

# Guide for konference- værter

Din guide til smidig planlægning og afvikling



# Indholdsfortegnelse

Introduktion .....	3
<b>Fase 1: Personaleressourcer</b> .....	4
Organisationskomité og personale .....	4
Eksterne samarbejdspartnere .....	4
VisitHerning .....	4
OrgaNicer .....	4
MCH Messecenter Herning .....	4
<b>Fase 2: Rammer</b> .....	5
Tidspunkt .....	5
Sted .....	5
Form .....	5
Registrering og hotelhåndtering .....	6
Data og GDPR .....	7
<b>Fase 3: Program</b> .....	8
Fagligt program .....	8
Tema og form .....	8
Abstracts .....	8
Socialt og lokalt programt .....	9
Evaluering .....	10
<b>Fase 4: Økonomi</b> .....	11
Budget og finansiering .....	11
Deltagerbetaling .....	11
Andre indtægtskilder .....	11
Moms .....	12
<b>Fase 5: Kommunikation</b> .....	13
Markedsføring .....	13
Sociale medier .....	13
Kommunikationsplan .....	13
Konferencehjemmeside .....	13
Kontaktforløb .....	14
Presse .....	14
Trykte materialer .....	14
Foto og video .....	14
<b>Fase 6: Eksekvering</b> .....	15
Praktisk forberedelse og afholdelse .....	15
IT og AV .....	15
Forplejning .....	15
Tolkning .....	15
Parkering .....	15
Navneskilte .....	15
Registrering og infostand .....	16
Andre materialer .....	17

# Introduktion

Konferencer er en hjørnesten i faglig udvikling og udveksling af ny viden. Hvert år afholdes nationale og internationale konferencer med vidt forskelligt indhold og af forskellig størrelse. En stor del af konferencerne har skiftende værtskab og lokation.

At være vært for en sådan begivenhed er oftest forbundet med hæder og gode faglige muligheder – men det kan også være et stort arbejde. Mange fagfolk takker nej til rollen som vært for en konference, da det virker som en uoverkommelig opgave, og man ved ikke, hvordan man skal gribe det an. Sådan behøver det imidlertid ikke at være. Denne guide hjælper dig med at gøre opgaven overkommelig og viser, hvordan du kan gribe processen an lige fra de første spæde idéer i planlægningsfasen til afvikling på selve konferencedagen(e).

Formålet med denne guide er at give dig:

- et overblik over, hvordan du planlægger og afvikler en konference
- konkrete råd og værktøjer til at planlægge og afvikle en konference
- et overblik over, hvilken hjælp du kan få til at planlægge og afholde din konference.

Vi håber, at guiden vil give dig mod på at kaste dig ud i rollen som konferencevært. Og husk, at du kan få hjælp fra lokale aktører til hele processen.

Guiden tager udgangspunkt i seks overordnede faser i planlægningen og afviklingen af konferencer.



## Som en hjælpende hånd til planlægningsgruppen har vi lavet et procesværktøj.

Værktøjet kan bruges til at facilitere de første samtaler, hvor der skal diskuteres idéer, lægges planer og findes information. Det er et simpelt værktøj, som består af en oversigtsplade samt spørgsmålskort. Procesværktøjet og guiden supplerer hinanden. Du finder oversigtspladen på bagsiden af denne guide og spørgsmålskort online på [www.visitherning.dk/videnskonferencer](http://www.visitherning.dk/videnskonferencer)

Denne guide er baseret på:

- Erfaringer fra eventarbejdet i Herning Kommune, MCH og VisitHerning
- NIDO | danmarks og Hospitalsenheden Vests (Regionshospitalet Gødstrup) erfaringer fra nationale og internationale konferencer samt den årlige konference Forskningens Dag
- AU's Konferencehåndbog, der er udarbejdet i et samarbejde mellem Aarhus Universitet og VisitAarhus. Vi er glade for at kunne læne os op ad deres erfaringer og viden. Se konferencehåndbogen her: <https://medarbejdere.au.dk/administration/kommunikation/konferencer-og-arrangementer/konferencehaandbog/>

## FASE

# 1

## Personaleressourcer

### Organisationskomité og personale

Det er en god idé at sammensætte en organisationskomité med både kolleger og lokale samarbejdspartnere. Udover dem kan du overveje yderligere hjælp:

- Kan afdelingen stille en eller flere medarbejdere til rådighed?
- Er der mulighed for at hyre studentermedhjælperne?
- Skal der hyres eksterne leverandører?

Når konferencens emne, størrelse, længde og form er besluttet, og organisationskomitéen er nedsat, kan den konkrete planlægning af konferencens faglige, økonomiske, praktiske samt informations- og markedsføringsmæssige dele begynde.

Det er vigtigt at klarlægge fra starten, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver og på hvilke tidspunkter. En konference med f.eks. 300 deltagere, som skal overnatte to gange, kræver mange personaleressourcer og megen koordinering i organisationskomitéen/planlægningsgruppen.

### Eksterne samarbejdspartnere

#### VisitHerning

VisitHerning er turistforening for Herning og Ikast-Brande kommuner. VisitHerning har mange års erfaring med at udvikle, afholde og markedsføre events. Her kan du få hjælp til at komme godt fra start og få lavet en realistisk plan for dit arbejde med at byde på og arrangere en videnskonsference. Vi anbefaler, at du tager et indledende møde med VisitHerning/OrgaNicer (se nedenfor), hvis du planlægger at byde på en konference eller anden event.

#### OrgaNicer

OrgaNicer er VisitHernings møde- og eventbureau. Hos OrgaNicer kan du få hjælp til alt fra design af program til håndtering af hotelværelser. Du har fuld kontrol over, hvilke ydelser du køber, og alle priser forhandles efter tilbud.

OrgaNicer tilbyder:

- at give indledende sparring uden beregning
- at hjælpe med at designe program, gennemtænke den røde tråd og sætte ambitionsniveauet
- at koordinere og håndtere byens hotelværelser

under events. Udover kalenderen, så kender OrgaNicer prisniveauet og hjælper dig med at forhandle afbestillingsbetingelser og priser.

- at stå for registrering af deltagere og indhentning af abstracts. Med et fleksibelt registrerings-system i ryggen får du overblik og kan følge med i, hvordan tilmeldingerne tikker ind. Du kan lave matchmaking, trække lister, fordele folk i workshops osv.
- at stå for rejseplanlægning og visumansøgning
- at styre transport/shuttle fra sted til sted
- leje og håndtering af av-udstyr samt teknisk support.

Det er vigtigt at klarlægge fra starten, hvem der er ansvarlig for hvilke opgaver og på hvilke tidspunkter

Generelt gælder for denne guide, at når OrgaNicer nævnes, så skal du forvente, at OrgaNicer tager en provision eller betaling for ydelsen, og når VisitHerning nævnes, så er der tale om gratis hjælp, information og sparring. Hvis du er i tvivl om, hvordan du kan bruge byens serviceydelser, så kan du kontakte VisitHerning. Hvis du vælger at placere hele eller dele af dit arrangement i en anden kommune end Herning og Ikast-Brande, så kan du fortsat bruge OrgaNicer til at løse de praktiske opgaver. Læs mere om OrgaNicer på [www.organicer.dk](http://www.organicer.dk).

#### MCH Messecenter Herning

MCH Messecenter Herning har lokaler til alle typer og størrelser af konferencer og business events. Der er lokaliteter i centrum af Herning by såvel som på Vardevej. Tag kontakt til MCH for at høre mere om mulighederne.

- MCH Messecenter Herning
- MCH Herning Kongrescenter
- Jyske Bank Boxen
- MCH Arena

## FASE

# 2

## Rammer

### Tidspunkt

Når der skal sættes en dato for din konference, er det vigtigt at tjekke med både byens og branchens kalender, om der er andre planlagte events i tidsrummet. Særligt er det vigtigt, hvis der er overnatning med i konferencen, da værtsbyens hoteltæthedskapacitet kan være begrænset. Hvis du har internationale gæster, som flyver ind f.eks. dagen før, så vær opmærksom på, at mandag kan være en dårlig dag at starte. Det kan være svært for deltagerne at finde gode flyforbindelser på søndage.

### Sted

Dit valg af sted afhænger først og fremmest af, hvilken størrelse event du planlægger.

### Valg af lokation

- **Herning by og hele den vestlige region har en lang række mødefaciliteter, så du kan sagtens finde lige det, du synes giver mening for din konference. Mange hoteller har f.eks. plads til mindre møder og nogle op til et par hundrede mennesker. Det er også muligt at holde en konference i sportscentre, kunstmuseer osv. Se oversigt <https://www.visitherning.dk/moder-og-konferencer>.**

Vær særligt opmærksom på, at conferencehoteller, MCH m.fl. har en tætpakket kalender år ud i fremtiden med mange konferencer og events, så det er vigtigt, at du kontakter dem, og reserverer lokaler i god tid. Det er ligeledes vigtigt, at du følger op på reservationen igen, det øjeblik du ved, om konferencen er vundet eller tabt. Når du byder på en konference, er det en god ide at mødes med VisitHerning i budprocessen og få deres input til ledige perioder i destinationens eventkalender. Så er der større sandsynlighed for, at der er både lokaler og hotelværelser til rådighed.

Inden du beslutter dig for en lokation, bør du overveje dine pladsbehov, herunder:

- størrelsen på det primære konferencelokale
- behov for break-out lokaler til workshops og andre mindre oplæg/grupperarbejde

- behov for og ønsker til udstillingsplads
- bespisningslokale under konferencen og evt. aften
- opsætning af f.eks. telte eller andet alternativt behov for lokaler.

Øvrige ting du skal tænke på, inden du vælger lokation:

- infrastruktur – transport til og fra lokationen
- muligheder for at gå på shopping og besøge caféer m.v.
- mulighed for udendørsaktiviteter i naturskønne omgivelser
- mulighed for at dyrke sport, fitness eller andet
- pris
- forplejningsniveau og -kvalitet.

Vælger du en lokation, som ikke normalt afholder konferencer, f.eks. et kunstmuseum eller bibliotek, skal du være opmærksom på, at de ofte ikke har samme cateringfaciliteter, AV-løsninger osv. Uanset lokation skal du lave en klar og skriftlig aftale om afbestilling, så du ikke hæfter for ubrugte kuverter og andet.

Det kan også give god mening at tænke værtsområdets tilbud ind i et eventuelt festmiddage, velkomstarrangementer eller sociale side-events. Herning og omegn rummer en mængde hyggelige steder, som kan danne ramme om de lidt mere uformelle programpunkter. Kontakt VisitHerning og hør nærmere om mulighederne.

### Form

Som forberedelse til din budgetlægning er det vigtigt, at du overvejer niveauet for forplejning, underholdning, overnatning m.m. Skal der f.eks. være barista-kaffe i forhallen eller selvbetjening ved automaten?

- Skal konferencemateriale udgives i hardcover, eller er det bedre, at materialet kan downloades fra internettet?
- Skal der være gratis transport til og fra hoteller og gratis aftenarrangementer, eller må konference deltagerne selv sørge for logistikken?
- Skal oplægsholderne have deres rejseudgifter betalt og mulighed for at deltage gratis i konferencen, eller skal de betale det hele selv og have tak i form af et par flasker rødvin?
- Er der behov for forskellige typer værelser i forskellige priskategorier?

## FASE

# 2

## Rammer

Beslutninger om serviceniveauet har naturligvis konsekvenser for konferencens økonomi. Enten bliver deltagerbetalingen høj, eller også skal der laves et meget stort arbejde for at skaffe tilskud via legater, fonde og sponsorer.

Ønsker du at løfte konferencen til højeste kvalitetsniveau, kan det også være nødvendigt at få ekstern hjælp til det praktiske – for eksempel ved at købe hjælp fra OrgaNicer. En overdådig frugtbuffet kan ikke opveje, at der er kludder i hotelreservationerne.

En fornuftig planlægning forudsætter en realistisk forestilling om, hvor mange deltagere der kan forventes til konferencen.

Følgende faktorer spiller ind på deltagerantallet:

- det faglige program (herunder interessen for keynote speakers)
- det sociale program – muligheder for netværksdannelse
- konferencefaciliteternes størrelse
- hotelkapaciteten
- deltagergebyrets størrelse
- tidspunktet for konferencen og konferencens varighed
- værtsbyens attraktioner
- præsentation og markedsføring af konferencen.

Det er en god idé at arbejde med flere scenarier i budgettet for deltagerantal. Hvor højt et tal kan du max forvente, og hvor lavt et tal kan du realistisk gennemføre med? Desuden skal du nøje overveje konferencens varighed. Strækker konferencen sig over flere dage, kan man opleve, at nogle af deltagerne vælger kun at komme nogle få dage.

### Registrering og hotelhåndtering

Hvis du selv ønsker at stå for håndtering af tilmeldinger, betaling m.m., så skal du medregne en udgift til et registreringssystem. Det er for fejlbehæftet at køre registrering i mailboks og Excel-ark. Alternativt kan f.eks. OrgaNicer hjælpe med flere forskellige typer og prisniveauer for registrering af deltagere. Ofte håndterer OrgaNicer registrering i kombination med overnatning. Dermed vælger deltagerne bl.a. overnatning i forbindelse med, at de tilmelder sig konferencen.

Du bør tidligt i planlægningsprocessen overveje, om deltagerne selv skal sørge for at booke og betale for indkvartering, eller om du som arrangør boo-

ker og/eller betaler for dem. Hvis du vælger selv at håndtere indkvartering, skal du være opmærksom på en række ting.

Du har måske selv tidligere benyttet dig af SKI-aftaler (Statens Indkøbsprogram). Disse gælder ikke, når du forhåndsbooker et stort antal værelser til dine konferencegæster, som selv betaler ved afrejse. Hoteller forbeholder sig ret til at forhandle priser, når der er tale om flere end 20 værelser. Når I laver aftalen, så skal du have en dato for, hvornår værelserne automatisk frigives, hvis de ikke er blevet booket af dine gæster. Du hæfter som arrangør for alle hotelværelser, der er reserverede, men ikke solgt. Det gælder også ved såkaldte no shows – altså gæster som er tilmeldt, men ikke dukker op.

**Se liste over lokale hoteller på VisitHernings hjemmeside [www.visitherning.dk](http://www.visitherning.dk)**

Hvis du som arrangør booker og betaler:

- Forhåndsreservér det forventede antal værelser i god tid, f.eks. et til to år før konferencen. Der er en tæt kalender i Herning, så der er konkurrence om værelserne.
- Hvis deltagerne har deres partner med, så orienter dem om, at de selv skal afregne en prisforskel for et dobbeltværelse med hotellet.
- Gå i forhandling med hotellerne, og forsøg at forhandle en god grupperabat.
- Lav en klar og skriftlig aftale om afbestilling, så du ikke hæfter for ubrugte værelser.

Hvis deltagerne selv booker og betaler:

- Brug en konferencehjemmeside til at informere om udbuddet af hotelværelser i forskellige priskategorier, og sørg for at der er kontakt-oplysninger/link til booking.
- Kommuniker tydeligt, at deltagerne selv skal stå for betaling.
- Kommuniker tydeligt, at deltagerne selv hæfter for en eventuel afbestilling og depositum.

Hvis du som arrangør booker, og deltageren betaler:

- Forhåndsreservér det forventede antal værelser i god tid, f.eks. et til to år før konferencen. Der er en tæt kalender i bl.a. Herning, så der er konkurrence om værelserne.
- Gå i forhandling med stederne, og forsøg at forhandle en god grupperabat.
- Kommuniker tydeligt, at deltagerne selv skal stå for betaling.
- Kommuniker tydeligt, at deltagerne selv hæfter for en evt. afbestilling og depositum.
- Lav en klar aftale med hotellerne om automatisk frigivelse af reserverede værelser, og orientér deltagerne om, hvilken dato du senest kan tilbyde dem muligheden for at booke overnatning via dine aftaler.

**Aftal med hotellerne, hvordan du ønsker at fakturering skal foregå ift. EAN m.m. og tjek desuden, at prisen, antallet af værelser og overnatninger stemmer, når du modtager fakturaen.**

**Husk at spørge til deltagerens kostbehov ifm. deres registrering.**

### Data og GDPR

GDPR – håndtering af persondata – skal du som arrangør selvfølgelig også være opmærksom på ift. f.eks. deltagerlister, håndtering af kostinformation, opbevaring og sikring af data osv.

**Få information og rådgivning om håndtering af persondata hos Datatilsynet. <https://www.datatilsynet.dk/generelt-om-databeskyttelse/lovgivning/>**

Hvis du laver en deltagerliste, så skal du indhente samtykke fra den enkelte deltager til dette. De skal have mulighed for at vælge til og fra. Du kan spørge om dette ifm. tilmeldingen. Du kan ligeledes spørge dem, om du må kontakte dem en anden gang ifm. et lignende arrangement i fremtiden. Ellers er det ikke tilladt for dig at bruge deltagerlisten til andre formål.

Du skal behandle alle data, du modtager om og fra deltagerne med stor forsigtighed. Du må opbevare og anvende data, så længe det er relevant for konferencen.

Du kan til enhver tid se de gældende retningslinjer for opbevaring i Regnskabsloven.

Du skal være særligt opmærksom på, hvem du deler data med. Tænk over, hvem du deler deltagerlister osv. med. Når det gælder særligt personfølsomme oplysninger som f.eks. religion eller helbred, skal du være ekstra opmærksom på, hvem der får oplysninger, hvordan de opbevares under konferencen, og hvordan de slettes umiddelbart efter konferencen.

## FASE

# 3

## Program

### Fagligt program

Design af programmet er et af de steder, hvor du virkelig kan gøre en forskel for at gøre netop din konference særligt attraktiv. Programmet kan f.eks. skille sig ud ved at indeholde:

- en særlig efterspurgt speaker
- præsentation af et særligt forskningsresultat
- et exceptionelt netværksprogram
- eksklusive studieture og besøg på institutioner
- en helt ny måde at mødes fagligt på.

Det er en fordel at inddrage forskellige aktører i denne fase, så programmet bliver både interessant, realistisk og unikt. Du er f.eks. velkommen til at kontakte VisitHerning for sparring ift. tema og rød tråd i programmet.

### Tema og form

Under planlægningen af programmet er det vigtigt hele tiden at tage hensyn til, hvorfor folk deltager i konferencer. Generelt gælder, at folk deltager for at:

- tilegne sig ny viden
- samtale med ligesindede/interessefæller
- føle sig som en del af et fagligt fællesskab.

Start med at afklare, hvad konferencens præcise tema er. Er der undertemaer eller sideløbende temaer? Er konferencen med eller uden et call for abstracts? Hvis konferencen er med call for abstracts, skal dette udsendes i god tid. Derudover er det afgørende at få aftaler med keynote speakers på plads i god tid med tanke på markedsføring og tiltrækning af deltagere.

Uanset hvor professionelle og erfarne konferencedeltagere vi er, så kan vi alle have udfordringer med at holde koncentrationen igennem timer af envejs-foredrag og PowerPoints. Overvej for variationens skyld at inddrage alternative oplægs- og arbejdsformer, f.eks.:

- oplæg struktureret som interviews
- postersessioner
- workshops
- netværkssessioner
- paneldiskussioner
- samtalesaloner
- walk and talk i den friske luft.

Så snart temaet samt oplægs- og arbejdsformer er på plads, skal du:

- booke speakers m.fl. – vær ude i så god tid som muligt.
- briefe speakers m.fl. om taletid og andre forventninger til dem – f.eks. om du ønsker, at de inddrager tilhørerne.
- overvej at hyre en facilitator, hvis du ønsker at inddrage konferencedeltagerne og aktivere dem under foredrag og eventuelle paneldiskussioner.

Facilitatorens opgave er at facilitere såvel scenen som salen ved at:

- lægge en strategi for, hvordan spørgsmål fra salen kan struktureres
- holde styr på tiden
- holde styr på dialoger og diskussioner.

Endelig bør du huske at sætte rigelig tid af til frokost, f.eks. en time. Hvis der er mindre tid, får deltagere svært ved også at nå toilettet, ryge, tjekke mails, osv. De gør disse ting alligevel, og så skrider dit program efter frokost.

## Vi anbefaler, at du laver en klar procesplan for deadlines og ansvarsområde.

### Abstracts

Det kan være et stort arbejde at håndtere indkomne abstracts:

- Der skal holdes styr på, hvem der har indsendt, og hvem der evt. mangler.
- Abstracts skal evt. sendes til peer-review.
- Efter udvælgelse af abstracts skal forfatterne have besked og information om, hvor meget tid de har til præsentation og evt. diskussion i programmet, så de kan forberede sig bedst muligt.

Fastlæg en tidsplan og deadlines i planlægningen, så der er tid til at indsamle og udvælge abstracts. Overvej, hvordan abstracts skal præsenteres for konferencedeltagere, f.eks. på en eventhjemmeside eller i en konferenceapp evt. med begrænset adgang og udsendelser. Husk altid at indhente deltagernes forudgående tilladelse til at publicere abstracts, da de kan indeholde upublicerede forskningsresultater.

Der bør fra starten være en klar ansvarsfordeling i forhold til:

- hvem der modtager og registrerer abstracts
- hvordan abstracts videresendes
- hvem der skal udvælge abstracts
- hvem der giver besked til forfatteren m.v.

Ligeledes bør der fra starten fastsættes klare deadlines for indsendelse af abstracts, "notice of acceptance" m.v., og du bør også overveje, hvor mange abstracts det er relevant at efterspørge, og hvordan de skal bruges. Du kan hente hjælp til at indhente og håndtere abstracts hos OrgaNicer.

For at overskueliggøre arbejdet med abstracts kan det også være en god idé at udvikle en standardopsætning, som folk kan udfylde og sende ind. En standardopsætning for abstracts kunne f.eks. indeholde:

- et maksimumantal anslag for selve abstractet
- et felt til titel og evt. undertitel
- et felt til forfatterens navn, titel og affiliering
- et felt til referencer.

Det gør sortering, efterbehandling og evt. opsætning nemmere og mere effektiv.

### Socialt og lokalt program

Sideløbende med det faglige program er det vigtigt at gennemtænke det sociale program, som skal binde konferencen sammen, sikre at alle føler sig godt tilpas samt medvirke til, at deltagere tænker positivt tilbage på konferencen. Deltagerne husker konferencen og oplevelsen bedre, når de har haft en oplevelse af det sted, de har opholdt sig – en "sense of place".

Eksempler på aktiviteter i det sociale program:

- Velkomstreception  
Find inspiration til, hvor du kan afholde din velkomstreception: <https://www.visitherning.dk/moder-og-konferencer/hoteller-og-venues>
- (Fest)middag

Find inspiration til, hvor du kan afholde middagen: <https://www.visitherning.dk/moder-og-konferencer/hoteller-og-venues>

- Udflugter (seværdigheder, museer, byrundtur, naturudflugtsmål etc.)

Find inspiration til udflugtsmål her: <https://www.visitherning.dk/moder-og-konferencer/hvorfor-midtjylland>

- Outdoor (helikopterture, vandsportsaktiviteter, udflugt i naturen hvor frokosten f.eks. serveres rundt om bålet)  
Find inspiration til aktiviteter her: <https://www.visitherning.dk/moder-og-konferencer/udenfor-modelokalet>
- Netværksevents
- Ledsagerture og oplevelser for medfølgende ægtefæller.

VisitHerning kan hjælpe dig godt på vej med forslag til at lave et varieret og attraktivt socialt program, og du kan få hjælp til at planlægge alt det praktiske med guider, transport, forplejning osv. hos OrgaNicer.

### Tjekliste til sociale programmer:

- Fastlæg tid og sted.
- Reservér lokale og bestil evt. menu.
- Bestil borde og aftal opstilling.
- Overvej, hvem der skal byde velkommen.
- Overvej underholdning (koordineres med stedet).
- Gennemtænk teknikken (f.eks. projektor/mikrofoner/batterier/wifi/lyd/højtalere/tekniker osv.).
- Aftal pris.
- Husk at aftale deadline for afbestilling af bestilte kuverter ved eventuelle afmeldinger.

Hvis budgettet er stramt, kan du overveje brugerbetaling til et eller flere sociale arrangementer og festmiddage. En symbolsk betaling kan betyde, at de, som er tilmeldt, reelt også dukker op. Hvis du

# FASE

# 3

## Program

er bekymret for tilslutningen, så sørg for at betalingen til en eventuel fest/konferencemiddag er en del af konferencegebyret.

Hvis mange af deltagerne ikke kender hinanden, så kan det være fint med et lille afbræk i snakken ved bordene. Underholdning kan være mange ting – alt fra mentalister til standup-komikere og sangere. Kontakt VisitHerning for lokal inspiration til underholdning. Det kan også være, at du selv via dit netværk har kendskab til musikere eller lignende, der gerne vil stille op med underholdning.

### Evaluerings

Du skal allerede i starten af planlægningsarbejdet fastlægge dine mål for konferencen, så du senere i evalueringen kan vurdere, om konferencen har været en succes eller ej. Det er selvfølgelig muligt at lave trykte evalueringsskemaer, men det er omfattende at behandle efterfølgende. Der findes mange prisbillige digitale alternativer, så brug hellere dem.

Vær opmærksom på, om der er særlige krav til evalueringen fra bidragsydere eller konferenceejere.

Når du laver spørge-/evalueringsskemaer, er der en række ting, du skal tænke igennem. F.eks. hvordan du formulerer spørgsmålene. Husk generelt, at jo skarpere og bedre spørgsmålene er formuleret, desto bedre bliver præcisionen og anvendeligheden af besvarelserne. Udgangspunktet for det gode spørgeskema er først og fremmest, at du er klar over, præcis hvilken viden du vil have frem.

Generelt gælder:

(Kilde: Danmarks Evalueringsinstitut)

- Formulér et overordnet tema for evalueringen og skemaet.
- Tænk over, hvilken viden skemaet skal give.
- Beslut dig for, hvad den producerede viden skal anvendes til fremadrettet.

Code råd og tips:

- Spørgsmålene i et spørgeskema skal være enkle og ligetil at forstå for deltagerne. Undgå indviklede formuleringer.
- Det enkelte spørgsmål skal ikke spørge ind til flere forskellige emner. Vær opmærksom på, om du bruger ord som "og" samt "eller".
- Spørgsmålsformuleringer skal ikke lægge op til, at deltageren svarer i en bestemt retning. Spørg f.eks. helst ikke om, "hvor stor betydning" noget har for deltageren. Spørg hellere, hvilken betydning det har.
- Undgå at have for store forventninger til, hvor meget respondenterne kan huske, og hvor langt de skal kunne huske tilbage i skemaet.
- Brug aldrig ord og udtryk, der ikke umiddelbart forstås ens af alle. Brug kun ord og udtryk, alle kan forholde sig til. Brug desuden gerne korte ord, f.eks. "job" i stedet for "erhvervsarbejde".

# FASE

# 4

## Økonomi

Det væsentligste at forstå ved et konferencebudget er, at det skal være et "live" budget. Det kan være vanskeligt at forudsige alle udgifter, og det er vigtigt at opdatere budgettet jævnligt. Når du laver det første budgetkast i planlægningsforløbet, er det svært at være detaljeret. Jo flere detaljer der tilføjes efterhånden, jo bedre en fornemmelse får du for realismen i projektet.

### Budget og finansiering

For at påbegynde processen med at lave et realistisk budget for konferencen skal du i første omgang:

- indhente alle relevante tilbud på lokaler, forplejning osv.
- afklare dine indtægtsstrømme, herunder afgøre om deltagerne skal betale deltagergebyr.

Deltagergebyret vil oftest udgøre den største indtægtskilde ved konferencen og danne grundlag for en eventuel overvejelse om, hvorvidt du skal skaffe midler ud over deltagerbetalingen.

Når du udfærdiger budgettet, skal du:

- opstille alle forventede udgifter i detaljer, både til drift og løn
- opstille alle forventede indtægter
- være opmærksom på reglerne for moms, herunder muligheden for at trække momsen fra på bestemte typer udgifter (se senere afsnit om moms)
- overveje, hvad der skal ske med et eventuelt overskud eller underskud.

Se eksempler på, hvordan et budget til en videnskabskonference kan konstrueres:  
<https://www.visitherning.dk/moder-og-konferencer>

Du er også velkommen til at kontakte OrgaNicer for eksempler og hjælp til budgetlægning.

### Deltagerbetaling

Der kan være stor forskel på tradition for/imod deltagerbetaling og størrelsen på samme. Hvis du beslutter dig for deltagerbetaling, så kan det være en god idé at lave to niveauer for deltagerbetaling:

- Early bird-pris: Inden for en given tidsfrist kan deltagerne tilmelde sig til en rabatteret pris – en såkaldt early bird-pris. Det kan f.eks. være indtil to måneder før konferencen.
- Fuld pris: Tilmelder man sig efter denne early bird-dato, men inden den endelige frist, betaler man fuld pris.

Early bird giver dig den fordel, at du tidligere får en fornemmelse af antal tilmeldte, ligesom du kan justere antal hotelværelser, som du eventuelt har forhåndsbooket.

Håndtering af tilmeldinger, hotelbookinger, opkrævninger af indbetaling osv. er en ressourcekrævende opgave. Ved større konferencer kan det være en fordel at lade f.eks. OrgaNicer håndtere den del mod betaling. De har tilmeldings- og registrerings-systemer, håndterer det praktiske, forhandler priser med hoteller og sikrer, at du ikke misser en dato i din forhåndsbooking og dermed hænger på en regning for værelser, du alligevel ikke skal bruge.

### Andre indtægtskilder

Salg af stande, sponsorer osv. er også mulige indtægtskilder. Disse muligheder kræver nogle overvejelser fra dig som arrangør, f.eks. i form af at møde sponsoreres forventninger foruden nøje at undersøge officielle retningslinjer.

- Sammensæt en liste over potentielle sponsorer og samarbejdspartnere.
- Forhold dig til og overhold eventuelle officielle retningslinjer.
- Gennemgå sponsorerne/samarbejdspartnerne forventninger til samarbejdet.
- Lav klare skriftlige aftaler med sponsorerne/samarbejdspartnerne.
- Kontakt din regnskabsafdeling for at få vejledning til håndtering af dine indtægtskilder – regnskabsreglerne varierer afhængig af indtægtskilder og -typer.

Eksempler på eksterne finansieringskilder kan være:

- private fonde
- offentlige instanser og puljer
- private virksomheder
- foreninger.

## FASE

# 4

## Økonomi

Ofte er samarbejdspartnere interesserede i f.eks. at udstille eller at støtte relevante dele af konferencen.

- Brancheproducenter kan være interesserede i at udstille produkter og ny viden, eller måske kan de være vært for en lille sideevent med virksomhedsbesøg og oplæg.
- Et fødevarerfirma kan være interesseret i at levere drikkevarer eller menuer mod at blive nævnt som leverandør.
- Forlag kan udstille med en bogstand, hvorfra de kan sælge udgivelser, eller de kan være sponsor for en tryksag relateret til konferencen, hvor de bliver profileret.
- Aviser eller (fag)blade kan være interesserede i at blive mediepartnere og lave en særlig prisaftale med dig, hvor du anvender dem til den primære deltagermarkedsføring.

### Moms

Vær opmærksom på, at du har mulighed for at trække moms fra på bestemte typer udgifter. Momsfradrag kan kun opnås, hvis der er lovhjemmel til fradrag. Dette er vigtigt i forhold til din budgetlægning. Du kan helt eller delvis løfte moms af på bl.a. bispisning og hotelovernatning. På udgifter

til f.eks. transport, blomster, udstyr og lokaleleje er der fuld afløftning af moms. Kontakt din regnskabsafdeling for at høre nærmere om reglerne.

Som hovedregel vil deltagergebyr i forbindelse med konferencer være momspligtigt, idet der er tale om videndeling og ikke en kompetencegivende undervisningsydelse. Momspligten gælder både for danske og udenlandske deltagere/betalere.

Når du udfærdiger dit budget, er det altså centralt, at du oplister udgifter til f.eks. busser, tryksager, lokaleleje osv. ekskl. moms. Hvis du ligeledes under indtægter budgetterer med deltagergebyr til konferencen, skal dette lægges i budget ekskl. moms, MEN ved beregning af deltagergebyret, skal du lægge 25% moms oveni. Så hvis du f.eks. budgetterer med et deltagergebyr på 2.000 kr. pr. deltager, så sætter du dette tal pr. deltager som indtægt i dit budget, men du opkræver 2.500 kr. hos deltageren.

## FASE

# 5

## Kommunikation

Ingen markedsføring – ingen deltagere!

Derfor er det vigtigt at lægge en god strategi for kommunikation om konferencen. I forbindelse med håndtering og opbevaring af tilmeldinger og deltagerkommunikation er det vigtigt også at læse afsnittet om persondata: "Data og GDPR" på side 7.

### Markedsføring

Som udgangspunkt for al din kommunikation og markedsføring af konferencen skal du have afklaret et eventuelt grafisk udtryk. Logo, farvekoder osv. kan være givet på forhånd. I så fald er det vigtigt, at du hurtigt modtager en designmanual med anvisninger for, hvordan og hvornår du må bruge konferencens grafiske udtryk. Hvis der ikke er fastlagt grafisk udtryk, så kan du få hjælp til dette ved f.eks. et reklamebureau. Du kan også kontakte OrgaNicer og lade en af deres underleverandører udforme en manual for dig.

## Husk at anvende designmanualen til alle de trykte og digitale materialer.

Når du har designmanualen på plads, kan du overveje, hvordan du ønsker at markedsføre konferencen, og hvordan du generelt vil kommunikere med deltagerne, herunder:

- konferencehjemmeside med program, praktisk information, præsentation af speakere, præsentation af sponsorer/samarbejdspartnere, information om destinationens seværdigheder og aktiviteter
- fagmedier, hvor du kan købe annoncering og aftale redaktionel omtale af nøgleemner i konferencen
- invitationer, hvor deltagere inspireres til at deltage, guides igennem et registreringsforløb, opfordres til at indsende abstracts osv.
- sociale medier, hvor der er mulighed for annoncering, social interaktion mellem deltagerne inden konferencen, aftaler om samkørsel osv.
- pressehåndtering, f.eks. pressemeddelelse samt invitation af presse og videnskabsjournalister.

### Sociale medier

Hvis der allerede eksisterer grupper, f.eks. på Facebook eller LinkedIn, hvor potentielle deltagere diskuterer faglige emner, så er det oplagt at spørge administratoren, om det er muligt at lave lidt omtale af konferencen i gruppen.

Hvis du selv har erfaring med annoncering i sociale medier, kan du afsætte beløb til dette i dit budget, men hvis ikke, så findes der mange bureauer, som kan hjælpe dig med at strukturere online markedsføring. VisitHerning kan hjælpe dig med en henvisning, hvis ikke du selv vil afsøge markedet.

### Kommunikationsplan

Det er en rigtig god idé at lave en kommunikationsplan for konferencen, der udspecificerer:

- budskab
- tidspunkt for kommunikation
- målgruppe
- medie
- opgaveansvarlig
- budget.

Det er særligt vigtigt, at deltagerkommunikationen drøftes grundigt igennem, hvis der er udenlandske deltagere, som skal planlægge deres rejse i god tid og f.eks. søge visum. Afklar, hvilken information deltagerne skal modtage på hvilket tidspunkt.

Hvis du skal udarbejde budmateriale til en (inter)national organisation, så kan VisitHerning være dig behjælpelig med artikler, billeder og videomateriale om lokalområdet. Materialet kan også anvendes senere som markedsføring målrettet deltagerne.

### Konferencehjemmeside

For at maksimere antallet af deltagere på konferencen er det vigtigt, at din konferencehjemmeside hurtigt er oppe at køre. Så tidligt som muligt skal konferencens navn, tema, tid og sted annonceres. Så kan du løbende opdatere den, efterhånden som speakere bookes og programmet formes. Husk at skrive, at der er tale om et foreløbigt program – ændringer kan forekomme.

## FASE

# 5

## Kommunikation

Emner/elementer som en konferencehjemmeside kan indeholde og beskrive:

- programoverblik med tidsplan, speakers, sted, titel på oplæg eller workshop og indlagte pauser
- præsentation af speakers
- socialt program med info om gallamiddag og mulighed for rundvisninger eller andre sight-seeing-aktiviteter. Husk at angive, hvis tilmelding/betaling er nødvendigt.
- link til tilmelding
- oplysning om tilmeldingsfrist
- priser (early bird og fuld pris)
- call for abstracts – praktisk info og tilmeldingsfrist
- indsendte abstracts samt andet fagligt baggrundsmateriale (som må publiceres offentligt)
- oplysninger om lokal styregruppe og kontaktpersoner
- praktiske informationer om rejse til Danmark for udlændinge, f.eks. info om valuta, visum, nærmeste lufthavn
- information om konferencestedet
- information om overnatningsmuligheder, priser og regler
- transport til og fra mødevenue samt parkeringsmuligheder
- præsentation af sponsorer med logo og link til deres hjemmesider
- link til VisitHerning med info om hele destinationen.

Du kan supplere din konferencehjemmeside med en conference-app. Læs mere om conference-apps og deres muligheder her: [www.organicer.dk](http://www.organicer.dk)

### Kontaktforløb

Uanset om invitationerne er digitale eller trykte, så skal du planlægge et udsendelses- og registreringsforløb:

- Lav en udsendelsesliste (personlige kontakter, institutioner og afdelinger).
- Overvej, hvor mange runder af udsendelser af invitationer du vil lave.
- Overvej, hvornår du vil sende hvad ud til hvem.
- Sørg for, at det er muligt at tilmelde sig, inden du udsender første gang.

Du kan også tilbyde muligheden for at tilmelde sig et nyhedsbrev i forbindelse med konferencen. Det kan være en god idé, f.eks. i tilmeldingen, at bede folk om at angive, hvorvidt de ønsker at modtage information om tilsvarende konferencer – på den måde får du en kontakliste med personer, som du kan starte med, næste gang du afholder en lignende konference.

### Presse

Afklar hvem der skal være presseansvarlig og håndtere henvendelser fra pressen før, under og efter konferencen. Alle bør vide, hvem den ansvarlige er, og hvordan man får fat i vedkommende.

Den presseansvarlige har ansvar for at skrive og distribuere pressemeddelelser om konferencen. Overvej, om pressemeddelelsen skal oversættes til engelsk og distribueres i udlandet. Afklar, om der internt er adgang til en database over videnskabsjournalister m.fl., eller om du skal købe adgang til en ekstern.

### Trykte materialer

Endelig bør du afklare behovet for trykte materialer såsom:

- invitation
- informationsbrochure
- program
- menuskilte til frokost/middag
- navneskilte og keyhangers
- navneskilte til reserverede pladser
- deltagerlister
- vejviserskilte
- bannere til bygninger, scene eller bagvæg
- roll-ups
- plakat med bustider og flytider.

### Foto og video

Det kan være meget værdifuldt for den efterfølgende markedsføring af en konference at have foto og video fra tidligere konferencer. Hvis du ønsker at optage og fotografere, så skal du informere deltagerne om dette på hjemmesiden og ved velkomsten. Hvis der er nogle, som ikke ønsker at optræde på billeder, så har de ret til dette og skal kontakte dig.

## FASE

# 6

## Eksekvering

Den sjette fase dækker primært over aktiviteter i ugerne op til konferencen. Der kan dog være emner som f.eks. forplejning, der skal gennemtænkes i god tid i forbindelse med budgetlægning. Der er mange små og store emner, som skal tjekkes op på, og mange af de ting, der er planlagt i de forudgående faser, kan først udføres nu.

### Praktisk forberedelse og afholdelse

Der er meget, du skal omkring, men noget af det væsentligste kan du få hjælp til, som f.eks. håndtering af hoteller til overnattende deltagere, styring af transport/shuttle fra sted til sted, av-udstyr, teknisk support og ikke mindst registrering. Et fleksibelt registreringssystem giver dig overblik, og du kan følge med i, hvordan tilmeldingerne tikker ind, du kan lave matchmaking, trække lister, fordele folk i workshops osv.

### IT og AV

Sørg for at ankomme til konferencestedet i god tid, så du bl.a. har tid til at kontrollere, at al teknik i lokalerne fungerer. Sikr dig, at du har en teknik-kontaktperson på konferencestedet, som du hurtigt kan tilkalde, hvis noget fejler.

Sørg for, at koden til stedets wifi er synlig f.eks. på små kort på bordene eller på plakater fordelt i lokalerne.

Tjek gerne, at følgende virker:

- persienner/mørklægningsgardiner
- lysstyring
- mikrofoner
- fjernbetjening – og at der er nye batterier indenfor rækkevidde
- speakeroplæg lagt på den computer, som er sat til projektor.

Det kan være en god idé at have f.eks. en studentermedhjælper i hvert lokale, så der altid er en til at

tage action ved teknikproblemer. Brief dem godt inden dagen.

### Forplejning

Du skal budgettere med tre typer af forplejning under konferencen:

- hovedmåltider som frokost og middag
- pauseforplejning f.eks. frugt, kaffe og vand
- lokaleforplejning f.eks. vand på podiet til speakers eller kaffe på bordene under oplæg.

Sørg gerne for, at maden er tydeligt skiltet, hvis der er buffet, og særligt hvis der er udenlandske deltagere. Tag hensyn til vegetarer osv. ved at indhente information om dette i forbindelse med deres tilmelding.

Det er en god idé at lægge langt det meste af forplejningen ind under conferencegebyret. Du kan dog overveje at lave separat tilmelding og betaling til en eventuel festmiddag.

### Tolkning

Overvej om tolkning og tolkeudstyr er nødvendigt. I så fald findes der virksomheder, der tilbyder såvel udleje af udstyr som tolke.

### Parkering

Sørg for at finde ud af hvilke parkeringsmuligheder, der er på lokationen, herunder hvor lang tid man må holde der, og om det koster noget. Kun til meget store konferencer, der afholdes i MCH Herning Kongrescenter, udstedes der parkeringstilladelser. Derfor er det vigtigt, at du informerer dine deltagere om, hvor i byen de finder gratis langtidsparkering. Informér deltagerne i god tid inden konferencen via din konferencehjemmeside eller lignende.

### Navneskilte

Nogle registreringssystemer kan selv producere navneskilte til tryk ud fra deltagerens tilmeldingsinfo. Hvis en simpel løsning er nok, så kan dette være en mulighed. Undgå så vidt muligt, at deltagerne selv skal skrive på navneskiltet, at de skal stikke hul i tøjet eller klistre det på jakken osv. Der er særligt mange kvinder, der foretrækker en keyhanger eller lignende, så deres tøj ikke ødelægges.

Kontakt OrgaNicer, hvis du ønsker et mere professionelt grafisk opsat navneskilt med logoer osv.



# FASE

# 6

## Eksekvering

### Registrering og infostand

Det er en god idé at åbne for registrering en time inden konferencestart, så der ikke opstår meget kø. Placér alle navneskilte i alfabetisk orden og hav 1-2 personer, som uddeler keyhanger, konferencemappe osv., hvis dette ikke ligger på bordene eller i konference-app'en. Disse personer skal briefes af dig og dine medarbejdere om alt, lige fra hvor toiletterne er til garderobemulighed, workshop-lokaler, check-in-tider på hoteller, parkeringsregler osv.

**Vær generelt opmærksom på, at du har bemanding nok på dagen(e). Særligt, hvis du selv skal stå på scenen. Det kan ofte være en god idé at holde et briefing-møde med konferencestedet samt egne medarbejdere og hjælpere kort tid før arrangementet, så alle er med på præcist, hvad der skal ske, hvem de kan gå til ved spørgsmål, og hvad deres rolle er.**

### Andre materialer

Hvis du ønsker at have fokus på miljøbelastningen på din konference, kan du overveje de digitale løsninger beskrevet i denne guide. Men nogle gange er det en fordel med trykte materialer, og så kan en løsning være at lave en buffet med materialer, så deltagerne kan tage det, de ønsker. Det kan f.eks. være:

- papirblok
- kuglepen
- deltagerliste
- merchandise f.eks. postkort eller regnslag
- abstracts/papers, der ikke er sendt ud på forhånd
- information om taxa, bybusser eller konferencebusser, hvis dette er relevant
- turistinfo f.eks. guide til Top Ti-oplevelser eller brandmagasin.

# NOTER

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**NOTER**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**NOTER**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

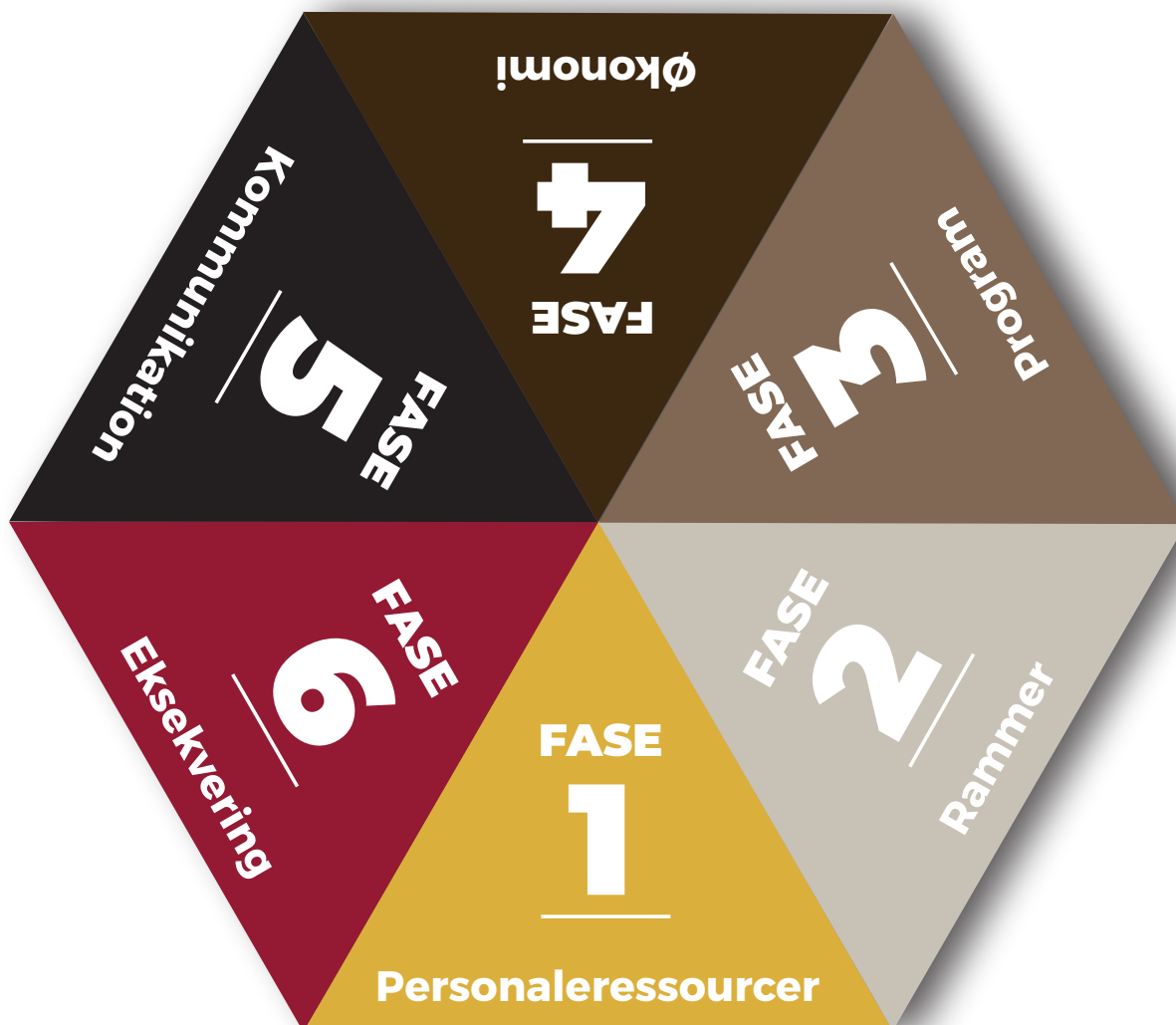
---

---

---

## Procesværktøj

Brug procesværktøjet til at kick-starte din planlægningsproces.  
Læs meget mere på [www.visit herning.dk/videnskonferencer](http://www.visit herning.dk/videnskonferencer)



Guiden er udarbejdet i et samarbejde mellem:  
NIDO | danmark, center for forskning og uddannelse, Hospitalsenheden Vest/Regionshospitalet Gødstrup  
VisitHerning, Østergade 21, 7400 Herning, [www.visit herning.dk](http://www.visit herning.dk)  
MCH Messecenter Herning, Vardevej 1, 7400 Herning, [www.mch.dk](http://www.mch.dk)  
Herning Kommune, Torvet 1, 7400 Herning, [www.herning.dk](http://www.herning.dk)  
og støttet af Region Midtjylland og Danmarks Erhvervsfremmestyrelse.