MÅL OCH MÅLUPPFYLLELSE 10MILA 2017 (avstämning 2) 2016-10-17

Elsi-Brith Jodal

1. Uppdraget från 10MILA-föreningen		
	Konsekvenser i planering/genomförande	**Ansvar/Åtgärdat/kommentar**
1. Starkt varumärke som kräver omvårdnad – en seger i 10Mila ska ses som den mest prestigefyllda inom nationell likaväl som internationell orientering och på högsta elitnivå.	Skall genomsyra allt vi gör. Hög kvalitet. Följs upp.	Alla/
2. 10MILA ska alltid stöttas av framkantsteknik, erbjuda de bästa banorna på de bästa kartorna även Motionsorientering med öppna banor och i utslagsgivande terräng samt inramas av ett tävlingscentrum eller arena byggd med bästa möjliga logistik.	Tekniken? Vi har valt ett vildmarksområde med 100% nyuppdaterad karta. Kompakt arena och logisk placering av funktioner. Motionsorienteringen uppfyller förväntningarna	Data/ Arena/ja Arena/ja Tävling/ja
3. 10MILA är en tuff, hård och stundtals svår tävling. Men samtidigt fest och en upplevelse för löpare likaväl som för klubbkamrater och publik. En publik som följer tävlingen på plats eller framför tv:n, datorn eller i mobilen.	Delvis anpassning till de nya banlängderna för damer enligt SOFT-beslut? Höja damernas status Arenautformning	Tävling/ja Tävling/ja/långa dagen på damernas/tjej sist på ungdomskavlen Arena/
4. Anvisningarna för 10MILA syftar till att skapa bästa möjliga förutsättningar för alla inblandade aktörer att genomföra en välarrangerad tävling – det bästa Tiomila Hittills – som skapar goodwill för Tiomila, medverkande föreningar och lokala samarbetspartners och inte minst för att utveckla och marknadsföra orienteringssporten i sin helhet.	Se över dokumenten och kontinuerlig uppföljning	Bitr. generalsekreterare/

2. 10MILAs själ		
	Konsekvenser i planering/genomförande	**Ansvar/Åtgärdat/kommentar**
Tävlingens värdegrund och verksamhetsidé, formulerat i form av Tiomilas själ är tänkt att förmedla tävlingens bärande idé.		
Tiomila		
➢ är orienteringssportens budkavleklassiker – en stimulans för laganda, nattorientering och vinterträning. Tiomila är vårens stora orienteringsfest,	Genomsyrar vår information se I.1. Utsmyckning och inramning på arenan. Tävlingens kvalitet på banor m m God service med mat och logi Goda möjligheter att följa tävlingen lokalt och digitalt	Information/ Arena/ Tävling/ Marknad & logi/ Data.Arenaproduktion /
➢ är en traditionell budkavleklassiker av långdistanskaraktär, där budskapet förs från start till mål utan avbrott. Tävlingen består av Ungdoms-, Dam-, och Tiomilakavlen, varvid en av de ogafflade sträckorna i Tiomilakavlen utgörs av den mytomspunna ”Långa natten”. Utöver detta arrangeras Motionsorientering med Öppna banor,	Kavlen = kartan vid växling Långa natten och långa dagen enligt konceptet Motionsorientering enl anvisningarna	Tävling/
➢ har sin tradition, som behöver vårdas. Samtidigt måste den leva i tiden,	Öka jämställdheten	Tävling/
Grunderna för detta utgörs av att Tiomila ska vara:		
➢ Ett av de främsta profilarrangemangen i svensk orientering,	Ruckar inte på kärnvärdena enl kap 1 i anvisningarna.	Alla/
➢ En elittävling, men samtidigt ska möjlighet ges för så många lag	Här får vi spana mer. Livelox för bredden	Data.Arenaproduktion/

som möjligt att delta under rimliga förhållanden för bredden.	utan karta?	
3. Vision 2020		
	Konsekvenser i planering/genomförande	**Ansvar/Åtgärdat/kommentar**
År 2020 är Tiomila		
➢ en tävling med en tydlig internationell elitkaraktär där bredden deltar på elitens villkor,	Banlängdsdiskussioner. Flera omstarter har diskuterats. Speakerfunktionen finns kvar tills de sista kommit i mål. Finna former för att nå ut till klubbar i Europa och kanske diskutera med dem vad som skulle göra dem intresserade både för elit och bredd. Samarbeta med IOF.	Alla i ledningsgruppen & 10milaföreningen/
➢ en tävling vilken lockar mer än 10 000 deltagare,	Orealistiskt mål? Riktad information till utlandet och enskilda löpare. Flerspråkiga vid Jukola, 25-manna, WMOC, WOC och tidigare 10mila som fångar upp intresserade.	Information/
➢ en tävling som i direktsändning kan följas, hemma eller på arenan, med framkantsteknik, till exempel via mobil och storbildsskärm, samt	Löparuppföljning med kamera för de ledande men kanske även för att belysa bredden. Drönartekniken skulle kunna utvecklas	Data. Arenaproduktion/
➢ en tävling som arrangeras där de bästa förutsättningarna finns avseende:		
- engagerade och innovativa arrangörer,	Diskutera i ledningsgruppen	Alla
- utmanande terräng och robust infrastruktur,	Utmanande terräng. Genom att det är skogsarena finns viss problematik kring husbilar och husvagnar	Arena/
- marknadsföring och sponsring,	Marknadsföring av eventet för att få flera	Information

	löpare Marknadsföring och sponsring för att uppmärksamma eventet och få in pengar	Marknad
- stöd från kommuner, markägare, jaktintressen och liknande aktörer samt	Mycket bra!	Marknad/arena/tävling
- mesta möjliga miljöhänsyn, till exempel avseende logistik, deltagarnas resor o s v	Krav på miljödiplomering för att få sponsring av Göteborgs Stad. Finns särskilt ansvarig inom Arena	Alla & Arena/
3. a. Vägen dit går genom		
	Konsekvenser i planering/genomförande	**Ansvar/Åtgärdat/kommentar**
➢ en tydlig och professionell satsning på marknads- och sponsorfrågor,	Gbg & Co stödjer detta rent konkret. De tillhandahåller benchmarking	Marknad/
➢ samverkan och samordning, till exempel avseende teknik-, marknadsförings-, och logistikfrågor, mellan Tiomila, 25-manna och O-Ringen,	Marknadsföring för flera deltagare samverkan? Materialsats, Data-IT och arenaproduktion är samverkansområden	Information Arena & Data.Arenaproduktion/
➢ en fortsatt utveckling av arenadesign,	Visualisering av arenan. Den tas fram i CAD. Viktigt med belysning och reklam samt övriga ceremoniella utsmyckningar. Vi bör ta fram någon som granskar detta!!	Arena & marknad/
➢ en fortsatt teknikutveckling inom ramen för arenaproduktion (ljud, ljus och bild) t ex internet och GPS-tracking,	Vad?	Data. Arenaproduktion/
➢ en fokuserad satsning på dokumentation och spårbarhet, t ex manualer och sammanställningar av erfarenheter efter varje	Dokumentationen påbörjas tidigt	Bitr. generalsekreterare/

genomfört Tiomila samt		
➢ en ökad satsning på kringarrangemang, t ex Tiomilavecka, träningspaket, rese- och logilösningar.	Träningspaket. Logiavtal med hotell och bra logi på hårt underlag.	Tävling & logi & marknad/
3. b. Vägen dit – antaganden		
	Konsekvenser i planering/genomförande	**Ansvar/Åtgärdat/kommentar**
➢ att Tiomilas deltagarantal årligen bedöms öka med 5-10%,	Riktad information. Satsning på internationella tävlingar. Samarbete med IOF. Möjligheter att ”bilda lag” på plats.	Information & tävling/
➢ att en ökad utlokaliering av Tiomila utanför Stockholm ska skapa ett bredare intresse för tävlingen samt bedöms ge ett ökat utländskt deltagande,	Västra sidan av landet bör ge flera löpare från Norge och Danmark men även norra Europa.	10milaföreningen & information/
➢ att Tiomila självklart kan följas via TV och Web-TV,	Samarbete med SVT pågår. Webbproduktion är beslutad	Data.Arenaproduktion/
➢ att GPS-tracking och liknande tjänster kommer på bredden samt	Bör diskutera denna punkt. Hur kan Livelox användas?	Ledningsgruppen/
➢ att paketerade kringarrangemang kommer att öka media – likaväl som marknadsintresset	Avvaktar Gbg & Co som återkommer med förslag på aktiviteter under helgen som vi skulle kunna erbjuda.	Marknad & Info/
4. Framgångsfaktorer		
	Konsekvenser i planering/genomförande	**Ansvar/Åtgärdat/kommentar**
➢ Tidigt konstituera marknadsgrupp för varje Tiomila.	Marknadsgrupp för att öka antalet deltagare. Tillsatt?	Information/
➢ Merutnyttjande av arrangemanget i form av olika kringarrangemang, t ex Tiomilaveckan	Träningspaket och erbjudande om tävling i Västergötland	Information/
➢ Öka antalet löpartimmar i förhållande till antalet	Effektivisering. Eftersom vi har en skogsarena kommer vi inte att kunna få ner antalet	Alla ???

funktionärstimmar.	funktionärstimmar	
➢ Deltagaravgifterna skall bära tävlingens alla kostnader.	Sätts upp som ett budgetmål. Men vi har lagt till att webbproduktionen ska täckas av avgifter.	Ekonomi & Alla/
➢ Tidigt inleda ett samarbete med lokal kommun, idrottsföreningar och näringsliv.	Kommuner – tidigt ute – en förutsättning för att söka arrangemanget. Näringslivet – Gbg & Co en mellanhand. Räcker hittills med distriktets orienteringsklubbar	GOF-arrangemang har gjort det förberedande arbetet därefter Arena & Marknad
➢ Säkerställa en väderoberoende infrastruktur för tävlingscentrum, parkeringar osv	En skogsarena innebär konkret att problematik kan uppstå sent i processen men förberett detta så långt det är möjligt.	Arena & logi speciellt/ Övriga funktioner tar hänsyn till väderfrågan
➢ Teknik på framkant, till ex webb-TV, GPS.	Övertar koncept från 10Mila 2016. Bearbetas efter lokala förutsättningar	Data. Arenaproduktion/
➢ Tydlig miljöprofil i allt från logistik till miljövänlig el på tävlingscentrum.	Bevakas av särskilt tillsatta funktion. En förutsättning för medel från Gbg & Co	Arena/
➢ Åtgärder för att öka antalet utländska deltagare, t ex genom ökade möjligheter att delta i Tiomila med tillfälligt sammansatta lag.	Riktad info, ”lagbank och ”löparbank”. Ansvariga Tävling och Info	Information & ävling/
➢ Att lyfta fram bredden utan att minska fokuseringen på eliten.	Bredden bör få samma resultatservice som eliten. Det måste inom varje klass finnas sträckor som är lämpliga för bredden. Instifta något typ av pris, utmärkelse till breddlag. Kunde utlysas på sociala media	Data. Arenaproduktion/ Tävling/ Information & marknad/
5. Dessutom		
	Konsekvenser i planering/genomförande	**Ansvar/Åtgärdat/kommentar**

Jämställdhetspolicy med checklista	Lyfta fram tjejerna i ungdomskavlen genom att springa sista sträckan. Långa dagen på damernas kavle även med andra justeringar av sträcklängder Uppmärksamma damlag på 10milakavlen. Öka antalet damer i ansvarspositioner bland funktionärerna.	Tävling & information/ Tävling & information/ Tävling & data. arenaproduktion/ Personal & övriga/