



AKČNÍ LIST – EXTRALIGA ŽEN

Zpracoval: Komise rovných příležitostí

Předkládá: Martin Musil

Motto:

„Extraliga žen je spolu s reprezentací hlavním prvkem prezentace ženského florbalu. Chceme-li posunout ženský florbal a jeho vnímání, je Extraliga žen hlavní prostředek. Nutné je, aby se Extraliga žen chtěla posouvat sama, společně a dobrovolně.“

Cíl:

Posunout Extraligu žen na pozici top ženské kolektivní soutěže v ČR. Dosáhnout pravidelné prezentace a zvýšení prestiže Extraligy žen.

Předpoklad:

Extraliga žen je schopna relativně snadnými a finančně nenáročnými kroky dosáhnout rozvoje. Kdy se může ve vybraných aspektech posunout výrazně vpřed a odlišit se tak od konkurenčních soutěží. Oddíly jsou za podpory ČF a nově získaných partnerů schopné tento krok učinit na základě dobrovolnosti a společné dohody při nižších vstupních nákladech na finanční a lidské zdroje. Extraliga žen má velký marketingový potenciál, který může přinést do soutěže potřebné finance všem jejím účastníkům.

Současný stav:

Extraliga žen po sportovní stránce – pozitiva

- divácky splňuje základní nároky
- v extralize jsou osobnosti a začínají být i vzory

Extraliga žen po sportovní stránce – negativa

- mladé kádry, které vytváří málo legend, těžší vytvářet dlouhodobější vzor
- rozdílný přístup oddílů k sportovní přípravě na sportovní výkon

Extraliga žen po organizační stránce – pozitiva

- standardy zvyšovány přirozeně oddíly, které mají i LSL
- mnoho organizačních nároků plní oddíly automaticky díky práci s oddíly a díky přenosu standardů ze superligy mužů

Extraliga žen po organizační stránce – negativa

- absence full time lidí

Extraliga žen po marketingové stránce – pozitiva

- vysoký potenciál
- možnost televizních přenosů
- osobnosti a reprezentantky jsou aktivní na sociálních sítích
- mnoho marketingových nároků plní oddíly automaticky díky práci s oddíly a díky přenosu standardů ze superligy mužů

Extraliga žen po marketingové stránce – negativa

- absence partnera soutěže
- nízký počet partnerů týmů
- malá míra využití ženského elementu při prezentaci soutěže
- zapomenuté legendy hráčky

Cílový stav:

Extraliga žen po sportovní stránce

- soutěž je základním prostředkem vytváření sportovního potenciálu pro reprezentaci žen i juniorek
- hráčky mohou svou kariéru skloubit se soukromým i profesním životem



- soutěž přináší napínavá vyrovnaná utkání s maximálním regionálním zastoupením v rámci ČR

Extraliga žen po organizační stránce

- vysoký standard všech utkání soutěže

Extraliga žen po marketingové stránce

- oddíly jsou schopny kvalitně prezentovat a obsloužit partnery soutěže i oddílů
- formou vizuální a funkční proměny jednotlivých utkání je extraliga jednotnou, unikátní a snadno zapamatovatelnou značkou
- hráčky, trenérky a další osoby v soutěži umí komunikovat s médii apod.

Kroky k dosažení cílového stavu:

- Sjednocení vizuální podoby utkání od sezóny 2023/2024 pomocí jednotného brandingů okolí hrací plochy a plochy samotné. Veškeré kroky zpracovat návrhově a nechat oddílům možnost společné volby. Jedině dobrovolnost a shoda oddílů mohou být alternativou k direktivnímu zadávání povinností.
- Poznatky z oblasti rovných příležitostí využít k prodloužení kariéry a navýšení počtu aktivních hráček na vrcholové úrovni, a to osvětou a vzděláváním oddílů, ale i zvyšováním prestiže soutěží, dosáhnout stavu, kdy dívky a ženy budou v kariéře pokračovat i v krizových a dosud klíčových fázích kariéry jako jsou přechod na vysokou školu, vstup do zaměstnání nebo mateřství.
- Zvýšit kvalitu videopřenosů přenosů do úrovně, která umožní zařazení pravidelného sestřihu ligového kola v rámci přestávkového programu v přenosech LSL na ČT Sport během ročníku 2023/2024.
- Vzděláváním oddílů a postupným rozšiřováním členské základny dosáhnout ke stabilizaci minimálně 16-18 oddílů, které mají ambice i kvalitu se po všech stránkách účastnit nejvyšší soutěže.
- Pracovat na dostatečném počtu rozhodčích žen pro řízení utkání Extraligy žen.
- Definovat parametry organizace utkání tak, aby se v soutěži objevovaly a postupně automatizovaly rozdílové prvky oproti jiným soutěžím.
- Kvalitní kompletní videopřenosy s následnou tvorbou videoobsahu, který bude ČF umět využít k prezentaci ženského sportu a extraligy samotné v TV nebo vlastních kanálech.
- Zlepšit vizuální podobu utkání – zavést "něco specifického" – středový kruh, branding laviček/trestných lavic atp.
- Rozšířit užívání loga soutěže – plocha, video online, web, tiskoviny, programy. Zajistit partnera soutěže s preferencí společností s produkty či službami primárně směřovaných pro dívky a ženy. (kosmetika, móda, péče o rodinu apod.).
- Zachovat současné nastavení soutěže Extraliga žen a zvýšení kvality sportovní úrovně dosáhnout postupným rozšiřováním členské základny a zkvalitňováním tréninkové přípravy na všech úrovních ženského florbalu (viz. ostatní kroky a materiály KRP).

Zapojené subjekty:

KRP, KEFAM, KS, sekretariát a oddíly nejvyšších ženských soutěží

Zdroje:

finanční a lidské zdroje, oddíly a ČF

