.
- Rettighederne til World Outgames ejes af den internationale sportsorgani-sation GLISA: Gay and Lesbian International Sports Association.



Resumé

I efteråret 2006 bevilligede en enig borgerrepræsentation i København 20 millioner kroner (2.7 millioner Euro) som "startkapital" for World Outgames 2009-organisationen.

Det samlede budget for arrangementet i København er estimeret til at være på 60 millioner kroner (8 millioner Euro).

Til sammenligning var budgettet for World Outgames 2006 i Montreal på 160 millioner kroner (21 millioner Euro) - inklusiv et efterfølgende underskud på 30 millioner kroner (4 millioner Euro).

Men det er ikke kun på det økonomiske område, at præmisserne for arrangementet i København adskiller sig fra Montreal. Hvor Montreal havde fem år til at planlægge arrangementet, har man i København kun to et halvt år.

Hvad gælder antal medarbejdere, har man i København i dag et sekretariat på syv medarbejdere, som forventes at vokse til ca. 20 medarbejdere hen imod afviklingen af arrangementet – hvis økonomien tillader det. I Montreal havde man ca. 50 lønnede medarbejdere.

Derudover forventes det, at der i København vil være op til 2000 frivillige involveret i afviklingen af begivenheden i den sidste uge af juli 2009. Hvor man i Montreal havde helt op til 5000 frivillige.

De tre primære projektere i World Outgames 2009 er (Bermuda-trekanten):

- Københavns Kommune (det politiske miljø)
- Wonderful Copenhagen (turistbranchen)
- Homomiljøet nationalt og internationalt

Ovennævnte projektere har hver især deres egne succeskriterier for afviklingen af World Outgames i København. Lige fra ønsket om at markere København som en international tolerant by, over høje belægningsprocenter på byens hoteller til fornyet politisk opmærksomhed om minoritetsrettigheder.

World Outgames sekretariatet refererer derfor både til Borgerrepræsentationen, ved kulturborgmester Martin Geertsen og til ledelsen af Wonderful Copenhagen, ved Lars Bernhard Jørgensen samt til – mere diffust – det nationale og internationale LGBT-miljø (The Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender community).

World Outgames er etableret som et anpartsselskab, ejet 100 % af Wonderful Copenhagen. I vedtægterne fremgår det, at et eventuelt overskud i selskabet, skal anvendes til almennyttige formål, når selskabets drift ophører pr. 31.12.2009. (Se bilag: Vedtægter).



Derudover arbejdes der på, at der i efteråret 2007 etableres en egentlig bestyrelse for World Outgames-selskabet. Medlemmerne til denne bestyrelse er endnu ikke identificeret, men sekretariatet forventer, at bestyrelsen er på plads ved udgangen af september måned 2007.

Som begivenhed konkurrerer World Outgames 2009 i København med Gaygames 2010 i Köln, Tyskland. Gaygames afvikles af FGG – Federation of Gay Games. World Outgames er en udspringer af Gaygames og FGG, og de to begivenheder afholdes nu sideløbende og i konkurrence med hinanden. Udover den geografiske og tidsmæssige nærhed mellem København og Köln arrangementerne, henvender begge begivenheder sig til de samme målgrupper, medier, sponsorer og fondsmidler.



Organisation, stab og fysiske rammer:

Som nævnt ovenfor er World Outgames 2009 juridisk organiseret som et anpartsselskab under Wonderful Copenhagen. Oprindeligt blev Pan Idræt (sportsforening for homoseksuelle i København) opfordret til at være "værtsorganisation" for projektet. Hvilket også ville have været naturligt, i og med at idéen og ambitionen om at få World Outgames til København kommer fra selv samme organisation, ved Ole Udsholt.

Men Pan Idræt takkede (desværre) nej, med den begrundelse, at foreningen hverken havde organisatoriske ressourcer eller faglige kompetencer til at løfte en så stor og - ikke mindst - kompleks opgave som realiseringen af World Outgames 2009 vitterlig er.

Herefter "udpegede" Københavns Kommune Wonderful Copenhagen som værtsorganisation for projektet.

Når det her er værd er nævne dette historiske forløb, er det fordi ansvaret - og dermed ejerskabet - for projektet til tider kan fremstå uklart. Hvilket vil blive beskrevet under afsnittet " Forholdet til vore projekter: "Bermuda-trekanten"".

Denne potentielle uklarhed omkring ejerskab og ansvar, har fra tid til anden præget det første halve års arbejde med at sikre en præcis og klar fremtidig organisationsstruktur for World Outgames 2009.

Det er sekretariatets klare anbefaling, at der udpeges en bestyrelse for World Outgames-selskabet. Dette uddybes under afsnittet " Nedsættelse af bestyrelse".

Stab:

Bemandingen af sekretariatet - ledelsesgruppen - for World Outgames 2009 var endelig på plads juni 2007. Og består af:

- Uffe Elbæk, direktør
- Per Hermansen, økonomidirektør
- Charlotte Gregersen, sekretariatsleder
- Carsten Jensen, ansvarlig for funding og sponsor
- Tommy Kristoffersen, ansvarlig for sportsprogrammet
- Michael Stensgaard, ansvarlig for kulturprogrammet og menneskerettighedskonferencen
- Gerry Hail, ansvarlig for kommunikations- og marketing

Sekretariatet vil - hvis økonomien tillader det - i efteråret blive udvidet med tre til fire projektledere med ansvar på følgende delområder:

- frivillighedsorganisation (frem mod afviklingen af World Outgames 2009 forventes det, at der er brug for helt op til 2000 frivillige)
- IT-struktur (blandt andet opbygning af hjemmeside samt registreringssystem)
- Menneskerettighedskonferencen (blandt andet logistik, research og kommunikation)
- Miljøområdet (sikre at World Outgames bliver miljømæssig bæredygtigt)



Derudover vil der indenfor en kortere tidshorisont blive brug for projektledere på både sports- og kulturprogrammet.

Fysiske rammer:

I juni måned flyttede sekretariatet til egne lokaler i Farvergade 10, efter at sekretariatet i opstartsfasen havde boet hos Wonderful Copenhagen på Gl. Kongevej. Det var på mange måder relevant – fagligt, organisatorisk og politisk – at starte hos Wonderful Copenhagen. Men tilsvarende på tide at sekretariatet i juni måned fik egne rammer. Ikke mindst fordi sekretariatet nærmest sad på nakken af hinanden hos Wonderful Copenhagen. Fra starten har alle derfor også vidst, at det kun var et spørgsmål om tid, før projektet skulle finde sin egen fysiske platform at agere fra.

Denne fysiske platform er nu fundet i Farvergade 10, hvor der både er plads til sekretariatet samt til den første "bølge af frivillige". Men i det lange løb bliver selv Farvergade 10 for småt. Men den tid den udfordring.

Valget af Farvergade 10 som fremtidig base for World Outgames var blandt andet begrundet i at:

- Lokalerne ligger i stueetagen, hvilket gør det muligt for den almindelige københavnere at få en personlig kontakt og fornemmelse af projektet.
- Lokalerne er fordelt så hensigtsmæssigt, at sekretariatet fungerer som én sammenhængende enhed og lokalerne til de frivillige som en anden. Dvs. at sekretariatet kan få den nødvendige arbejdsro, også selvom den frivillige organisation over tid bliver særdeles omfangsrig på både mennesker og aktiviteter.
- Lokalerne er tæt på Rådhuset. Et ikke uvæsentligt argument da det er sekretariatets ambition, at de folkevalgte politikere på Københavns Rådhus skal have de absolut bedste forudsætninger for at "se os over skuldrene". Men forhåbentlig mere end det: At få et personligt ejerskab af den store internationale begivenhed som World Outgames 2009 er.

Her et halvt år efter at den første medarbejder i sekretariatet blev ansat (den seneste blev ansat så sent som i juni måned), fremstår sekretariatet som en sammentømret faglig og kulturel enhed. Der er blandt andet udbredt konsensus om, hvordan den opgave vi har sagt ja til at løse, skal forstås og hvordan vi fagligt dækker hinanden bedst muligt af.

Men som det ovenfor er beskrevet, så er World Outgames et så omfattende projekt – både logistisk, indholdsmæssigt og økonomisk – at det er vigtigt, at de nuværende medarbejdere på sekretariatet indenfor en kortere tidshorisont suppleres med projektledere på delområderne. For ellers bliver arbejdspresset simpelthen for overvældende – også selvom man fra tid til anden kan trække på en lang række kompetente frivillige.



Værdier, arbejdsprincipper og fælles fodslag

En væsentlig forklaring på at sekretariatet allerede nu virker så indkørt, som tilfældet er, skyldes givet, at vi som noget af det første blev enige om, at det var nødvendigt at finde svare på følgende grundlæggende spørgsmål:

- Hvad går opgaven egentlig ud på?
- Hvad er det overordnede formål med projektet?
- Hvilke værdier og succeskriterier skal projektet tage afsæt i?
- Hvad er det overordnede koncept for projektet?
- Hvilke kompetencer og kvalifikationer er nødvendige i projektet?
- Hvordan skal vi organisere os? (ansvar, kompetencer og roller)
- Hvordan ser drejebogen (tids- og handlingsplan) for projektet ud?

Det vil være for omfattende at beskrive detaljeret hele dette afklaringsarbejde i forhold til at finde svarene på ovenstående grundlæggende spørgsmål. Derfor blot en kort beskrivelse af vore fem vigtigste strategiske værdier samt arbejdsprincipper. Værdier og arbejdsprincipper der farver alle vore prioriteringer og beslutninger i dagligdagen.

De fem strategiske værdier er:

- Bæredygtighed
- Kulturel mangfoldighed
- Social innovation
- Gennemsigtighed
- Generøsitet

Derudover ønsker sekretariatet at måle” både arbejdsprocessen (fra nu og frem til efteråret 2009) samt produktet (selve begivenheden i den sidste uge i juli 2009) på:

- a) et unikheds kriterium
- b) en relevans kriterium

Både den måde vi organiserer os på, den måde vi arbejder på og den måde det endelige resultat fremstår på, skal derfor opfattes som både unikt og relevant af minimum følgende aktører (i ikke-prioriteret rækkefølge):

- De betalende deltagere ved World Outgames
- Det lokale/nationale/regionale homomiljø
- Øvrige turister og gæster i København under afviklingsperioden
- Byens befolkning
- Medlemmerne af Borgerrepræsentationen
- Wonderful Copenhagen og turisterhvervet
- Sponsorer, fonde og øvrige bidragsydere
- Lokale, nationale og internationale samarbejdspartnere (store som små)
- Medier (nationale som internationale)

Vi ved godt, at det er ambitiøst, at gå efter at score højt på både unik og relevans-aksen. Men det er nu engang sekretariatets ambition – og dermed drivkraft i det daglige arbejde. For al for ofte ser man relevante begivenheder, som desværre fremstår lidet attraktive. Og tilsvarende unikke begivenheder der mangler samfundsmæssig relevans. Men tænk sig, hvis man kunne indfri begge målsætninger? Både at være unik og relevant på samme tid!

Derudover er det sekretariatets holdning, at World Outgames 2009 skal forstås som:

1) Et vigtigt identitetsprojekt for København - fordi World Outgames grundet sit faglige, sportslige og kulturelle indhold og internationale profil er med til at understøtte København som en international åben, kulturel nysgerrig og social bevidst europæisk storby.

og

2) En nyskabende incubator-strategi for København - fordi World Outgames 2009 er med til at producere varig værdi for København – også efter afviklingen af det egentlige arrangement. Varig værdi i form af eksempelvis etablering af nye arbejdspladser, udvikling af nye produkter eller services, kvalitetsforbedringer af de offentlige rum (sports og kultur-faciliteter) samt ikke mindst (forhåbentligt) nye politiske ligestillingsinitiativer på både lokalt, nationalt som internationalt plan.

Alle daglige beslutninger og prioriteringer bliver således målt op imod:

- de fem strategiske værdier,
- unik-relevans-ambition og
- forståelsen af projektet som både identitetsprojekt og incubator-strategi.

Samtidig giver det klare værdigrundlag, det høje ambitionsniveau og enigheden om projektets samfundsrolle et grundlæggende fælles fodslag blandt medarbejderne i sekretariatet.

Dvs. at allerede på dette tidlige tidspunkt af projektets historie, taler organisationen med "en stemme" - uden at dette skal forstås dogmatisk! Tvært om. For selvom vi i sekretariatet er enige om værdigrundlag, ambitionsniveau og hvordan World Outgames 2009 i øvrigt placerer sig som projekt og begivenhed på den danske samfundsarena, så rummer den nuværende stab en god - og ydmyg - selvindsig. En selvindsig som blandt betyder at:

- Ambitionerne skal stå mål med ressourcerne (menneskelige som økonomiske).
- World Outgames bliver kun den begivenhed vi håber på, hvis alle relevante interessenter bakker op om begivenheden.

Nedsættelse af bestyrelse

Et er et klart værdi- og ambitionsgrundlag. Noget andet er en klar organisationsstruktur. Indadtil er denne på plads. Men udadtil har vi stadig en udfordring foran os - nemlig nedsættelse af en egentlig bestyrelse for begivenheden (og selskabet) World Outgames 2009.

Rent juridisk kunne man godt undlade at etablere en egentlig bestyrelse. Men det finder sekretariatet uhensigtsmæssigt af flere årsager. De vigtigste er:

- Hvis der opstår interne konflikter, som ledelsesteamet ikke selv er i stand til at løse, er der for øjeblikket ikke nogen instans at løfte disse konflikter op til.
- Uden en egentlig bestyrelse, lever World Outgames projektet ikke op til Kulturministeriets publikation "Anbefalinger for god ledelse af større kulturprojekter", der bl.a. er skrevet med afsæt i erfaringerne fra H. C. Andersen-projektet. En af de centrale anbefalinger i publikationen er blandt andet, at det er vigtigt at have en politisk uafhængig og faglig seriøs bestyrelse til at kvalitetssikre projektet og til at "udfordre" projektledelsen.
- Endelig vil en bestyrelse for World Outgames 2009 kunne spille en væsentlig og aktiv rolle som ambassadører for projektet.

Ovenstående argumenter har sekretariatet fået lydhørhed for hos både kulturborgmester, Martin Geertsen, og direktør for Wonderful Copenhagen, Lars Bernhard Jørgensen.

I forlængelse af denne opbakning fra både politisk hold og fra Wonderful Copenhagen er sekretariatet gået i gang med at identificere relevante kandidater til en eventuel kommende bestyrelse for World Outgames 2009.

Kriterierne for udvælgelse af en relevant bestyrelse er blandt andet:

- Indsigt i projektets fagområder (sport, kultur og menneskerettigheder)
 - Indsigt i projektets målgruppe (LGBT-miljøet)
 - Indsigt og viden om relevante juridiske og økonomiske problemstillinger
 - Adgang til relevante netværk (politiske, mediemæssige som økonomiske)
- Og ikke mindst:
- Forståelse for og opbakning til projektets overordnede formål, værdigrundlag og ambitionsniveau

På nuværende tidspunkt - august 2007 - går vi efter en bestyrelse på enten 7 eller 9 medlemmer. Der arbejdes på, at bestyrelsen er på plads senest ved udgangen af oktober (gerne før!).

På forhånd er kun Ole Udsholt, bestyrelsesmedlem af GLISA, født medlem af en evt. kommende bestyrelse.

Forholdet til projekterne i "Bermuda-trekanten"

Som nævnt tidligere har World Outgames-projektet tre primære projektere:

- Borgerrepræsentationen i København (forankret hos kulturborgmester Martin Geertsen)
- Wonderful Copenhagen (forankret hos økonomidirektør Trine Fromberg) og:
- Det lokale og internationale homomiljø (i første omgang forankret henholdsvis hos Pan Idræt og GLISA (Gay Lesbian International Sports Association). Og på lidt længere sigt også hos den netop nedsatte Salon-gruppe. (Se senere samt bilag: Kommissorium for Salongruppen samt medlemsliste).

Hver af de tre aktører har et særligt forhold til World Outgames-projektet. Politikerne fordi de har bevilget 20 millioner kroner til begivenheden. Wonderful Copenhagen fordi de formelt er ejere af det selskab, der skal gennemføre projektet. Og det lokale og internationale homomiljø – Pan Idræt og GLISA – fordi World Outgames oprindelig er deres idé og koncept.

I dagligdagen på sekretariatet omtales ovennævnte tre projektere som vores egen lille "Bermuda-trekant". For ligesom i den rigtige Bermuda-trekant kan det fra tid til anden være ganske svært at navigere imellem de vidt forskellige forventnings- og succeskriterier, som hver af de tre primære "aktionærer" har til World Outgames-projektet.

Det er blandt andet også derfor, at sekretariatet anbefaler, at der bliver nedsat en uafhængig bestyrelse, som kan beskytte projektet, hvis det kommer ud for mediemæssige og politiske turbulente vejrforhold.

Uanset om der bliver nedsat en uafhængig bestyrelse eller ej, er der allerede nu opbygget en velfungerende konsultations-struktur i forhold til kulturborgmester Martin Geertsen og Wonderful Copenhagen. Dvs. at sekretariatet med jævne mellemrum (hver anden eller tredje måned) udarbejder og giver en status på projektet til både kulturborgmesteren og Wonderful Copenhagen.

I starten af juni blev der nedsat yderligere en formel hørings-gruppe, nemlig Salon-gruppen, hvis medlemmer repræsenterer de væsentligste organiserede aktører på den københavnske homoscene. Fra LBL over Copenhagen Gay Lesbian Filmfestival til Copenhagen Gay Life. På samme måde som sekretariatet har en konsultations-rytme i forhold til Rådhuset og Wonderful Copenhagen, vil vi i fremtiden også have det i forhold til Salon-gruppen.

Dermed er der nu indarbejdet en formel informations- og høringsstruktur til de tre vigtigste parter i World Outgames. Det betyder forhåbentligt også, at vi undgår unødige konflikter og misforståelser i fremtiden. For ofte opstår de fleste konflikter jo enten på grund manglende eller forkerte informationer.

Udover Københavns Rådhus, Wonderful Copenhagen og Salon-gruppen har sekretariatet også fokuseret på at få præciseret forholdet - samt afstemt forventninger til hinanden - til både GLISA's bestyrelse (som ejer rettighederne til World Outgames-begivenheden), EGLSF (European Gay Lesbian Sports Federation), Barcelona/Eurogames 2008 og ikke mindst vor nærmeste konkurrent, Gay Games i Köln, der finder sted i 2010.

Ligeledes er der på alle tre programsøjler - sport, kultur og menneskerettigheder - blevet identificeret relevante mainstream-samarbejdspartnere (se senere). Det betyder, at World Outgames-projektet her et halvt år inde i projektplanlægningen har opbygget en organisationsstruktur, hvis fundament består af både markante mainstream-samarbejdspartnere og markante homo-samarbejdspartnere.

Det kulturelle spændingsfelt mellem på den ene side Homomiljøet og på den anden side mainstream-miljøet, er en god garant for både den nødvendige udvikling og dynamik som stabilitet og forankring.

Programudvikling - sport, kultur og konference

Parallelt med opbygningen af World Outgames 2009's infrastruktur (ansættelse af sekretariat, indretning af kontorlokaler i Farvergade, præcisering af den organisatoriske struktur etc.), er de to programansvarlige, Tommy Kristoffersen og Michael Stensgaard, allerede nået langt i forhold til udarbejdelse af grundkoncept og indhold af de tre program-søjler; sport, kultur og menneskerettigheder. (Se bilag: Drejebog).

Af gode grunde er fokus lige nu på det solide "grundarbejde", når det gælder programplanlægningen indenfor de tre programsøjler. Men det betyder også, at så snart der er blevet etableret et holdbart grundprogram, kan vi gå i gang med at udvikle de mere overraskende program-punkter. For holdningen i sekretariatet har været, at vi først skal dække os ind på relevans-kriteriet og bagefter vil fokus være på unikriteriet.

På det sportslige område er vi nu oppe på at kunne tilbyde ca. 35 forskellige idrætsgrene under World Outgames i 2009. Kriterierne der afgør om en sportsgren bliver sat på programmet er blandt andet:

- Er der interesse/tilmeldte for idrætten?
- Er der egnede faciliteter til afviklingen af idrætsgrenen i København?
- Hvor dyrt er det at afvikle den pågældende idrætsgren?
- Er der lokale, nationale eller internationale samarbejdspartnere der vil være (med)ansvarlige for afviklingen af det pågældende program?

Tilsvarende sportsområdet er kulturprogrammet godt i gang med at blive udfoldet og beskrevet. Kulturprogrammet består af tre hoved-elementer:

- Deltagerbetalte kulturprogrammer bestående en række festivaler eksempelvis indenfor film, kor, dans etc.
- Udstillinger, forestillinger, koncerter mv. på en række af byens kulturinstitutioner (entrébelagte)
- Gratis kulturprogrammer med aktiviteter på byens pladser og torve.

I forhold til de gratis kulturprogrammer er der udarbejdet et ambitiøst Out Cities-program (Se bilag: Out Cities 2009 projektbeskrivelse). Dette delprojekt under World Outgames vil kun blive realiseret, hvis der findes politisk og økonomisk opbakning til projektet. For Out Cities-projektet ligger ud over det allerede skitserede World Outgames hovedprogram, der lever op til den kontrakt København i sin tid har indgået med GLISA.

I forhold til menneskerettighedskonferencen er både temaer og struktur nu på plads. Dvs. at de overordnede krav og forventninger til konferenceprogrammet er blevet afstemt med de relevante samarbejdspartnere.

Derudover er den organisatoriske struktur nu også på plads. Dels i kraft af de to konference Co-Presidents – en kvindelig og en mandlig - og dels et internationalt ekspert-panel (International Advisory Group (IAG)), som skal sikre konferenceprogrammets kvalitet og bredde – samt konferencens politiske gennemslagskraft. (Se bilag: "Conference Sheet May 2007" samt "IAG final list")

For både sports, kultur- og menneskerettighedsprogrammet er de fleste faciliteter også fundet – og ikke mindst fundet egnet. Dog har sekretariatet et særligt opmærksomhedspunkt, hvad gælder de fysiske rammer for afviklingen af svømmeprogrammet under World Outgames. Men indtil det modsatte er bevist, forventer sekretariatet, at Københavns Kommune lever op til lovningen om at Bellahøj Svømmebad står klar til sommeren 2009. Hvis ikke, står vi med et akut facilitetsproblem.

Sekretariatet har bevidst nedprioriteret udviklingen af åbnings- og afslutningsarrangementerne. Men dette koncept-udviklingsarbejde vil gå i gang i det kommende efterår. Dog kan vi allerede nu fortælle, at en åbnings- og afslutningsfest i det offentlige rum vil blive foretrukket frem for en stadion-åbning og -afslutning.

I det hele taget vil så mange aktiviteter som muligt blive afviklet i byens mange - forskelligartede – rum for derigennem at sikre at sikre, at World Outgames reelt kommer til at præge det københavnske bybillede den sidste uge af juli 2009 og dermed også inddrager byens borgere og mange turister i arrangementet.

Outreach-strategi

World Outgames er, som navnet siger, en global begivenhed. Begivenheden er i hvert tilfælde tænkt som en global begivenhed. For reelt må vi nok indstille os på, at de fleste betalende deltagere kommer fra følgende geografiske områder af verden - i prioriteret rækkefølge:

- Skandinavien
- Øvrige (vest)Europa
- Nordamerika
- Australien

Men det er sekretariatet magtpåliggende - inden for de økonomiske rammer, vi nu engang har at arbejde indenfor - at have en særlig opmærksomhed på at tiltrække deltagere fra følgende opprioriterede geografiske områder - i prioriteret rækkefølge:

- De Østeuropæiske lande (plus Rusland)
- Det Store Syd (Afrika, Asien og Sydamerika)

Det vil sige, at vi både programmæssigt (specielt på konferencen) og i forhold til den geografiske fordeling af hvor de enkelte deltagere kommer fra, vil gøre alt hvad vi kan for, at i første omgang Østeuropa og dernæst Det Store Syd får "positiv særbehandling" i forbindelse med deltagelse i World Outgames 2009.

Derfor vil vi i første omgang "udlodde" x-antal fribilletter til deltagere fra de ovennævnte områder af verden. Vel at mærke kun hvis disse deltagere lever op til de kriterier, som sekretariatet vil fastsætte i samarbejde med bl.a. GLISA og EGLSF, som har lang erfaring på området. Kriterierne kan bl.a. omfatte økonomisk situation, køn, alder, handicap etc. (Se bilag: "Koncept for the Outreach Program").

Men udover en mere ligelig deltager-repræsentation fra alle hjørner af verden, skal den globale ambition bag World Outgames også kunne ses i programindholdet og de strategiske samarbejdspartnere.

Et godt eksempel er prioriteringen af konferencens "International Advisory Group". Dels er alle de væsentligste geografiske og kulturelle områder af verden repræsenteret i ekspertgruppen. Men derudover er der også et flertal af kvinder i panelet. Det sidste er ikke mindst glædeligt, fordi kvinder generelt og lesbiske specifikt ofte er underrepræsenteret i sådanne sammenhænge.

Sekretariatet har aftalt med GLISA og EGLSF, at vi i fællesskab i løbet af efteråret skal have formuleret både udvælgelseskriterierne for, hvem der kan komme i betragtning til Outreach-programmet, og hvem der foretager den nødvendige screening af de enkelte ansøgere.

Placering af ansvaret for det sidste - screening af ansøgerne - er ikke mindst vigtigt, viser erfaringerne fra Montreal. Alene til administration, rejse- og visum-rådgivning af ansøgerne til Outreach-programmet blev der brugt næsten 2 hele årsværk.

Økonomi, funding og sponsor

Som bekendt opererer vi med et samlet budget for World Outgames 2009 på 60 millioner danske kroner. Heraf har Borgerrepræsentationen på forhånd bevilliget 20 millioner. Med en realistisk formodning om at der til arrangementet kommer 8000 betalende deltagere, der i alt betaler omkring 10 millioner kroner i deltagergebyr, er der p.t. et ufinansieret beløb på 30 millioner kroner, før budgettet balancerer. (Se bilag: Budget).

Det er sekretariatets holdning, at hvis disse økonomiske midler ikke tilvejebringes, skal og bør program-ambitionerne (løbende) tilpasses den reelle økonomiske ramme. Derfor er der allerede nu defineret nogle klare økonomiske milepæle i projektets tids- og handlingsplan.

Det vil i sidste instans være op til World Outgames bestyrelsen (hvis en sådan etableres), men også de to konsultationsgrupper – henholdsvis den politiske konsultationsgruppe på Rådhuset og konsultationsgruppen på Wonderful Copenhagen – at vurdere, hvor lang tid vi tør ha' "projektmæssig is i maven".

For projekter som World Outgames 2009 har nærmest pr. automatik indbygget en økonomisk ressource-dynamik, hvor de store sponsorer og fondsbidrag først kommer "hjem" i den sidste tredjedel af projektperioden. Men ofte skal der allerede indgås bindende kontrakter med en lang række underleverandører, inden vi når så langt.

Sekretariatet har valgt en strategi, der hedder "sidste seriøse øjebliksbeslutning". Dvs. hvor lang tid kan vi trække en beslutning, uden at det seriøse beslutningsgrundlag skrider.

Hele den økonomiske udfordring er på alle måder en hårfin balancegang. For det første skal vi kunne forsvare vores beslutninger overfor de strategiske samarbejdspartnere. For det andet skal ambitioner og ressourcer balancere. Og for det tredje får man kun adgang til de nødvendige ressourcer, hvis man er risikovillige og ambitiøs

Til styring af økonomien tager vi for øjeblikket afsæt i 2. generation af budgettet. Allerede til september måned har vi udarbejdet 3. generation af budgettet, og dette vil være vores endelige budget frem til afviklingen af World Outgames i 2009.

Der vil naturligvis forekomme budgetafvigelser fra nu af og frem til juli 2009, men når der sker afvigelser – positive som negative – skal det forklares og begrundes og der skal placeres et ansvar for afvigelsen.

Afvigelser til budgettet vil også kunne have konsekvenser for andre budgetposter, og vil kunne foranledige at økonomien ikke tillader afvikling af, eller kræver reduktion af andre indsatsområder.

Det kræver således en stram økonomistyring af alle indtægter og udgifter i de næste 3 år. Denne opgave varetages af Per Hermansen.

Som sagt skal vi hente små 30 millioner hjem i henholdsvis:

- direkte økonomiske sponsorater (nationale som internationale)
- materiale sponsorater
- offentlige puljer og fonde (nationale som overnationale)
- private fonde
- evt. øgede egenindtægter

Det er endnu for tidligt at vurdere (august 2007), om dette økonomiske måltal er realistisk eller ej.

Kommunikation og marketing

I forlængelse af den stramme økonomiske ramme som World Outgames 2009 skal afvikles indenfor, har sekretariatet vurderet at projektets kommunikations- og marketingsstrategi bedst sikres, hvis vi tage afsæt i to parallelle strategier:

- En webbaseret strategi (en dynamisk hjemmeside).
- En redaktionel strategi (så meget redaktionel omtale i de skrevne og elektroniske medier som muligt).

For vi kan allerede nu godt indstille os på, at der ikke er økonomiske ressourcer til et egentligt traditionelt markedsføringstiltag med annoncer og PR-kampagner. Til gengæld skal vi hurtigst muligt have afklaret, hvordan Wonderful Copenhagen og VisitDK kan få en aktiv rolle i formidlingen af og synliggørelse af World Outgames 2009 og København som vært.

World Outgames vil være at finde på få, men strategisk udvalgte internationale homo-arrangementer de kommende år. Eksempelvis i Barcelona i 2008, hvor næste års Eurogames bliver afviklet, på Stockholm Pride i 2008 og Manchester Pride også i 2008. Men vi diskuterer også, om vi som organisation ikke er forpligtiget – af politiske årsager – til også at være til stede på Priderne i henholdsvis Moskva, Warszawa og Riga næste år?

Gerry Hail – som i juni måned i år overtog Sune Prahls rolle som projektets kommunikations- og marketingsansvarlig – har allerede positivt bidraget til hele tækningen om, hvordan vi får fortalt de gode historier om World Outgames 2009. (Se bilag: Kommunikationsstrategi-papir)

Ikke mindst ved at "frame" hele World Outgames-arrangementet i København ud fra følgende historiske referencer og nedslag:

- Stonewall-oprøret i New York i 1969, hvor gæsterne på en lokal homobar smed politiet på gaden, fordi nu var det nok med politirazziaer på stedet. Denne historiske begivenhed bliver af mange betragtet som starten på den moderne homoseksuelle frigørelsesbevægelse. (Se bilag: Stonewall artikel).
- Partnerskabslovgivningen i Danmark i 1989, hvorved Danmark blev det første land i verden der accepterede partnerskaber mellem to af samme køn.

Disse to historiske begivenheder vil være afgørende delelementer i den historie vi fremover vil fortælle om World Outgames 2009 ude i den store verden: At World Outgames 2009 også er en fejring af 40-året for Stonewall og 20-året for verdens første partnerskabslovgivning.

Ikke mindst koblingen mellem Stonewall og World Outgames vil givetvis skabe opmærksomhed på det amerikanske (medie)marked. Hvilket for øvrigt også er tiltrængt, fordi deltagere fra USA var stort set fraværende i Montreal. Årsagen var/er, at de homoseksuelle organisationer og medier i USA bakker op om Gay Games – og IKKE World Outgames.

Parallelt med vore egne initiativer – udvikling af projektets hjemmeside, nyhedsbreve, målrettet redaktionel omtale og tilstedeværelse på relevante større homoarrangementer – har World Outgames også indgået en samarbejdskontrakt med kommunikationsbureauet Primetime.

Samarbejdskontrakten med Primetime dækker blandt andet konsulentydelse i forhold til udvikling af en national pressestrategi samt krisehåndtering her i Danmark, hvis en sådan situation skulle opstå.

Afslutningsvis skal det bemærkes, at sekretariatet i forbindelse med det netop overståede Eurogames 2007 i Antwerpen gennemførte en mini-behovs og identitetsundersøgelse af den potentielle målgruppe for World Outgames 2009. Små 400 Eurogames deltagere svarede på det spørgeskema, vi havde med. (Se bilag: Spørgeskema (Survey)).

Resultatet af undersøgelsen er endnu ikke kendt. Men allerede nu ved vi, at den giver et nuanceret billede af, hvem kernemålgruppen er for begivenheder a la World Outgames 2009. Både i forhold til alder, køn, indtægtsniveau, kulturelle og politiske interesser. Og ikke mindst hvad der særligt optager dem ved arrangementer som Eurogames og World Outgames.

Spørgeskemaet vil også blive gjort tilgængeligt på vor nye hjemmeside, for derigennem at få et endnu klarere billede af målgruppen for og deltagerne i World Outgames 2009.

Vigtigste strategiske samarbejdspartnere

Samarbejdsaftalen med Primetime er et godt eksempel på den række af solide mainstream-samarbejdspartnere, der allerede nu indgår i kredsen omkring realiseringen af World Outgames 2009.

Sekretariatets ambition var og er, at der på alle tre programsøjler både var en eller flere mainstream-samarbejdspartnere og en eller flere homo-græsrods-partnere. Her et halvt år efter at sekretariatet blev nedsat, er denne ambition allerede – stort set – indfriet.

Nedenfor lister vi kort de samarbejdspartnere vi dags dato har indgået samarbejdsaftale med - eller som vi har en så seriøs dialog med, at det berettiger at de pågældende organisationer og virksomheder bliver nævnt i dette dokument.

Dog skal det understreges, at listen over samarbejdspartnere ikke er nagelfast. Der kan både komme flere til, og der kan være enkelte af de i dette dokument nævnte samarbejdspartnere, der på sigt alligevel ikke indgår i den endelige realisering af World Outgames 2009. Derfor skal opremsningen udelukke tjene det formål, at beskrive den aktuelle dynamik mellem mainstream-organisationerne og homomiljøet som sådan.

På sportsprogrammet indgår blandt andet følgende samarbejdspartnere:

Mainstream:

- DIF
- DGI
- En række specialforbund.

Homo-relaterede:

- Pan Idræt
- Danish Delight
- EGLSF
- GLISA

På kulturprogrammet indgår blandt andet følgende samarbejdspartnere:

Mainstream:

- Danmarks Radio Kor og Orkester
- Københavns Internationale Teater
- Fotografisk Center
- Dansescenen
- Københavns Bymuseum
- Kunsthallen Nikolaj
- Copenhagen Fashion Institute (Modeugen)
- Tango del Norte
- Krogerup Højskole
- Roskilde Festival

Homo-relaterede:

- Copenhagen Gay Lesbian Film Festival
- De københavnske homokor
- Scandinavian Leathermen

- Kvindenetværksgruppen

På konferenceprogrammet indgår blandt andet følgende samarbejdspartnere:

Mainstream:

- IBM
- Danmarks Radio (Hus- og logistikpartner)
- Institut for Menneskerettigheder (Program)

Homo-relaterede:

- Landsforeningen for bøsser og lesbiske (LBL)
- International Gay Lesbian Association (ILGA)
- European Gay Lesbian Sports Federation (EGLSF)
- Gay Lesbian International Sport Association (GLISA)
- International Gay Lesbian Human Rights Commission (IGLHRC)
- International Gay Lesbian Youth Organisation (IGLYO)
- Human Rights Watch International
- ARC International
- Sexual minorities Uganda (SMUG)

Derudover er der indgået strategisk samarbejde med blandt andet:

- Politiken (mediesamarbejde)
- SAS (officiel carrier)

Det er værd at nævne, at der endnu ikke er taget kontakt til hverken større nordiske eller internationale virksomheder (udover IBM og SAS). Dette vil dog ske allerede i det kommende efterår og foråret næste år.

Det er i den sammenhæng vigtigt at understrege, at vi helt bevidst ikke har ønsket at tage kontakt til en række relevante internationale virksomheder og organisationer - som vi for øvrigt allerede har identificeret - før vi har styr på vores egen "baghave". Dvs. at vi først har fokuseret på at skabe et solidt lokalt/nationalt fundament/ejerskab for projektet, for derefter at række ud til verden udenfor Danmark.

Dokumentation, refleksion og evaluering

Det er sekretariatets ambition allerede nu at formulere en både intern som ekstern refleksions- og evalueringsstrategi, samt at identificere hvilken ekstern evalueringsbistand World Outgames 2009 har brug for.

Der har i løbet af foråret været kontakt til blandt andet:

- Copenhagen Business School
- Syddansk Universitetscenter i Odense
- Idrættens Analyseinstitut
- Wonderful Copenhagens dokumentationsafdeling
- European Center for Experience Economy i Amsterdam

Efter disse første indledende drøftelser har vi besluttet at arbejde videre med European Center for Experience Economy i Amsterdam. Vi forventer dog, at yderligere mindst en dansk akademisk partner vil indgå i udviklingen af evalueringsdesignet for World Outgames.

Men før evalueringsprojektet kan påbegyndes, skal følgende spørgsmål blandt andet afklares:

Indholdsmæssigt:

- Hvordan sætter man måltal på projektets fem strategiske værdier?
- Hvordan måler man et projekts unik- og relevans-niveau?
- Hvordan måler man kvaliteten og værdien af
 - a) World Outgames 2009 som identitetsstrategi? (lige fra om der er vedtaget nye politikker, der gavner byens udvikling mod en tolerant storby til holdningsændringer blandt dens indbyggere)
 - b) World Outgames 2009 som incubator-strategi?

Organisatorisk:

- Hvordan sikrer man, at de nødvendige data løbende bliver indsamlet og i hvilken form (tekst, billeder, film etc.)?
- Hvilken form for data kan sekretariatet selv indsamle, og hvad er nødvendigt at lægge udenfor sekretariatet?
- Hvordan undgår man, at evalueringen bliver en yderligere arbejdsbelastning for medarbejderne på sekretariatet (som i forvejen er belastet af mange opgaver og få ressourcer)?
- Hvordan sikrer man legitimitet og en objektivitet i dataindsamling og -bearbejdning?

Formmæssigt:

- Hvordan skal refleksions- og evalueringsarbejdet formidles (rapport, bøger, film, Cd-rom, netudgave, konferencer, workshops, artikler i udvalgte (internationale) fagblade)?

Økonomi:

- Hvis vi ikke selv har økonomi til en egentlig evaluering af projektet, hvem kunne have interesse i at indgå som partnere, i realiseringen af evalueringen?

Tids- og handlingsplan:

- Hvor lidt er nok? Hvilket evaluerings- og refleksionsframework kan bære projektet igennem?
- Og hvornår skal hvad ske? Hvilke tidsplaner er nødvendige og realistiske?

Overstående spørgsmål og problemstillinger viser i al tydelighed, at det at evaluere et projekt som World Outgames er en særdeles kompleks opgave. Men også en umådelig spændende opgave, hvor resultatet kan være med til at kvalificere den aktuelle diskussion omkring hvilken samfundsværdi større begivenheder som World Outgames kan producere.

Men om denne dokumentation, refleksion og evaluering af World Outgames 2009 bliver så omfattende som beskrevet ovenfor, afhænger endnu engang udelukkende af projektets samlede økonomiske formåen.

For uanset om sekretariatet mener, at det er helt afgørende, at projektet bliver seriøst dokumenteret og evalueret, så vil det i sidste ende afhænge af hvilken ekstern finansiering, det er muligt at rejse.

Dog forsøger vi allerede nu internt i organisationen løbende at indsamle, dokumentere og reflektere over egen arbejdsindsats. Det er nærværende dokument blandt andet udtryk for. Refleksionsarbejdet på sekretariatet rummer også større stabsseminar (vi har allerede afholdt tre i løbet af foråret), kontinuerlige ugentlige ledelsesmøde og individuelle udviklingssamtaler.

Parallelt med ovenstående evalueringstanker og -overvejelser har sekretariatet allerede indgået et forpligtigende samarbejde med dokumentarfilm-selskabet Bullitt Film ved Vibeke Vogel.

Vibeke Vogel og hendes kollegaer har derfor fulgt sekretariatet fra første dag – stort set. Formålet er at producere en stor internationalt anlagt dokumentarfilm om homoliv og menneskerettigheder med afsæt i World Outgames 2009. Denne filmproduktion finansieres af eksterne midler og forventes færdig i 2010.

Vigtigste tiltag og opgaver i efteråret 2007

Med afsæt i de indhøstede erfaringer og konkrete resultater som sekretariatet har opnået det sidste halve år, er det vores egen opfattelse, at vi klædt godt på til at tage hul på en ny sæson fra medio august.

Vi har i sekretariatet – inden vi gik på sommerferie – identificeret nedenstående opgaver som de væsentligste i det kommende halvår. På hver af opgaverne er anslået, indenfor hvilken måned vi forventer at opgaven er løst.

Det er vigtigt at understrege, at disse deadlines er "anslåede deadlines". Hvilket også vil sige, at der selvfølgelig kan opstå problemer og uforudsete udfordringer undervejs i arbejdet, der gør, at disse deadlines bliver ændret. Derfor er fleksibilitet afgørende ikke mindst i et projekt som World Outgames 2009. Dagligt opstår nye overraskende forhindringer eller spændende nye muligheder – som ingen af os hverken havde set komme eller haft øje for blot få dage før.

Udover de nævnte konkrete opgaver og dermed delresultater vil sekretariatet være præget af alle de daglige gøremål, som vi i dette status-papir har valgt ikke at sætte fokus på.

Man kan sige, at nedenstående opgave-nedslag blot er toppen af sekretariats job-isbjerg.

August:

- Første internationale World Outgames nyhedsbrev udsendes til de 60.000 e-mailadresser, vi har fået overleveret fra Montreal. Herefter udsendes der nyhedsbrev hver måned.
- Der tages kontakt til relevante potentielle bestyrelsesmedlemmer af en kommende bestyrelse for World Outgames 2009.
- Stillingsopslag formuleres for henholdsvis IT-ansvarlig, frivillighedskoordinator og konferencekoordinator.
- Åbent hus arrangement specielt rettet mod det lokale homomiljø i forbindelse med Copenhagen Pride.
- Informationsmøde om World Outgames 2009 i Ålborg, Århus og Odense planlægges og relevante lokale samarbejdspartnere kontaktes (forventes gennemført i november).

September:

- World Outgames' nye hjemmeside går i luften, og erstatter dermed den nuværende hjemmeside under Wonderful Copenhagen.
- Invitation til orienteringsmøde og besøg i de nye lokaler i Farvergade for de enkelte politiske grupper i Borgerrepræsentation.
- Første egentlige pressemøde om World Outgames 2009, hvor vi også vil offentliggøre de første strategiske samarbejdspartnere og sponsorer.
- Møde med relevante ministerier om fremtidigt samarbejde. I første omgang Kulturministeriet, Erhvervsministeriet, Socialministeriet, Ligestillingsministeriet og Udenrigsministeriet.
- Invitation om at besøge sekretariatet sendes til relevante folketingsmedlemmer fra samtlige partier i Folketinget

- Første runde af sponsor-forhandlinger afsluttes. Dermed afklares også hvilke der kom hjem og hvilke der ikke gjorde.
- Samarbejdsrelationen og arbejdsfordelingen mellem World Outgames 2009 og Wonderful Copenhagen og VisitDK afklares
- Det endelige budget for World Outgames ligger klar.

Oktober:

- IT-ansvarlig, frivillighedskoordinator og konferencekoordinator ansættes
- Næste forhandlingsrunde i forhold til sponsorer igangsættes. Denne gang med særligt fokus på internationale sponsorer
- En række målrettede ansøgninger sendes til relevante offentlige og private fonde. Ikke mindst i forhold til konferencen, outreach-programmet og levevilkårsundersøgelse.
- Out Cities-projektets fremtid bliver afklaret i forbindelse med budgetforhandlingerne i borgerrepræsentationen. Hvis udfaldet er positivt inviteres de otte udvalgte storbyer til København i juli 2009. Hvis udfaldet er negativt justeres projektet enten ned eller lukkes.
- Bestyrelsen for World Outgames nedsættes og pressemeddelelse udsendes.
- Samarbejdsrelationen til Udenrigsministeriet fastlægges.

November:

- Frivilligorganisation etableres og projektlederuddannelse for frivillige går i gang.
- Bestyrelsesmøde i World Outgames' bestyrelse.
- Relevante samarbejdspartnere i Østeuropa og Rusland kortlægges – og en særlig Outreach-strategi i forhold til dette geografiske område formuleres.
- Et tilsvarende kortlægningsarbejde foretages i forhold til Norden (Sverige, Norge og Finland) samt Færøerne, Island og Grønland. Herefter tages der stilling til, hvordan World Outgames 2009 skal forholde os til vores egen "baghave".
- Første møde i det internationale ekspertpanel for konferencen afholdes i København.
- Møde i New York med relevante nordamerikanske samarbejdspartnere indenfor medier, potentielle sponsorer, interesseorganisationer samt ikke mindst de nordiske konsulater i New York.
- Fremtidigt muligt samarbejde mellem World Outgames 2009 og Stonewall Veteranerne afklares. Hvis der opnås enighed om et egentligt strategisk samarbejde offentliggøres dette evt. under møderne i New York.
- Informationstur rundt til Ålborg, Århus og Odense

December:

- Freedom-teamet (internationalt) og Love-teamet (lokalt) offentliggøres (dette projekt er ikke udfoldet i dette dokument). De to team skal på flotteste måde være ambassadører og talspersoner for World Outgames frem til juli 2009.
- De overordnede rammer for deltagerbetalte programmer i de tre programsøjler – sport, kultur og menneskerettighedskonference – ligger klar.
- Status-seminar for sekretariatet med særlig fokus på en evaluering af sponsor- og fundingstrategien; hvad fungerer? hvad fungerer ikke? Skal programambitionerne for World Outgames i forhold til disse overvejelser justeres enten ned eller op?
- Julekort og invitation til nytårskur/konference sendes ud til venner og nære samarbejdspartnere.

Afsluttende kommentarer

Som man kan se af ovenstående, har det været et produktivt og et særdeles målrettet forår for alle medarbejdere i World Outgames 2009 sekretariatet.

Et halvår hvor vi har gennemløbet hele den klassiske projekt-opstarts-proces, hvor vi har skullet blive enige om alle de helt mest basale, men ikke mindre vigtige, store som små, spørgsmål, som eksempelvis:

- Hvorfor har vi hver især overhovedet påtaget os denne spændende, men også umådeligt komplekse opgave? (ingen havde jo prøvet at arbejde sammen før!).
- Hvad går opgaven egentlig ud på? (styrker og svagheder, muligheder og trusler)
- Hvordan skal vi organisere os for at kunne løse opgaven? (roller, kompetence og ansvar)

Og også dybere spørgsmål som:

- Hvorfor er der overhovedet behov for en begivenhed som World Outgames 2009? (projektets samfundsrelevans)
- Hvad er det overordnede formål for projektet?
- Hvilke værdier og succeskriterier skal præge projektet og vort arbejde?
- Hvad er det grundlæggende koncept for begivenheden?

Når vi i sekretariatet ser tilbage på de allerførste strategiske formuleringer (Se bilag: Strategipapir fra januar 2007) og spoler filmen frem til i dag, seks måneder senere, går der (heldigvis) en værdimæssig rød tråd igennem hele projektet. En rød tråd der er spundet sammen af de fem strategiske værdier; bæredygtighed, kulturel mangfoldighed, social innovation, gennemsigtighed og generøsitet. Vi vil gøre alt for, at denne røde tråd kun bliver stærkere – og endnu mere synlige – over de næste to år.

Selvfølgelig er der i projekter som World Outgames 2009 en altid nærværende risiko for, at man bliver "hjemmeblinde". Dvs. at vi på sekretariatet ikke kan se de fejl, vi selv begår. Eller at der er behov og interesser i omverden, vi ikke tager så seriøst, som vi burde gøre.

Derfor siger vi på alle de møder, vi har deltaget i det seneste halvår, at den bedste hjælp vi overhovedet kan få, er hvis I/du vil fortælle os, hvis der er noget vi gør galt eller har glemt at tage højde for.

Det er ikke sikkert, at vi er enige med dig. Men vi vil sætte umådelig stor pris på, om du vil give os din ærlige og kærlig-kritiske mening om World Outgames 2009 som projekt. Og i umiddelbar forlængelse af dette: Hvordan synes du egentlig, at medarbejderne på sekretariatet forvalter det ansvar, vi hver især har påtaget os, i forhold til at realisere ambitionerne bag World Outgames 2009.

Så hvis du efter at have læst dette dokument enten er faldet over noget der tænder din røde alarmlampe. Eller du får en god idé eller to, der kan være med til at forbedre projektet, så send endelig dine overvejelser til os. Eller endnu bedre: Kom forbi Farvergade 10.

Det vil vi blive rigtig glade for.

For World Outgames 2009 bliver kun den begivenhed, som vi alle drømmer om, hvis alle gode kræfter bakker op om projektet. Også med relevant kritik.

Venlig hilsen

Sekretariatet, august 2007

**SERIOUS SPORT, SERIOUS CULTURE,
TOTALLY SERIOUS FUN**