



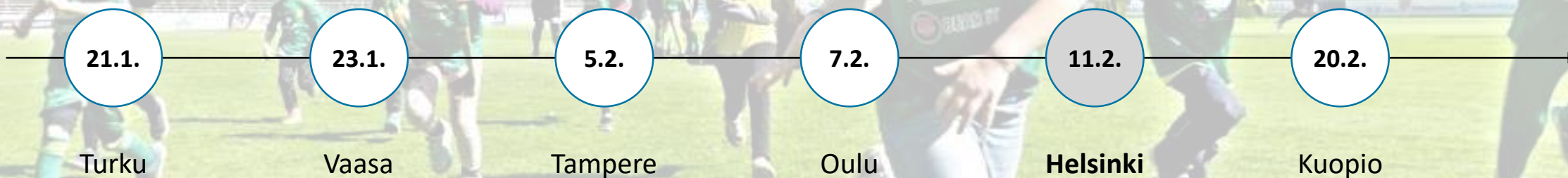
Naisista ja tytöistä kasvua jalkapalloperheeseen

Alueelliset työpajat
Helsinki 11.2.2020
Klo 17-20 Bolt Arena



Alueelliset työpajat tammi-helmikuussa

Naisista ja tytöistä kasvua jalkapalloperheeseen



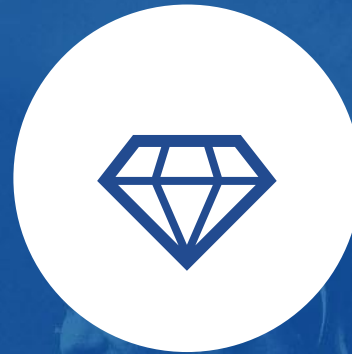


Alueelliset työpajat

Tavoitteet



Pohtia naisten jalkapallon kasvun tarjoamaa potentiaalia oman seuran näkökulmasta



Hahmottaa valtakunnallisesti tärkeimpiä kehitysteemoja



Tunnistaa seurojen tarpeita valtakunnallista toimintamallia luotaessa



Alueelliset työpajat

Agenda

Agenda



- Työpajan avaus ja agenda
- Naisten jalkapallon kasvu ja suuntaviivat
 - Kasvumahdollisuudet oman seuran näkökulmasta
- Time for action – mitä tarkoittaa Suomessa?
- Päätös ja seuraavat askeleet



Ketä meitä täällä on...

Nimi ja rooli omassa pöytäryhmässä

Ja pohtikaa **kaksi sanaa** kuvaamaan, miltä menestys jalkapallossa naisten ja tyttöjen puolella tarkoittaa?



Mitä menestys jalkapallossa naisten ja tyttöjen puolella tarkoittaa? Kaksi sanaa

- Näkyvyys,
- Arvostus, tiedon lisääminen siitä, mitä jalkapallo on tyttöjen ja naisten lajina
- Arvostus, yhdenvertaisuus
- Yhtäläiset mahdollisuudet
- Harrastajamäärät
- Määrän kasvattaminen, kilpailullinen menestys
- Pelaajamäärä, positiivisuus
- Pelaajamäärä, sitoutuneet ihmiset kaikilla tasoilla
- Yhteisöllisyys, intohimo



Alueelliset työpajat

Agenda

Agenda



- Työpajan avaus ja agenda
- Naisten jalkapallon kasvu ja suuntaviivat
 - Kasvumahdollisuudet oman seuran näkökulmasta
- Time for action – mitä tarkoittaa Suomessa?
- Päätös ja seuraavat askeleet



Tänä päivänä nuorilla tytöillä on mahdollisuus tavoitella uraa Manchester Unitedin, Barcelonan tai Juventuksen kaltaisissa seuroissa.

A close-up portrait of Jean-Michel Aulas, President of Lyon, looking slightly to the left. He is wearing a dark blue suit, a white shirt, and a dark blue tie. The background is blurred, showing a stadium setting with blue and white elements.

“We did it, and today we have the results we deserve.”

- Jean Michael Aulas, President of Lyon



Sarai Bareman
FIFA Chief Women's Football Officer

*“The most important thing in women’s game is not financial or commercial part,
but culture change”*

- Sarai Bareman, Head of Women’s Football, FIFA

FIFA

Vuonna 2019 yleisömäärät, mediaoikeudet sekä kaupallisten kumppanien kiinnostus kasvoi merkittävästi



Naisten jalkapalloliigojen esitysoikeudet NENT Groupille

Nordic Entertainment Group © 27.8.2019, 09:15



TheFA **PLAYER**

Kasvava määrä miesten seuraorganisaatioita hakee kasvua naisten jalkapallosta

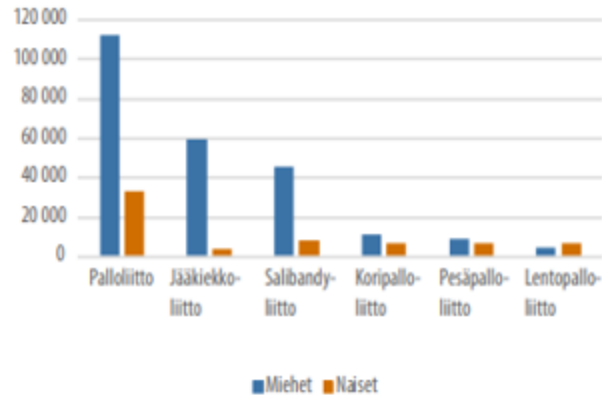
"Not just lip service"



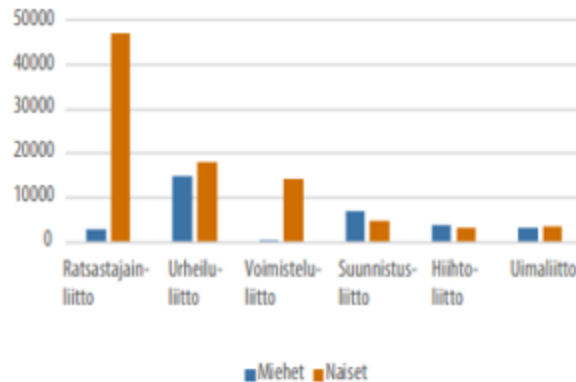
Pelaajista on tullut tähtiä ja heidän persoonansa tunnetaan



Jalkapallo on 32 000 pelipassilaisella suosituin joukkuelaji tytöille ja naisille



Kuvio 17. Kuuden suurimman joukkuelajin lisenssien määrä miehillä ja naisilla.



Kuvio 18. Kuuden suurimman yksilölajin lisenssien määrä miehillä ja naisilla.

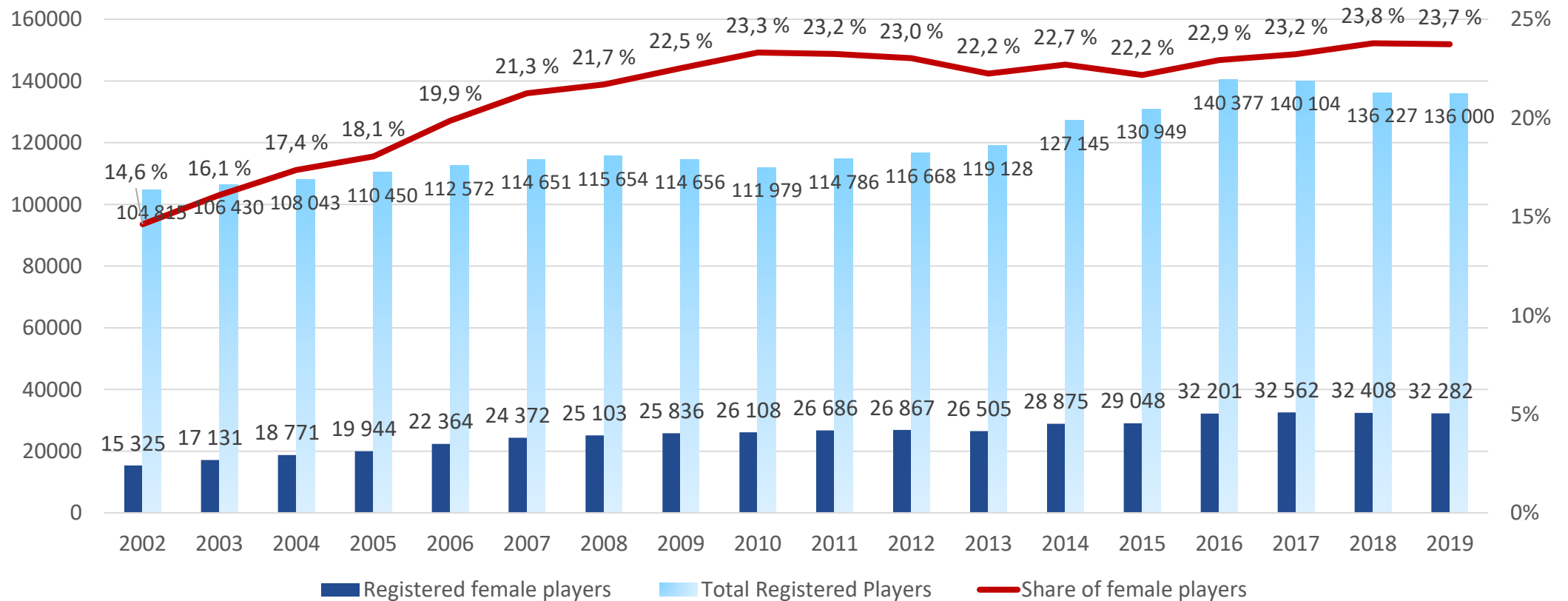
Huomioiden kaikki urheilulajit, on realistista tavoitella jalkapallon kasvua suurimmaksi urheilulajiksi tyttöjen ja naisten puolella

(e.g. Ratsastus 45 000, Golf 37 000)



Rekisteröityneiden pelaajien kasvu

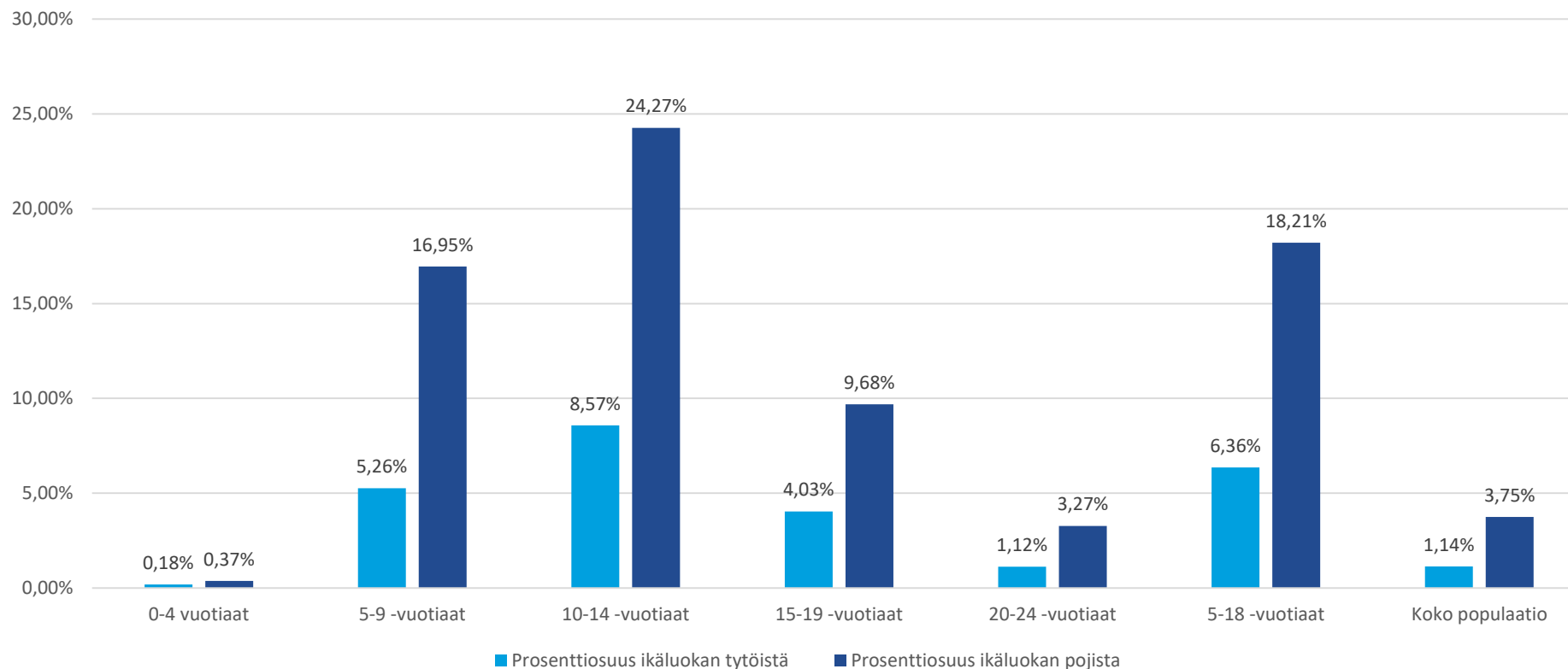
Tytöt ja naiset



Rekisteröityneet pelaajat ikäluokittain suhteessa ikäluokan koko populaatioon



Tyttöjen ja poikien rekisteröityneiden pelaajien määrät suhteessa ikäluokan populaatioon / sukupuoli





UEFA coaching licenses (as of spring 2019)

Type	Women	Men	Total	Share (%) Women/Total
UEFA Pro	2	128	130	1,5 %
UEFA A	10	241	251	4,0 %
UEFA B	35	848	883	4,0 %
UEFA Futsal B	1	36	37	2,7 %
UEFA GK A	1	16	17	5,9 %

Naisten Liigan visio ja strategiset painopisteet 2020-2023



Samanarvoisesti • Menestyen • Uskaltaen

Visio 2023: Modernia huippu-urheilua

**Identiteetin luominen
markkinoinnin ja
viestinnän keinoin**

Tavoite: Tunnettu brändi

Brändi-identiteetin luominen
ja vahvistaminen

Persoonien ja tarinoiden
esiintuonti

Pitkäjänteisen
mediakumppanuuden
solmiminen

Ottelutapahtumakonseptit ja
tuki seurojen yhteisöllisyyden
vahvistamiseen

**Pitkäjänteisten
kumppanuuksien
rakentaminen**

**Tavoite: Vaikuttavuutta
luova Naisten Liiga**

Kaupallisen arvon
kasvattaminen ja
kumppanuuksien rakentaminen

Olosuhde- ja
yhdenvertaisuusvaikuttavuuden
ja arvonluonnin lisääminen
sidosryhmäverkostossa

Myyntiresurssien vahvistaminen

**Urheilun arjen
vahvistaminen**

**Tavoite: Mahdollisuus valita
jalkapallo**

Valmentajien tukeminen
arjessa

Pelaajien kaksoisurien
tukeminen

Kilpailumallin uudistaminen

Pelin vaatimusten
kehittäminen ja
kansainvälisten otteluiden
määrän lisääminen

**Organisaatioiden
kehittyminen**

**Tavoite: Ammattimaiset,
hyvinvoivat organisaatio**

Liigan johtamismallin
päivittäminen

Naisten ykkösen mukaantuonti
yhteisen kehittämisen piiriin

Seurojen pitkäjänteisen
kehittämisen tukeminen

Seurojen kaupallisen arvon
kasvattamisen tukeminen



HAVAINTO

Naisten sarjat ovat
'naisten versioita' miesten
sarjoista, jotka mielletään 'pääsarjoiksi'



ENTÄ JOS

Naisten liiga olisi yksinkertaisesti
loistavasti brändätty, arvostettu, ja
muiden sarjojen esikuvaksi sopiva
pääsarja – eikä mikään
versio mistään?



BUNDESLIGA



Esimerkkejä Suomesta

KuPS



”Haluamme profiloitua kaikkien KuPS:ksi ja tällä tavalla saamme aivan eri tavalla kokonaiset perheet mukaan seuramme arkeen ja juhlaan”

- Yhteisöllisyys, vaikutusvalta ja näkyvyys sekä paikallisesti että valtakunnallisesti
- Pallokissojen naiset fuusioituivat KuPS Oy:n kanssa, myös junioreiden yhdistyessä 3500 harrastajaa perheineen
- Osaamisen hyödyntäminen ja synergiaedut niin pelaajien kuin valmentajienkin kehittämisessä sekä kaupallisesti





Esimerkkejä Suomesta

FC Reipas

Vuodesta 2015 tehty valinta viestiä erityisesti tyttöjä silmällä pitäen

- kuvituksessa käytetään paljon tyttöjä sekä tehdään aktiivisesti uutisia tyttöjen toiminnasta
- Osittain tämän viestinnällisen valinnan kautta tyttöjen määrä on 4 vuodessa lisääntynyt 50 pelaajasta 200 pelaajaan.

FC Reippaan jalkapallokoulu

5-11 vuotiaille tytöille ja pojille 3.-16.6.

*Iloa
Innostumista
Intohimeaa*

PELIKENTÄT
 Heiskan
 Hennala
 Jalakaranta
 Karisto
 Kasakkamäki
 Kisapaista
 Lauhe
 Länsiharju
 Makkala
 Möysä
 Renkumäki
 Säämäniemi (Mittala)

KELLONAJAT
 10.00-11.30-14.00-17.00-18.30

ILMOITTAUTUMINEN
 www.fcreipas.fi

OSALLISTUMISMAKSU
 95 €
 - FC Lahden kausikortti aikustaa
 5 euron alennuksen
 - Sisällemaksu -50%

VARUSTEPAKETTI
 - kengät 1-panta,
 juomapullo ja pallo

Ilmoittaudu ja lisätiedot:
 www.fcreipas.fi
 info@fcreipas.fi / 044 358 0080

Yhteistyössä:
TVKKimäki

VAHVEMM AT YHDESSÄ

Esimerkkejä Suomesta

HJK



”Tahdomme, että kaikki se mikä urheilumaailmassa ja unelmien tavoittelussa on mahdollista pojille, on mahdollista myös jokaiselle tytölle ja nuorelle naiselle”

- Pitkäjänteinen panostaminen liigajoukkueen toimintaympäristön kehittämiseen, yhteistyöhön edustusjoukkueiden välillä sekä tyttöjen pelaajapolkuun
- HJK & Unicef Play Like A Girl –hanke on toimintamalli, joka kuvaa itsevarmaa asennetta, rohkeaa kokeilunhalua ja voimakasta luottamusta niin itsen kuin omaan laumaan.





Mahdollisuudet

Naiset ja tytöt osana jalkapalloperhettä

Rekisteröityneiden pelaajien määrä

- Mahdollisuus kasvattaa seura- /jalkapalloyhteisöä tyttöjen ja naisten kautta
- Siinä missä joka neljäs 10-14 –vuotias poika pelaa jalkapalloa, vain alle 9% saman ikäluokan tytöistä pelaa
- Vahvempi ääni vaikuttaessa paikallisesti ja yhteiskunnallisesti (olosuhteet jne.)

Kasvavat media- ja siirtokorvaukset

- Mestareiden Liigan formaatin muutos: kaudesta 2021 eteenpäin lohkovaihe sekä keskitetty mediasopimus
- Odotettava kasvu siirto- ja kasvattajakorvauksissa

Kaupallinen potentiaali

- Urheilu + moderni arvopohja → mahdollisuus luoda raikas kaupallinen tarina
- Uusi tuote, jolla mahdollisuus rakentaa kaupallista arvoa
- Ei voida kuitenkaan odottaa tapahtuvan itsestään -> päätös lähteä rakentamaan tuotetta

Uudet kohderyhmät

- Naiset urheilun / jalkapallon faneina ja kuluttajina ylipäänsä
- Mahdollisuus uuteen markkinaan, vaatii uudenlaista viestintää ja kohderyhmän rakennusta

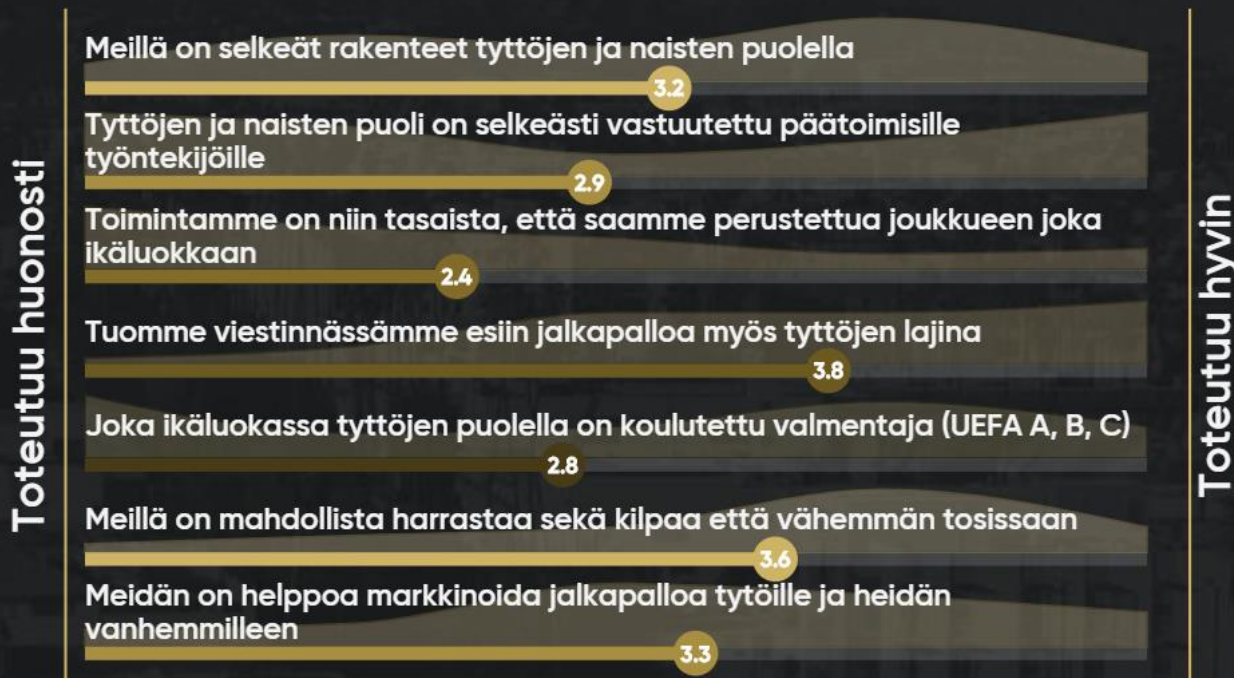


Jalkapallolla on eri lajeista kaikkein merkittävin vaikutus nuorten tyttöjen itsetuntoon sekä itseluottamuksen kokemukseen.

- UEFA study 2018

Go to www.menti.com and use the code **50 21 14**

Missä olemme omassa seurassani tyttöjen ja naisten puolella?





Mitä on keskeisintä kehittää oman seuran näkökulmasta?

Keskustele 3-4 hengen ryhmässä (15 min)

**Liittyen oman seuran
pelaajamäärän
kasvattamiseen**

**Liittyen tyttöjen ja
naisten jalkapallon
näkyvyyteen omassa
seurassa / paikallisesti?**

**Liittyen toiminnan
laadun vahvistamiseen
omassa seurassa?**

Mitä on keskeisintä kehittää oman seuran näkökulmasta?



Liittyn oman seuran pelaajamäärän kasvattamiseen

- Tapa viestiä, esim. jalkapallokerhot -> molemmille, sanotaan että sekä tytöille että pojille (Reippaan esimerkki)
- Omat joukkueet joka ikäluokkaan
- Mahdollisuus pelata 12-15 -ikäluokissa ja lopettamisten vähentäminen
 - Yj-toiminnan kehittäminen
- Ymmärrys ja tietämys siitä, mitä lapsi / nuori haluaa harrastus- / kilpatoiminnalta
 - Pelaajapolku / palvelupolku kuntoon
- Viidakkorumpu: toimitaan niin kuin mainostetaan

Liittyn tyttöjen ja naisten jalkapallon näkyvyyteen omassa seurassa / paikallisesti?

- Toiminnan esiintuonti monipuolisesti, panostus siihen, että tuodaan esiin (vaikka tuntuisi itsestäänselvältä)
- Toiminnan monipuolistaminen, ammattitaitoisuus, joukkueyhteisön korostaminen
- Brändin esiintuonti ja erilaisten pelaajapolkujen esiintuonti, seurakulttuuri
- Erilaiset mediaratkaisut jne., joilla tuoda myös tyttöjen ja naisten pelejä esiin

Liittyn toiminnan laadun vahvistamiseen omassa seurassa?

- Yhtä laadukas toiminta tyttöpuolella kuin poikapuolella (tarjolla samat sisällöt jne. myös tytöille, prosesseissa ja strategiassa automaatio)
 - Tyttöpuolta ei nähtäisi "lip servicenä", paljon sitä, että vasemmalla kädellä tehdään -> tosissaan tekeminen
 - Pätevät valmentajat sekä tytöissä että pojissa
 - Suunnitelmallinen ikäluokan aloittaminen, tasalaatuinen toiminta
- Urheilullisuuden roolin kasvattaminen, kilpailullisuuden ajattelumalli ja uskallus vaatia -> pettymysten oppiminen myös
- Urheilullisen elämäntavan tuominen
- Pelaajapolun kehittäminen ja tavoite
- Naisten kouluttaminen valmentajiksi, rohkaisu ja kannustus
- Talenttivalmennus -> miten toteutetaan?



Alueelliset työpajat

Agenda

Agenda

- Työpajan avaus ja agenda
- Naisten jalkapallon kasvu ja suuntaviivat
 - Kasvumahdollisuudet oman seuran näkökulmasta
- • Time for action – mitä tarkoittaa Suomessa?
- Päätös ja seuraavat askeleet



**#TIME
FOR ACTION**



WOMEN'S FOOTBALL STRATEGY
2019-24



BY 2024 WE WILL HAVE:

Doubled the number of women and girls playing football:

- 2.5 million registered female players

Changed perceptions of women's football across Europe:

- It is strong, inclusive, fun and inspirational
- Football is an accepted sport for both genders

Doubled the reach and value of the UEFA Women's EURO and the UEFA Women's Champions League:

- UEFA competitions are Europe's most successful and competitive women's sports competitions

Improved player standards:

- 55 minimum standard agreements for national team players
- 55 national associations with safeguarding policies in place

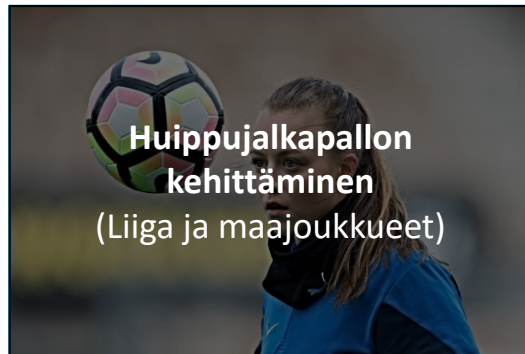
Doubled female representation on all UEFA bodies

This is where we want to be in 2024. These goals are all linked to our strategic priorities and reflect UEFA's ambition to ensure, professional, safe and fun environments for women and girls who want to be involved in football.



#Time for action Suomessa

Mitä Time For Action tarkoittaa meillä Suomessa eri osa-alueiden alla?



Valitse itseäsi kiinnostavin teema, jonka alla tapahtuvia toimia haluat pohtia tarkemmin

Jakaudutaan muodostuviin ryhmiin (20 min)

Priorisoikaa 2-4 mielestänne tärkeintä asiaa, joiden tulee toteutua / tapahtua



Pilari: Huippujalkapallon kehittäminen

Prioriteetti 1:

- Taloudelliset resurssit: lukion jälkeinen polku (seurat ja liitto / liiga -> suunniteltu)

Prioriteetti 2:

- Kansainvälinen menestyminen
 - Ilmiö ja resurssit
 - Pelaajille väylä ulkomaille
 - Siirtokorvausten vahvistuminen

Prioriteetti 3:

- Pelaajan arki
 - Ei olla niin hyvä jalkapallomaa, että voitaisiin antaa tasoitusta
 - Lukio-jne. yhdistelmät toimii suht hyvin, mutta pelaajan arki aikuisena myös

Prioriteetti 4:

- Jalkapallon arvostus Suomessa
 - Katsojamäärien kasvaminen, mitä enempi sitä parempi



Pilari: Pelaajamäärän kasvattaminen ja pelaajana pitäminen

Prioriteetti 1:

- tahtotila: panostus, linjaukset ja riittävät voimavarat
- Kontaktit: ryhmät, markkinointi, jne. tyttöjä (ja poikia) toimintaan mukaan
- Monipuolisuus ja selkeys pelaajapolkuun -> mitä yksittäinen seura tuo ja tarjoaa lapselle (mm. yhteistyö, myös lajiyhteistyö)
- Ymmärretään mitä pelaajat haluaa
- Tarinat, esikuvat, mielikuvat jne. -> omat samaistumiskohteet. Historian kääntäminen, mesenaatit, logo liitetään myös tyttöjen puoleen

Prioriteetti 2:

- Yleisen mielikuvan vahvistaminen, monipuolinen laji tytöille
- Suunnitelmallisempi ja koordinoitumpi brändäys kouluihin ja päiväkoteihin -> päiväkotivierailuilta tuotu vain poikia
- Organisaation toiminnan laatu: systemaattista ja hyvää, tunnistaa drop out -hetkiä (valmentajan vaihdokset jne, poikapuolella sama, mutta määrä isompi, eikä niin kriittistä)

Prioriteetti 3:

- Valmennuksen laatu alottavassa ikäluokassa -> iso merkitys, miten hoidettu ja minkälaisia tyyppisiä
 - ”Ilman sirkustemppeja vaikuttavaa”
- Olosuhteiden merkitys
- Erilaisten pelaajapolkujen rakentaminen ja esiintuominen, monella hyvää toimintaa, muttei tuotu esiin

Prioriteetti 4:

- Toiminnan laatu on tyttöjen ja naisten puolella kokonaisvaltaisesti matalampaa -> tason nostaminen ja pelaajien pitäminen
- Tyttöpuolen imagon kasvattaminen ja parantaminen
- Uudet ikäluokat ja systemaattinen toiminta, päiväkotit & koulu-yhteistyö
- Viestintä kokonaisvaltaisemmin: puhutaan ja tuodaan esiin



Pilari: Mielikuvien, kaupallisen potentiaalin ja näkyvyyden vahvistaminen

Prioriteetti 1:

- Tyttöjen ja naisten puolen toiminnan pitää olla suunnitelmallista ja strategista: tiedetään, mitä tavoitellaan ja missä halutaan olla, mitä se vaatii ja minkälaiset stepit
-

Prioriteetti 2:

- Oman toimintakulttuurin muuttuminen tietoisesti, tyttöpuolen nostaminen tietoisesti
- Mielikuvien muuttaminen viestinnällisellä ylliresursoinnilla
 - ”ammutaan yli”, jotta saavutetaan taso, jolle halutaan päästä
 - Medialle jne. kiinnostavien sisältöjen tarjoaminen

Prioriteetti 3:

- Kaupallinen tuotteistus, usein myydään osana kaikkea -> tyttöjen ja naisten puoli nyt hyvin kiinnostava: vastuullisuusnäkökulma sekä kasvun näkökulma
- Liiketoiminnallinen näkökulma

Prioriteetti 4:



Pilari: Naisten määrän lisääminen eri rooleissa

Prioriteetti 1:

- Selväksi avoimet tehtävät ja se, mitä ominaisuuksia ja osaamista haetaan
- (ammattimaiset rekrytoinnit)
- Mitä uutta osaamista esim. valm. Päällikön tai toiminnanjohtajan rooleihin voi tuo

Prioriteetti 2:

- Asetetaan tavoite ja kerrotaan siitä laajasti ja taukoamatta
- Kerrotaan siitä, että halutaan naisia jalkapalloperheeseen muuallekin kuin kentälle
- ”rupeaa toteuttamaan itseään”, lajitausta ei keskeinen osaamisalue

Prioriteetti 3:

- kannustus, rohkaisu, tuki, suosittelu, mentorointi jne.
- Rohkaisu ja kertominen eri rooleista, pyytäminen mukaan jne.
- Luottamuksen osoittaminen

Prioriteetti 4:



Alueelliset työpajat

Agenda

Agenda

- Työpajan avaus ja agenda
- Naisten jalkapallon kasvu ja suuntaviivat
 - Kasvumahdollisuudet oman seuran näkökulmasta
- Time for action – mitä tarkoittaa Suomessa?
- Päätös ja seuraavat askeleet





Monivuotinen toimintamalli, joka pyrkii kasvattamaan tyttöjen ja naisten osuutta jalkapalloperheessä



Vahvistaa positiivista mielikuvaa jalkapallosta tyttöjen harrastuksena



Tukea suomalaisia seuroja tarjoamaan laadukkaita harrastusmahdollisuuksia tytöille ja naisille



Rakentaa kestäväää ja yhdenvertaista yhteiskuntaa



**VAHVISTAA TYTTÖJEN JA
NAISTEN OSALLISUUTTA**

Lisää uusia pelaajia
Pelaajana pidempään

Mikä on vaikuttavin kohderyhmä?

Aloittavat ikäluokat
(6-11v.)



Harrastajamäärän kasvattaminen
pelaajia rekrytoimalla

Jo lajin parissa olevat
(11v-15v.)



Mukana jo olevien pitäminen
pidempään toiminnan laatua
kasvattamalla sekä positiivisia
mielikuvia ja esikuvia
vahvistamalla

Tyttöjen valtakunnallinen jalkapallokonsepti

Valmistelun eteneminen



TAUSTASUUNNITTELU

- Nykytilanteen analyysi
 - Pelaajamäärä, kasvu, haasteet
- Yhteiskunnallisen kattoteeman hahmottelu
- Eri toimintojen välinen sparraus
- Benchmark-materiaaleihin tutustuminen (esim. UEFA)
- Kohderyhmien hahmottaminen materiaalien ja numeerisen analyysin pohjalta

21.10.

Kick-off

16.12

GR

Loka-joulukuu



KOHDERYHMÄANALYYSI JA VIESTINNÄLLISET KÄRJET

- Kyselytutkimus kohderyhmälle, *tarkentuu:*
 - Pelaamisen lopettaneet 11-14-vuotiaat tytöt
 - Pelaavat 11-14 -vuotiaat tytöt
 - 5-10 -vuotiaiden jalkapalloilosten vanhemmat
- Seurojen osallistaminen ja haasteiden sekä mahdollisuuksien tunnistaminen alueellisissa seurataapaamisissa

21.1.

Tku

5.2.

Tre

23.1.

Vsa

7.2.

Oulu

11.2.

Hki

20.2.

Kuo

Kysely kohderyhmälle

Tammi-helmikuu



HANKKEEN VALMISTELU

- Viestinnällisen konseptin ja visuaalisen ilmeen suunnittelu
- Hankkeen esikuvien ja lähettiläiden sitouttaminen
- Hankkeen materiaalien sekä seurojen materiaalipankin työstäminen
- Potentiaalisten kumppanien tapaaminen
- Hankkeen tiekartta 2020->
 - Seurakehityksen toimintamallien jalostaminen
 - Markkinoinnin ja viestinnän tiekartta

Maalis-huhtikuu



LANSEERAUS JA EDISTÄMINEN

- Lanseerauksen valmistelu ja suunnitelma 2020
- Lanseeraus Suomi-Skotlanti -ottelussa ti 9.6.
 - Sidosryhmätilaisuus, ostettu media, lähettiläät jne.

9.6.

L

Touko-kesäkuu

GR

GR-tiimi

E1

Alueelliset seuratapaamiset AP + SKP + HP

K

Kyselytutkimus kohderyhmälle

L

Lanseeraus



Kiitos!

