

DM-UGEN

Baggrund

Gennem et halvt år har en projektgruppe, bestående af DIF-medarbejdere fra udviklings-, public affairs- og kommunikationsafdelingen, stukket en finger i jorden hos de tre primære interessentgrupper – specialforbundene, tv-stationerne og en kommune. Alle grupper har vist stor interesse for og opbakning til DM-ugen og er klar til at involvere sig i processen om at gå fra idé til handling. Projektgruppen har i opstarten også allieret sig med et konsulentbureau, som har hjulpet med databaserede anbefalinger på baggrund af analyser af de svenske og norske pendants til DM-ugen.

Vision og koncept

Visionen med en DM-uge er at skabe et fælles danmarksmesterskab på tværs af størstedelen af DIF's 62 specialforbund. Det fælles DM skal afholdes over en enkelt uge i den samme kommune. På den måde skaber DIF en folkefest i elitens tegn. En folkefest som samler specialforbundene og sætter spot på det ypperste fra dansk idræt over for den danske befolkning. DIF vil skabe et event, hvor man som dansker imponeres, glædes og får lyst til at dyrke og følge dansk idræt. Kort sagt: En DM-uge, der bevæger Danmark.

Ambitionsniveauet er stort, og der er masser af muligheder for kreativitet og innovation. DM-ugen skal naturligvis indeholde klassiske DM'er i haller og på stadions, i vand og på gaden, og hvor der kæmpes om EM- og VM-kvalifikationer. Alt dette præsenteret i en nyskabende og tiltrækkende indpakning, så både tilskuere på lægterne og bag TV-skærmen tiltrækkes.

Det handler om, at idrætterne skal afvikles seriøst og forsvarligt, men samtidig skal appellere til danskerne gennem fx et spektakulært visuelt set-up.

Udover selve DM-afviklingen, er det ambitionen at skabe en atletby, hvor alle atleter bor, spiser og træner sammen. Den idé har flere specialforbund været meget optaget af, da det vil skabe fællesskaber på tværs af idrætsgrene og lokke de bedste atleter til at deltage. Konceptet med atletbyen kendes bedst fra OL og European Games, og det er tanken at låne flere af de olympiske traditioner som fx åbnings- og afslutningsceremonierne, medaljeuddeling og atlethyldest på byens torv.

Hvad angår befolkningen, så er det tanken, at de skal have en folkefest, hvor de kan nyde idrætspræstationer fra allerøverste nationale hylde samtidig med, at man nyder byens øvrige tilbud. Man kunne i den forbindelse tænke i muligheden for, at danskerne kan købe et armbånd, som giver fri adgang til alt. Målet er fyldte tribuner.

Når toppen af dansk idræt er samlet, så er det også oplagt at afholde et 'Idrættens Folkemøde' for idrætspolitikere og evt. invitere udenlandske kontakter og kommercielle partnere. Denne mulighed er dog endnu uopdyrket.





De tre interessentgrupper

I DM-ugen er der tre primære interessentgrupper, som sammen skal udvikle og løfte eventet. Det er specialforbundene, kommunen og medierne. Vi har holdt indledende møder med alle tre interessentgrupper og fået meget positive tilkendegivelser og hensigtserklæringer retur.

Specialforbund

Uden specialforbundenes og atleternes opbakning er der ingen DM-uge. Projektet har en forhåndstilkendegivelse fra mere end 24 forbund, som seriøst overvejer at gå med i projektet. Denne interesse tegner godt for et stort og tiltrækkende event.

Kommunen

Den anden vigtige interessent er værtskommunen. Vi har haft en yderst god dialog med en kommune, hvori der ligger en af Danmarks største byer. Kommunen har den nødvendige og meget brede palette af idrætsfaciliteter i og omkring centrum, og kommunen har erfaringer med at afholde store events og har i øvrigt en eventafdeling at trække på.

Medier

Den tredje vigtige interessentgruppe i DM-ugen er tv-stationerne. Vi har haft dialog med flere af de store på det danske marked, og der er stor opbakning til at skabe et event med stor synlighed – og gerne i et samarbejde de to stationer imellem.