



VISIOON 2025+

Eesti korvpalli esindusliiga visioon kirjeldab eesmärgi ja soovitud tulemusi, milleni soovitakse jõuda järgmise kolme kuni viie aasta jooksul. Kirjeldatud on tervikvaade, mis koosneb nii pikema ajahorisondiga ootustest kui ka nendest sammudest, mis on võimalik juba lähiajal kas täies mahus või järk-järgult ellu viia.

Allolev visiooni sõnastus on koostatud KML-s osalevate Eesti klubide (edaspidi klubid) ja Eesti Korvpalliliidu (edaspidi alaliit) ühise arutelu põhjal juunis 2022.

Visiooni elluviimise eelduseks on latus koostöö klubide ja alaliidu vahel, kus kõik osapooled otsivad võimalusi parima tulemuse saavutamiseks.

I KML ülesehitus

- 1.1. Eesti parimad meeskonnad mängivad Eesti-Läti ühisliigat, kus kokku osaleb vähemalt 16 klubi.
- 1.2. Eestist osaleb KML turniiril 10 konkurentsivõimelist ja hästi organiseeritud klubi.
- 1.3. Põhiturniiril mängitakse 30-36 kohtumist kodus-võõrsil süsteemis.
- 1.4. Eesmärgiks on, et iga klubi mängiks hooaja jooksul vähemalt ühe kohtumise saalis, mis asub väljaspool KML tavapäraseid võistluspaiku. Regionaalse mitmekesisuse loomise eelduseks on kohalike omavalitsuste toetus ja Eesti Korvpalliliidu poolne koordineerimistöö.
- 1.5. Eesti-Läti ühisliiga kulmineerub finaalturniiriga, Eesti meistrivõistluste paremusjärjestus selgitatakse seeriates.
- 1.6. Pärast Eesti-Läti ühisliiga finaalmänge algavad Eesti meistrivõistluste *play-off* kohtumised.
- 1.7. Play-off seeriad mängitakse kolme võiduni, seeriad toimuvad fikseeritud ajakava alusel (järgmine seeria algab kindlal kuupäeval, mis ei sõltu varasema seeria pikkusest).

II KML hooaja ajakava

- 2.1. Hooaeg algab oktoobri alguses ja saab läbi mai lõpus.

- 2.2. Iga klubi mängib keskmiselt kuus kohtumist ühes kuus, kohtumised jaotuvad hooaja peale võimalikult ühtlaselt.
- 2.3. Igal klubil on oma kindel mängupäev ja varupäev.
- 2.4. Karikavõistlused algavad KML klubide jaoks septembris ja kulmineeruvad detsembris.

III Programm saalis

- 3.1. KML kohtumiste korraldamisel on sihiks nn *matchday experience* ehk teekond saali ja tervikprogramm saalis.
- 3.2. Saali kujunduse juurde kuuluvad valguslahendused, tossumasinad jmt.
- 3.3. Kasutusel on LED tahvlid ja kogu meelelahutust siduv suurte ekraanide lahendus.
- 3.4. Mängu juurde on korraldatud erinevate esinejatega meelelahutusprogramm, toimuvad loosi- ja auhinnamängud, muusikakasutus ning DJ töö koos kava juhtimisega on läbimõeldud.
- 3.5. Publikule on kättesaadavad fänniatribuutika, lipud, pasunad, trummid jmt, loodud on meenete ostmise võimalus.
- 3.6. Publikule on korraldatud võimalus osta suupisteid, süüa, juua.
- 3.7. Kavandatud on tegevused lastele.
- 3.8. Programmi on kaasatud maskott või maskotid (liiga, klubi).
- 3.9. Üheks eesmärgiks on, et saalis viibiv publikuarv oleks igal kohtumisel võimalikult täpselt mõõdetav (sh tehnoloogilisi lahendusi kaasates).

IV Ülekanded ja nende ülesehitus

- 4.1. Kõik kohtumised on otseülekandena vaadatavad veebis, 30-50% mängudest on otseülekandena teles.
- 4.2. Ülekannet veab kvaliteetne ja tagasiside põhjal pidevas arengus olev kommentaar.
- 4.3. Vaatamist toetavad innovatiivsed graafikalahendused ja loov statistika kuvamine (erinevad huvitavad faktid, lood jmt).
- 4.4. Ülekandel on kvaliteetne kaamerapilt, kaasatud on erinevad kaameranurgad.
- 4.5. Lisaks kohapealsele ülekandestuudiale on teatud kohtumistel kasutuses väljaspool saali asuv stuudio (eksperdid, külalised).
- 4.6. Kasutusel on taktikalaua lahendus koos ekspertide analüüsiga.
- 4.7. KML tegevust kajastab eraldi saateformaad.

V KML turundustegevused ja piletimüük

- 5.1. Turundustegevuste keskne eesmärk on kasvatada korvpallikohtumiste vaadatavust saalis ja ekraanide taga.
- 5.2. Alaliidu eesmärgiks on turundada ja teha võimalikult nähtavaks liigat, osalevate klubide eesmärgiks on teha sama konkreetsete kohtumistega.

- 5.3. Alaliidu võimalusteks on mh kujundada loojutustamist hooaja terviku põhjal, tõsta esile konkreetseid mängu (nn „suur mäng“, samuti *play-off* faasi eristumise), juhtida tähelepanu huvitavatele mängijatega seotud seikadele, faktidele ja statistikale, hoida regulaarset suhtlust spordiajakirjanike ja *podcastide* autoritega. Lisaks korraldada ühishankeid soodsamate reklaamiväljundite saamiseks.
- 5.4. Klubide võimalusteks on mh teha võimalikult nähtavaks konkreetne mängupäev, kaasata kogukonda ja fänne (sh avalikkusele tuntud inimesi), tuua esile sportliku rivaliteedi kaasahaaravust, kasutada mitmekülgset oma sotsiaalmeedia kanaleid. Lisaks panustada klubide turundusinvestimentest koosneva töörühma tegevusse, koordineerides vajadusel plaane ja otsides suurema mõjuga lahendusi.
- 5.5. Keskne korvpalli infovärv on veebileht basket.ee, mille kaudu peab olema mugav ja arusaadav liikuda konkreetsete huvipakkuvate liigade või teemade juurde.
- 5.6. KML nõukogus lepatakse iga hooaja eel kokku täis- ja sooduspiletite miinimumhinnad eelmüügis ja kohapeal. Igal klubil on õigus seada miinimumist kõrgem piletihind.
- 5.7. Üks turundustegevuste eesmärgi on tõsta eelmüügi osakaalu (sh hooajakaardid). Lisavõimaluseks on testida lahendust, kus müügil on alaliidu poolsed toetajapiletid või -kaardid, mille müügist saadud tulu saab ostja ise konkreetsele klubile suunata.
- 5.8. Eesmärgiks on, et pileti soetamine oleks võimalikult mugav ja käepärane. Selleks kogutakse esmalt kokku senine piletimüügiplatvormi kogemus ning otsustatakse seejärel edasised lahendused. Pileti peab saama soetada võimalikult väikese klikkide arvuga.
- 5.9. Veebis toimuvate otseülekannete vaatamine on tasuline.

VI KML finantsmudel ja boonused

- 6.1. Üldine eesmärk on, et kulude ja tulude jaotus on läbipaistev (sh KML finantsplaani seosed teiste haakuvate osaga alaliidu eelarvest).
- 6.2. Võrreldes hooajal 2021/22 kehtinud tulude-kulude jaotusega on eesmärgiks, et kohtunike (sh lauakohtunikega) seotud kulud oleks alaliidu kanda.
- 6.3. Eesmärgiks on, et Eesti meistritiitel ja karikavõit toovad kaasa rahalise preemia (millel võib olla sihtotstarbeline kasutus osalemiseks rahvusvahelistes Euroopa korvpallisarjades).
- 6.4. Edu väärtustamisel tasub kaaluda ka samme, mille järgi ei maksa meistritiitli (või karika) võitnud klubi võidust järgmisel hooajal KML osavõtutasu vmt soodustusi.
- 6.5. Alaliidu eesmärgiks on Euroopa sarjadesse pürgijaid igakülgset toetada ka administratiivsetes ja eestkostega seotud tegevustes (sh tegevused selle nimel, et edu saavutanud võistkondade lähtepositsioon rahvusvahelistes liigades oleks võimalikult soodne).

VII Välismängijad*

* Välismängijate piirangute arutelu jätkub sügisel KML nõukogus. Eesmärgiks on sõnastada nõukogu poolne ettepanek hiljemalt detsembris toimuva üldkogu materjalides.

Strateegiasse ja juhenditesse kirjutatakse valitud põhimõtte 2023 strateegiaarutelul.

VISIOONI ELLUVIIMINE

Visioonist lähtuvate eesmärkide ja tegevuste elluviimist juhib ja monitoorib korvpalli meistriliiga (KML) nõukogu, kus vähemalt kord aasta jooksul antakse hinnang ellu viidud tegevustele, kogutakse lisaideid ja täpsustusi.

Strateegilised mõõdikud visiooni elluviimisel:

Mõõdik	Selgitus	Sihttase 2022/23 hooajaks
Saalipubliku arv	Piletiga külastajate arv saalis (klubidelt saadud andmete põhjal koostatud trend)	+10%
Ülekannete vaatajate arv	2022/23 hooajast tasuliseks minevate tele- ja veebiülekannete vaatajate arv	Võrdluses baastasemega sama positiivne trend
Boonused	Edukate võistkondade toetamine kas preemia või osalemistasude katmisega	Toetuste summa EKL eelarves
Administratiivsete ja korralduslike tegevuste kvaliteet	Tagasiside liiga korralduse koordineerimisele	Tagasisideküsitluse tulemused*

* küsimused töötatakse välja 2022. aasta sügisperioodil KML nõukogus