

# Urheilun markkinointiyhteistyön kriteerit 1.1.2024 alkaen

## Yksilöurheilijat ja urheilujoukkueet

### POHJAKRITEERIT

**1. Olympiakomitean virallinen laji, eli oman olympiakomitean alainen lajiliitto sekä valtakunnallinen sarja tai maajoukkue-edustaja**

**2. Joukkuelajin yleisyys ja tunnettuus Suomessa**

Harrastajamäärät (yli 18v. lisenssipelaajat) ja sarjataso

1. Yli 10 000 lisenssipelaajaa, lajin kaksi ylintä sarjatasoa
2. Yli 1000, lajin ylin sarjataso
3. Alle 1000, lajin ylin sarjataso

### **Urheilujoukkueet - Sarjataso**

1. Kansallinen pääsarjataso

### **Yksilöurheilijat - Sarjataso**

1. Kansainvälinen taso (vähintään EM-kisat)
2. SM-taso (SM-mitali)

Eri tasoilla pelaavat aikuisjoukkueet, joiden toiminta voidaan katsoa ammattimaiseksi. Joukkueessa tulee työskennellä vähintään yksi urheilijaturvan piiriin kuuluva pelaaja.

Määrärahojen tasot urheilujoukkueille ja yksilöurheilijoille päätetään vuosittain hakemusten perusteella.

### MUUT KRITEERIT

**3. Medianäkyvyys - Valtakunnallinen näkyvyys (edellinen vuosi tai 2.vuotta)**

1. Medianäkyvyys (TV-/ja radiokontaktit/katsojaluvut, media-aika ja verkkonäkyvyys)
2. Lehti- ja Web-kuvat kärkimediaclusterissa
3. Somekanavien tavoitettavuus oman alueen ulkopuolella

**4. Tunnettuus**

1. Keskiarvo otteluiden katsojamäärästä (seuran raportti)
2. Tunnettuus alueen ulkopuolella

**5. Markkinointiyhteistyön toteutuminen**

1. Sopimuksessa sovitut asiat (edellinen vuosi, seuran oma raportti)
2. Alustava markkinointisuunnitelma (kaupungin näkyvyys)