

Referat fra workshop: Hvordan sælger vi bordtennisporten?

Dato: 1. juni 2024 i Odense

Deltagere: Tilmeldte til klubbernes dag samt Kresten Schulz, Ekstern kommunikationsrådgiver & Rune Risgaard, Administrationen

Gruppe 1:

Mål: Flere børn i klubberne

Målgruppe: Unge folkeskolebørn

Markedsføringsstrategier:

National Bordtennisdag: En årlig event, hvor bordtennis bliver fejret og promoveret over hele landet. Denne dag kan inkludere turneringer, opvisningskampe, workshops og åbne træninger. Formålet er at øge kendskabet til bordtennis og skabe en fælles oplevelse, der kan tiltrække både nye spillere og tilskuere.

Bordtennisfestival: Fortsat arrangere bordtennisfestivalen, der samler forskellige aldersgrupper og præsenterer bordtennis på en underholdende og engagerende måde. Festivalerne kan indeholde aktiviteter som turneringer, opvisningskampe med elite spillere, workshops og sociale events. Dette kan skabe en festlig stemning og tiltrække et bredt publikum.

Sommeraktiviteter: I samarbejde med kommunerne arrangere sommeraktiviteter, hvor børn kan deltage i bordtennisaktiviteter i en afslappet og sjov atmosfære. Dette kan omfatte daglejre, træningssessions og åbne turneringer, som giver børn mulighed for at prøve sporten uden for skolens rammer.

Åben skoledag: En dag, hvor skolebørn kan prøve bordtennis, ledsaget af sociale arrangementer som fællesspisning. Dette kan etableres i samarbejde med kommunerne for at sikre en bred deltagelse. Formålet er at skabe en positiv og mindeværdig oplevelse, der kan øge børnenes interesse for bordtennis.

Manglende hal kapacitet og tider: Udfordringen med at finde nok plads og tid i haller skal adresseres gennem dialog med kommuner.

Ressourcekrav: Mange ressourcer er nødvendige for at gennemføre disse initiativer. Der bør søges finansiering fra fonde, sponsorer og lokale virksomheder, samt frivillig arbejdskraft for at reducere omkostningerne.

Fastholdelse af elever: Det er vigtigt at udvikle strategier for fastholdelse, såsom regelmæssige træninger, turneringer og sociale events, der kan holde børn engagerede og motiverede.

Borde på skoler: Installation af bordtennisborde på skoler kan gøre sporten mere tilgængelig og tiltrække børns interesse. Skolerne kan integrere bordtennis i idrætsundervisningen og fritidsaktiviteter.

Samarbejde med SFO'er: Samarbejde med skolefritidsordninger (SFO'er) kan være lettere end med skoler direkte, da SFO'er ofte har fleksibilitet til at tilbyde forskellige aktiviteter. Dette kan inkludere bordtennistræninger.

Øget synlighed: For at fremme medlemsvækst er det afgørende, at befolkningen bliver opmærksomme på bordtennis og dens muligheder. Dette kan opnås gennem PR-kampagner, events og samarbejder med medier.

Foreningsfordele: Formidle fordelene ved at spille i en forening frem for en klub, såsom fællesskab, støtte og udviklingsmuligheder. Få elitespillere til at dele deres personlige historier og erfaringer med bordtennis i en forening.

Sport for børn med diagnoser: Bordtennis er særligt velegnet for børn med diagnoser, da det kan forbedre deres motoriske færdigheder, koncentration og sociale interaktioner. Dette bør fremhæves i markedsføringen for at tiltrække denne målgruppe.

Gruppe 2:

Mål: Større synlighed af sporten

Målgrupper: Politikere og borgere

Markedsføringsstrategier:

Lokal resultatformidling: Sikre at resultater fra lokale turneringer bliver bragt i lokalpressen. Dette kan skabe opmærksomhed og interesse omkring sporten, da folk i lokalsamfundet får indsigt i deres egne klubbers præstationer.

Omtale der påvirker politikere: Skabe en omtale, der gør det svært for lokale politikere at ignorere bordtennis. Ved at fremhæve sportens fordele og behov kan der opnås større støtte og ressourcer fra det offentlige.

Inspiration fra andre: Undersøge og lære af andre sportsgrene eller initiativer, der har haft succes med at skabe opmærksomhed. Implementere lignende strategier, tilpasset bordtennis.

Dedikeret ressourcepersoner: Udpege en person i hver klub til at fokusere på promovning gennem artikler, sociale medier og pressearbejde. Denne person kan fungere som forbindelsesled mellem klubben og medierne.

Udnyttelse af bymiljøet: Udnytte lokale arrangementer og events til at promovere bordtennis. Dette kan inkludere deltagelse i byfester, sportsdage og andre offentlige events, hvor der opsættes bordtennisborde og gives mulighed for at prøve sporten.

Nationale medier: Nytænke indholdet til nationale medier for at skabe bredere opmærksomhed. Dette kan inkludere features om elitespillere, unikke historier fra bordtennisverdenen og dækning af store turneringer.

Lokalmedier: Anvendelse af lokalmedier for direkte at nå den lokale befolkning og potentielle nye medlemmer. Artikler, interviews og reportager i lokale aviser og radioer kan skabe stor synlighed.

Sommerskole: Udnytte sommerskoler, som mange kommuner arrangerer, for at introducere børn til bordtennis. Dette kan være en del af et større aktivitetsprogram, hvor børnene får mulighed for at prøve forskellige sportsgrene.

Gode historier fra BTDK: Bordtennis Danmark (BTDK) skal være aktiv i at formidle succes- og inspirationshistorier, som kan skabe en positiv opfattelse af sporten. Dette kan inkludere personlige fortællinger fra spillere, trænere og frivillige.

Gruppe 3:

Mål: Nedbrydning af fordomme

Målgrupper: Alle

Markedsføringsstrategier:

Nedbrydning af fordomme: Arbejde på at ændre opfattelsen af bordtennis som en ikke-sport. Dette kan gøres ved at fremhæve sportens fysiske og mentale krav samt dens konkurrenceaspekt.

Målgruppen er alle: Gøre sporten attraktiv for alle aldersgrupper, hvor både børn og voksne kan deltage sammen. Dette kan fremhæves ved familiearrangementer og generationsmøder, hvor hele familien spiller sammen.

Integrering i bymiljøet: Arbejde for at integrere bordtennis i bymiljøer, hvilket kan gøres ved at opstille udendørs bordtennisborde på offentlige pladser og parker. Dette gør sporten mere synlig og tilgængelig for alle.

Visning af kampe: Vise kampe fra dame- og herreligaer for at vise sporten på højeste niveau. Dette kan gøres gennem livestreams, tv-udsendelser. Det er dog vigtigt at det udføres professionelt og ikke blot er en telefon der streamer, det dette kan have negativ effekt.

Fokus på dameelite: Øge synligheden af dame elite rækkerne ved at placere deres kampe i de bedste haller og give dem mere opmærksomhed. Dette kan inspirere flere piger og kvinder til at deltage i sporten.

Åbent hus-arrangementer: Arrangere åbent hus, hvor folk kan prøve bordtennis og lære om sporten i en klub setting. Dette kan inkludere introduktionslektioner, mini-turneringer og sociale events for at skabe en venlig og imødekommende atmosfære.

Lokale Facebook-grupper: Bruge sociale medier til at skabe synlighed og engagement i lokalsamfundet. Opslag om kommende events, succesfulde spillere og klubaktiviteter kan øge opmærksomheden og tiltrække nye medlemmer.

Udvalg i BTDK: Etablering af et udvalg i BTDK til at hjælpe klubber med at skaffe haltid og ressourcer. Dette udvalg kan fungere som en støttefunktion for klubberne og arbejde for at løse praktiske udfordringer.

Sport for sundhed: Markedsføre bordtennis som en sundhedsfremmende aktivitet for både krop og sjæl. Dette kan inkludere kampagner, der fremhæver de fysiske og mentale fordele ved sporten.

Balance mellem bredde og elite: Være opmærksom på ikke kun at blive set som en sport for børn med diagnoser, men også fremhæve både bredde- og eliteaspekterne. Dette kan gøres ved at fremhæve succeser fra både amatører og professionelle spillere.

Gruppe 4:

Mål: Ændre bordtennis fra at være tredje- fjerdevalg til første valg

Målgrupper: Børn og unge

Markedsføringsstrategier:

Bred målgruppe: Selvom alle er målgruppen, er bordtennis ofte tredje eller fjerde valg. For at ændre dette skal der skabes mere opmærksomhed om sportens fordele og gøre den mere attraktiv. Dette kan gøres gennem forbedret markedsføring og flere åbne arrangementer.

Individuel sport med fælles rammer: Fremhæve bordtennis som en sport, der kombinerer individuel præstation med fællesskab og social interaktion. Dette kan tiltrække folk, der ønsker både personlig udvikling og sociale relationer.

Formidle sportens alsidighed: Bordtennis kan være både en begynder sport og en udfordring for de bedste spillere. Dette skal kommunikeres tydeligt gennem kampagner og events, der viser sportens forskellige niveauer og aspekter.

Flere strategier for forskellige målgrupper: Udvikle flere forskellige markedsføringsstrategier for at nå ud til de forskellige segmenter af målgruppen. Dette kan inkludere målrettede kampagner for børn, voksne, seniorer og forskellige samfundsgrupper.

Ændring af branding: Rebrande sporten for at ændre opfattelsen og gøre den mere attraktiv og moderne. Dette kan indebære nyt logo, opdaterede visuelle materialer og en moderne kommunikationsstrategi.

Sjov faktor: Fokuser på at det skal være sjovt at spille bordtennis, hvilket kan tiltrække flere, især børn og unge. Events og træningssessioner skal designes til at være engagerende og underholdende.

Større fællesskabsfølelse: Skabe en stærkere fællesskabsfølelse blandt bordtennisspillere og tilskuere. Dette kan gøres gennem sociale arrangementer, fællestræninger og klubaktiviteter, klubture der fremmer samhørighed.

Unik sport med fællesskab: Fremhæve den unikke mulighed for at dyrke en individuel sport indenfor rammerne af et fællesskab. Dette kan gøres ved at vise eksempler på, hvordan bordtennis kombinerer individuel præstation med social interaktion.