



**DAMETTAN**  
NDHLSVERIGE.SE

# Verksamhetsplan

2023-2024

Omfattar tiden 1 maj 2023 till 30 april 2024

**Innehåll**

**Marknadsplan**

**Sid 3-5**

**Aktivitetsplan**

**Sid 5-6**

## Marknaden

- Dam och flickhockeyn är en av världens mest växande idrottskluster och just nu ser vi ingen bortre gräns på tillväxtnöjligheten.
- Föreningarna startar upp och tar det mer och mer på allvar.
- Jämställdhet och lika värde är en tydlig samhällsutveckling där företag och sponsorer vill se tydlighet i aktiviteter och satsningarna.
- Herrhockeyn omsätter extrema summor och högsta damligan SDHL har framgångar på marknaden men är endast 10 lag och är starkt beroende av importspelare.
- Näst högsta serierna innehar mer än 80 % av spelarna på toppnivå och det är här nästkommande stjärnor för svensk damhockey och landslagen återfinns vilket gör att vi behöver visa på utveckling, satsning och lika behandling (hämtat ur en undersökning) för att behålla spelarna upp i seniorlagen på hög nivå. Det innebär tydligt behov att driva fram förbättrade förutsättningar och det kan endast ske med tydlig produktifiering och marknadsbearbetning.

## Bakgrund

- Svenska Damettanklubbarna vill se en utveckling av Damhockeyn, man vill se att det utvecklas såväl med sportslig kvalitet som affärsmässigt.
- Steget mellan dagens damettor till högsta SDHL anses för stort och det har främst skilt i antalet matcher och matchernas kvalitet som försvårat för underliggande lag att ta klivet vilket försvårat utvecklingen av spelare som gått ut gymnasiet så vi tappat dem. Under de två första åren av NDHL drift har vi lyckats göra seriespelet mer intressant för spelarna och inbitna supportrar men det kommersiella ligger duktigt efter och behöver få sitt utrymme. Syftet med det är att skapa förutsättningar för seniornivån d v s i övergång från junior till senior i 19-20 års åldern.
- Damettorna drivs regionalt så det har inte funnits en gemensam linje för utveckling, behov försvinner bland alla andra utmaningar och det är helt naturligt att damettanföreningarna nu gått samman i en gemensam ideell förening likt det SDHL, SHL och HA samt HE tidigare gjort.
- Finns vissa skillnader i strukturer som vi under uppstarten valt att hantera med ett gemensamt varumärkeslyft; Nationella Dam Hockey Ligan som består av fyra regionala Damettanserier, DamhockeyAllsvenskan och Damettorna vårserier. Vi bedömer att det skapar ett gemensamt attraktivt kluster för spelare, sponsorer och publik.

## Tjänsten

- Föreningen NDHL/Damettan ska i samverkan med andra intressenter verka för att utveckla svensk ishockey och i synnerhet näst högsta serienivån för damer. Föreningen ska genom central bearbetning och centrala överenskommelser skapa ökade förutsättningar för de föreningar och i synnerhet spelare som är medlemmar i den ideella föreningen samt därmed förenlig verksamhet.
- Föreningen verkar för helheten för Svensk Dam och Flickhockey.
- Skapa större intresse samt värde för Damettan. Utveckla samarbeten både sportsligt och kommersiellt.
- Talangutvecklingen för våra svenska spelare kan breddas för det är här i NDHL/Damettan de flesta talangerna kommer fram och går vidare mot svensk toppnivå.

## SWOT

<p><b>Styrkor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utvecklingsliga/Framtidensstjärnor</li> <li>• SHL-klubbar finns med lag representerade i hela Sverige</li> <li>• Varumärkesstarka hockeyföreningar i ligan</li> <li>• Sveriges näst högsta serie</li> </ul>	<p><b>Svagheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lite publik</li> <li>• Okända profiler</li> <li>• Ojämna grundserier</li> <li>• Få isytor totalt sett i hela landet</li> </ul>
<p><b>Möjligheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Större satsning från SIF på Damhockey</li> <li>• Större allmänt intresse om jämställdhet</li> <li>• Större intresse från företag att sponsra särskilt Damidrott</li> <li>• Stort intresse för hockey i Sverige</li> <li>• Varumärkesstarka föreningar kan visa vägen</li> <li>• Tillväxten är stark underifrån</li> </ul>	<p><b>Hot</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Få tjejer som spelar hockey</li> <li>• Förutsättningar är för dåliga för seniornivå att kombinera studier/jobb med elithockey, så för många slutar efter 18-20 års åldern</li> <li>• Mest riks medialt fokus på SDHL</li> </ul>

## Konkurrens

- F n kan ingen konkurrent hittas, dock kan komplexiteten med många aktörer som förbund, regioner, distrikt mm och olikheter i olika delar i landet försvåra.
- Man kan på sikt se konkurrens med övriga ligor och idrotter dock ser vi alla idrottsprodukter som komplement till varandra. Vi är varandras marknadskanaler.

## Kommunikationsstrategier

- Detta är ligan som har de svenska framtidslöftena.
- NDHL finns över hela landets yta.
- Det är här du får de heta matcherna som alltid håller kvalitet, spänning med härlig inramning hela säsongen.
- Det är här vi utvecklar eliten och satsar på hemmafostrade spelare och ger publiken lite extra.
- Du kan uppleva på plats eller online.

- Det är denna liga som tilltalar föreningarnas styrelse för ekonomin, tilltalar spelare som satsar på hockey och arbete eller studier.

## **Förpackning och produktion**

- Utarbetas löpande av marknadsgruppen.
- Dialog om avtal SIF hanteras av styrelsen.
- Onlinesändningar där pauserna bör fyllas med innehåll.
- Vi bedömer att det är en lämplig väg att göra damhockeyn intressant online för att på sikt driva utökade publiksiffror på plats live.

## **Lansering strategier**

- Intressant seriesystem.
- Finansiering.
- Homogen produkt, även om strukturen är spretig så gäller det att kommunicera produkten med enkelhet.
- Fortsätta marknadsföringen brett.
- Kvalitetsförbättra onlinesändningarna/Svenskhockey.tv
- Nationella sponsorer, inledningsvis bör vi hålla oss till få och tydliga sponsorer. Inom detta område behöver vi driva tydligare event.
- Nya möjligheter, utveckling av produkten på marknaden, internationellt ...
- Marknadsföringsbudget

## **Priser**

- Räknas fram av marknadsgruppen (medlemskap, biljettpriser, säsongskort)  
Prissättningen ska täcka kostnader för fysiskt årsmöte plus annat centralt stöd.
- Sponsring/föreningsbidrag olika paket men inledningsvis bör vi hålla oss till få och tydliga sponsorer.

## **Medlem**

- Du får tillgång till centralt framtaget marknadsmaterial, centrala intäkter från onlinesändningar.
- Stöd med utveckling av strukturer runt damutvecklingen i er förening gör att ni sparar tid och får del av bra lösningar som tagits fram centralt eller kopieras från annan medlem.
- Allt du behöver göra är att ha en tydligt utvald resursperson som svarar upp för föreningen och att föreningen betalar årsavgift till utsatta tider. Vidare att din förening eftersträvar den produktkvalitet ligan jobbar för.

## **Aktivitetsplan**

### **Maj**

Årskonferens  
Uppföljning serieförändring.  
Uppföljning Svensk hockey.tv avseende tittare, köpare

## **Juni**

Förbered Sociala medier och ev WEB-sida.

## **Juli**

Semester

## **Augusti**

Årsmöte med stämman över Teams  
Info om medlemmarnas möjligheter med Svensk hockeytv, tittarbiljetter och sponsorplatser.  
Uppdatera hemsida.

## **September**

Teamsmöte medlemmar inför säsongsstart, tävling och sälj.  
Närvaro TV-pucken.

## **Oktober**

Utarbeta hur vi vill hantera Kval SDHL med produktpaketering, onlinesändning etc.  
Inför seriestart; web, sociala medier, lyfta alla klubbar, flera spelare.  
Närvaro TV-pucken.

## **November**

Artiklar om matcherna.  
Teamsmöte medlemmar uppföljning sälj.  
Ev. planera ett event för nationella sponsorer som genomförs efter säsong.

## **December**

Artiklar inför DHA.  
SVT med reportage NDHL, svensk damhockey mm. Fokus nya DHA.  
Samverkan med SHL, HA, HE, SIF, Regionerna, Svensk hockey.tv.  
Artikel med slutsatser från samverkan.

## **Januari**

Start nya DHA  
Samverkan Svensk hockeytv om utfall höst och fortsättning vår.  
Närvaro U18 VM.

## **Februari**

Samverkan SDHL inför kvalspelet  
Samverkan DHA, DHE vår, Play off.  
Samverkan med regionerna, SIF.

## **Mars**

Marknadsföring Play off och kvalspel mot SDHL  
Synliggöra tillsammans med SM-finalerna.

## **April**

(Samverkan med regionerna, SIF.) Om ej gjort innan.  
Uppföljning tävling.  
Uppföljning Svensk hockey.tv avseende tittare, köpare  
Artikel med slutsatser från samverkan och utvärdering.

## **Maj**

Konferens – Utvärdering.

## **Juni**

Planera årsmöte, tid, plats, sänd inbjudan och ta in anmälan.

## **Juli**

Semester

## **Augusti**

Årsmöte med stämma över Teams