

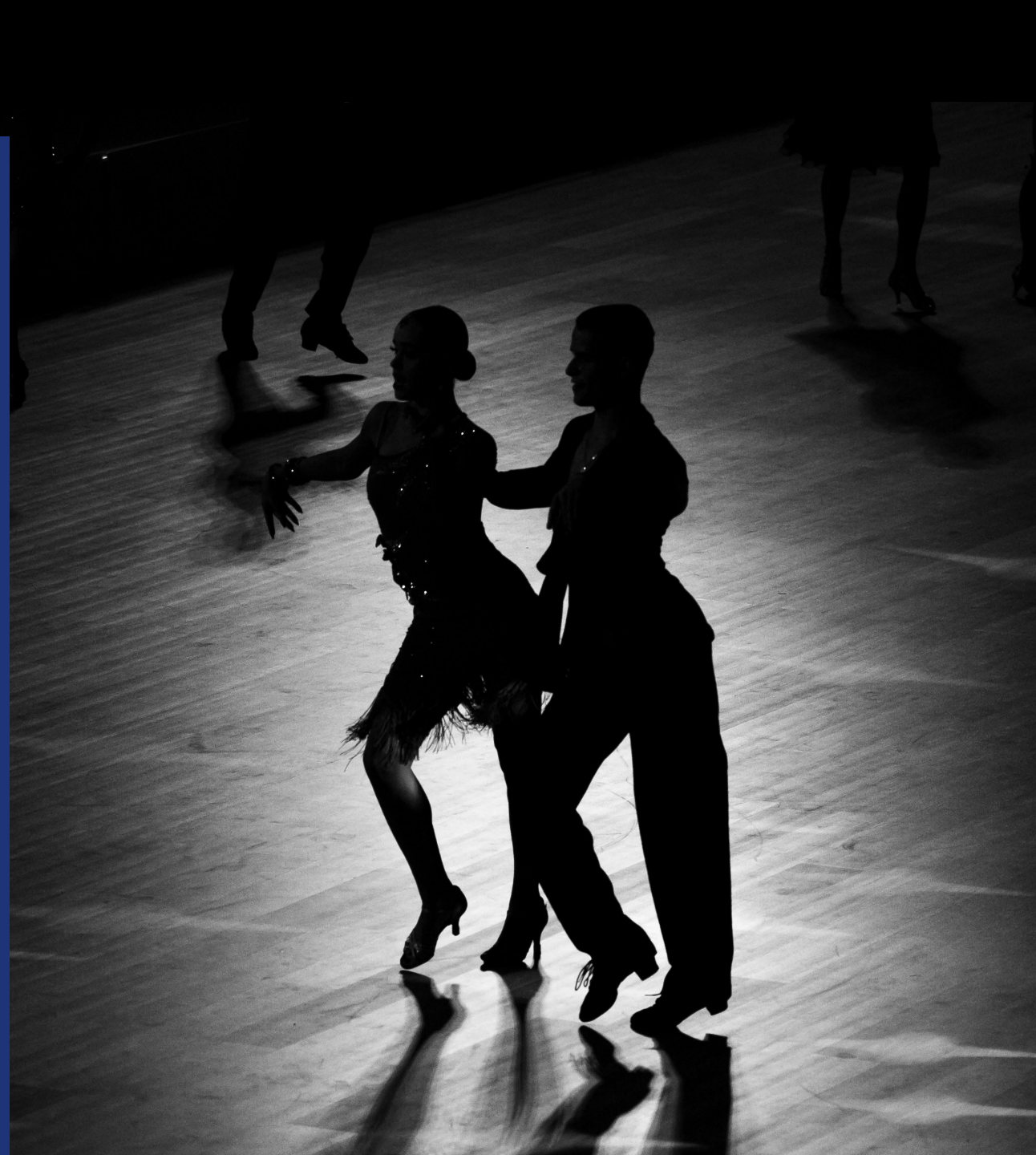
Det här är  
**SM-veckan**





## Engagerar hela idrottsrörelsen

- Idrottsrörelsen är Sveriges största folkrörelse med 3,3 miljoner aktiva medlemmar.
- Ca 210 olika idrotter organiserade i 72 olika specialidrottsförbund.
- 19 000 föreningar över hela landet.
- Genom SM-veckan engagerar vi hela idrottsrörelsen.





## En **hyllning** till idrottsrörelsen

- Etablerades 2009 i syfte att synliggöra idrottsrörelsens mångfald och samhällsnytta.
- Idag är det ett av Sveriges största årligen återkommande idrottsevenemang som genomförs på olika orter i Sverige, vinter respektive sommar.
- Konceptet kort och gott: en stad, en vecka, en mängd SM-tävlingar i flera olika idrotter.
- SM-veckan är en folkfest med idrott i världsklass, upplevelser och underhållning samt en arena för möten och innovation.
- Vi vill öka intresset för de svenska mästerskapen och visa upp idrottsrörelsens bredd genom att samla större och mindre idrotter i ett gemensamt evenemang. Över 60 av våra 72 medlemsförbund har deltagit.
- Vi vill höja SM-tävlingarnas status. Vi sätter idrottarna främst och lyfter fram deras prestationer och avgörande ögonblick.



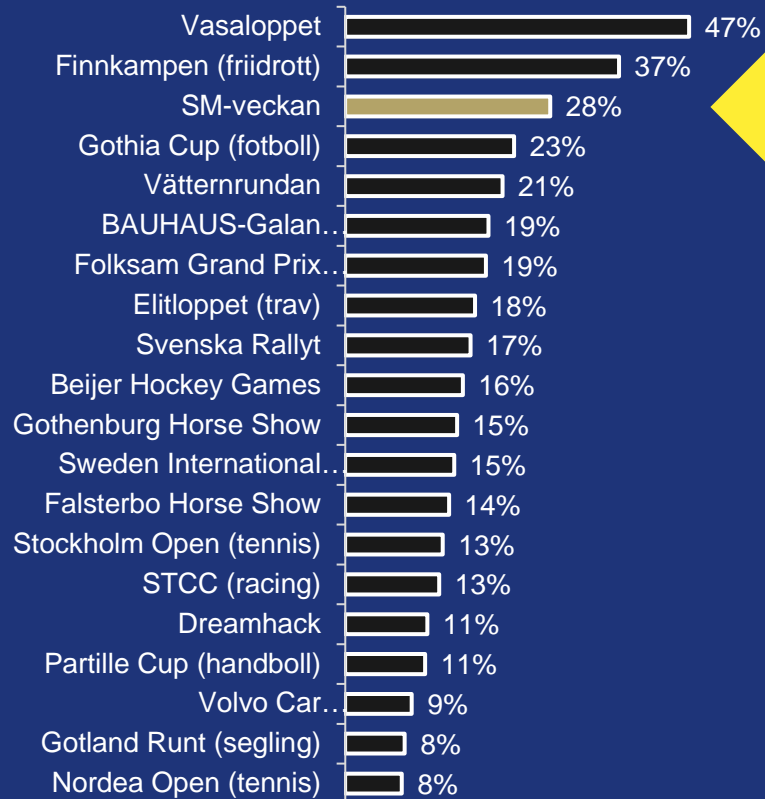
## Sätter **världstaden** i idrottshändelsernas centrum

- Tävlingar om SM-titeln i ca 20–30 idrotter arrangeras och världstaden blir under en veckas tid idrottshändelsernas centrum.
- Världstaden visar upp sig för tusentals besökare på plats och miljoner människor framför TV-apparaterna.
- Ett hundratal ackrediterade från media är på plats och bevakar evenemanget.



**SM-veckan** firade 10 år 2019  
och ökar i popularitet för varje år.

# Intresserar en hel nation



*”Hur intresserad är du av följande idrottsevenemang?”*

*(svarsandel 6-10 på en intresseskala mellan 0-10)*





## Även bland unga är intresset stort

Vasaloppet:	38%
Gothia Cup:	31%
<b>SM-veckan:</b>	<b>24%</b>
Dreamhack:	24%
Midnattsloppet:	22%
Tough Viking:	21%
Toughest:	20%

*"Hur intresserad är du av  
följande idrottsevenemang?"  
(under 30 år)*





## På bästa sändningstid i **SVT**

SVT sänder 50–80 timmar från SM-veckan.

Toppnoteringar för SVT:s räckvidd på de senast genomförda SM-veckorna:

Vintervecka 2 561 000 tittare\* (Luleå/Boden 2024)

Sommarvecka 2 859 000 tittare\* (Västerås 2024)

Under vintern sänds SM-veckan inom ramen för SVT:s Vinterstudion, vilket bidrar till stort intresse.

\*Räckvidd = antalet tittare som sett tre minuter eller mer.



Stor vältrimmad organisation  
bakom **SM-medaljerna.**

### Riksidrottsförbundet (RF)

Konceptägare till SM-veckan.  
Övergripande ansvar för helheten.

### Värdstaden

Ansvar för genomförandet  
av SM-veckan.

### Partners

Lyfter evenemanget och bidrar ekonomiskt  
till att SM-veckan går att genomföra.

### RF-SISU distrikt

Behjälpliga med utveckling och  
utbildning av de lokala föreningarna  
som är med i SM-veckan.



### SVT

Sändande bolag, äger sändnings-  
rättigheterna till SM-veckan. Sköter  
all TV-produktion på plats.

### Specialidrottsförbund

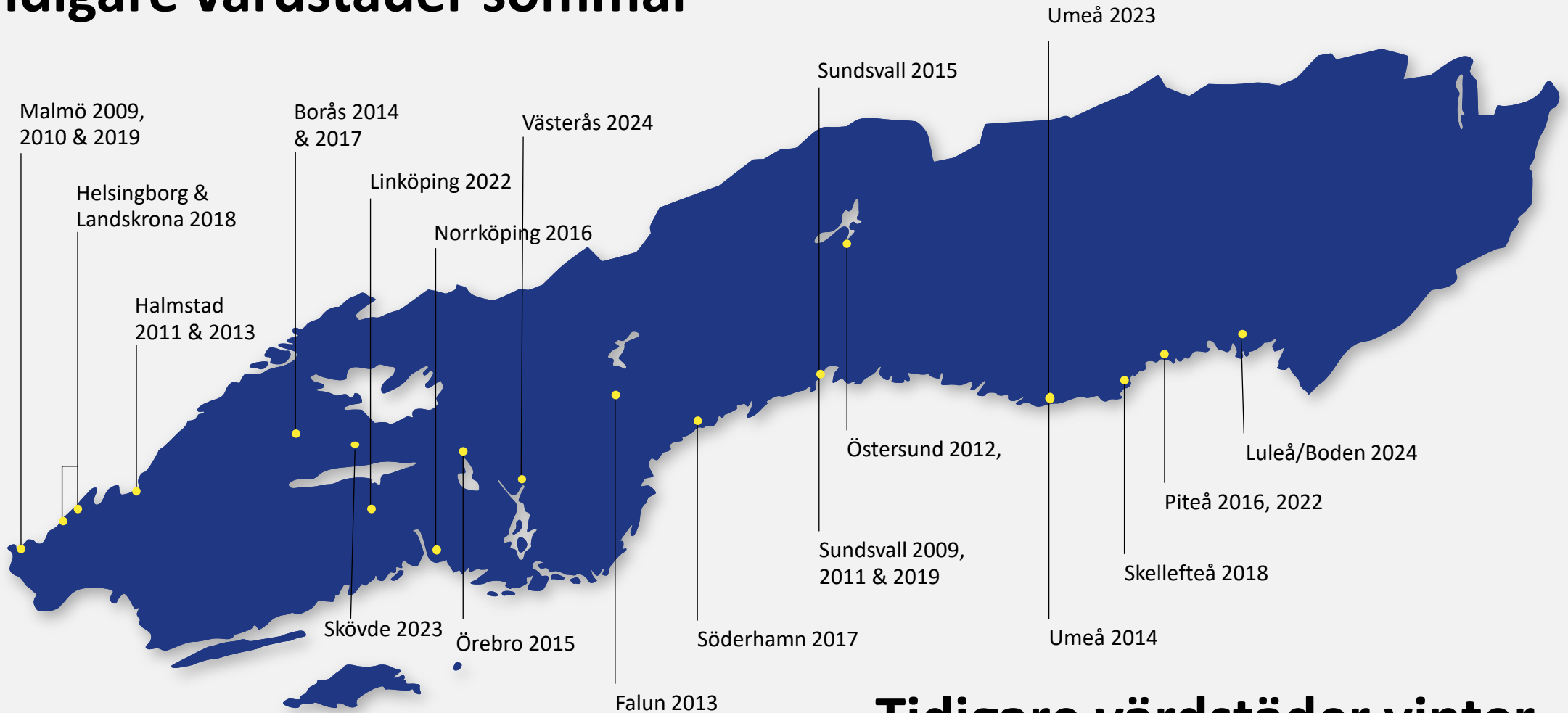
RF:s medlemsförbund, ägare av sina  
respektive SM-tävlingar.

### Lokala föreningar

Genomför SM-tävlingarna på uppdrag  
av sitt specialidrottsförbund.



## Tidigare värdstäder sommar



## Tidigare värdstäder vinter

## Samhällsnytta i varje hundradel

- Riksidrottsförbundet och värdstaden arbetar aktivt med att evenemanget ska bidra till ett positivt arv.
- Idrott främjar folkhälsan – genom att lyfta fram förebilder och erbjuda olika prova-på aktiviteter inspirerar och engagerar vi fler till rörelse, från unga till äldre.
- Ger miljoner i turistekonomiska värden för näringslivet och bidrar till bestående värden för destinationen och föreningslivet.
- Vi verkar aktivt för ett jämställt och inkluderande evenemang (exempelvis i hur vi gör urvalet av idrotter).
- SM-veckan ska vara ett hållbart evenemang utifrån Riksidrottsförbundets definition för hållbara evenemang – ekonomiskt, socialt och miljömässigt.





*”Det som gjorde att vi ansökte om att få anordna **SM-veckan** var att det är ett evenemang för alla.*

*Det attraherar många olika verksamheter och människor där stor som liten får plats – olika sporter åldrar, bakgrunder och kön.”*



## Varför har andra ansökt?

- Sett det som en förmån att få vara värdstad för evenemanget.
- SM-veckans positiva genomslagskraft.
- Förväntan om att evenemanget skulle skapa värden i form av:
  - 1) ökad medborgarstolthet
  - 2) ökade intäkter till näringslivet
  - 3) positiva effekter på varumärket
  - 4) evenemanget passade in med annat som hände i staden som exempelvis jubileum
- Förväntan om en folkfest utöver det vanliga.
- Förväntan på sikt om att förbättra folkhälsan, ge en "boost" till det lokala föreningslivet och stärka värdstadens image.



## Vilka effekter kan ni se efter en SM-vecka?

- Ökad medborgar- och invånarstolthet
- Möjlighet att nå nya målgrupper (inkluderande)
- Ökade intäkter till näringslivet (turistekonomisk effekt)
- Förbättrad lokal samverkan
- Stärkt föreningsliv
- Förbättrad folkhälsa
- Varumärkesbyggande
- Bidragit till formulering/utveckling av evenemangsstrategier
- Stärkt evenemangs-CV och mod inför framtida evenemangssatsningar

*Ur HUI:s rapport "Bokslut SM-veckan 10 år" (svar från tidigare värdstäder)*



*”Genom **SM-veckan** har vi fått fler i rörelse. SM-veckan är som prickén över i:et när man tittar på våra arrangemang.*

*Vi utvecklar idrottsanläggningar för att vardagen ska bli så bra som möjligt. Detta ger också förutsättningar till att arrangera SM-veckan igen.”*





## Mötesplats SM-veckan

- Är en arena med seminarier och föreläsningar fyllda med samtal, inspiration och kunskap.
- Syftar till att synliggöra idrottsrörelsens strategi- och utvecklingsarbete.
- Arrangeras av Riksidrottsförbundet, RF-SISU distriktet och värdstaden.



## Ett evenemang med något **för alla**

- 85% av besökarna tycker att SM-veckan har något för alla – oavsett ålder, kön eller bakgrund.
- 90% av besökarna tycker att SM-veckan är enkelt att besöka.
- 90% av besökarna är nöjda eller mycket nöjda med stämning och atmosfär på evenemanget.



## Tusentals i rörelse från morgon till kväll

SM-veckan ger invånare, besökare och näringsliv en anledning att mötas och uppleva något nytt.

- Med prisutdelningar i centrum för att hylla alla atleterna.
- Med prova-på aktiviteter för att aktivera besökarna.
- Förstärk folkfesten med uppträdanden, shower och musik som passar alla åldrar.
- Artister som skänker evenemanget ytterligare stjärnglans.





# Hur ser processen för SM-veckan ut?

1,5-2 år innan genomförandet.

Gemensam målbild – förståelse för SM-veckan och vad vi ska åstadkomma

Planering – aktiviteter, arenor, evenemangsområde, urval av idrotter

Genomförande – en vecka av glädje, uppmärksamhet och intensitet



Uppstartsarbete – skriva avtal, sätta organisationen, lägga en budget

Förberedelser – utbildningar, program med kringaktiviteter, kommunikationsplaner, partnersamarbeten, logistik

3 månader efter genomförandet

Summering – uppföljning kring hur det gick och vad vi kan lära oss till nästa evenemang



## Hur går det till att bli en **värdstad**?

- RF skickar ut inbjudan till samtliga kommuner.
- Värdstaden skickar in sin ansökan.
- RF och SVT bearbetar inkomna ansökningar.
- Besked om eventuell fortsatt process till samtliga som ansökt.
- Besök hos utvalda städer.
- RF och SVT tar beslut om värdstad för SM-veckan.
- Avtal skickas för påseende och godkännande mellan RF och värdstad innan en ny värdstad utses officiellt.



*”SM-veckan uppfyllde i princip alla våra förväntningar. Det fanns ett starkt intresse hos de lokala föreningarna att arrangera SM-veckan och de var mycket aktiva i arbetet med evenemanget. Efter att vi gjort det en gång frågade vi föreningslivet om de skulle vilja göra det igen och alla ville göra om det.”*

*”Det finns ingenting negativt med att arrangera SM-veckan. Det kryssar för så många boxar. Det bygger ett gott samhälle, förbättrar folkhälsan, ökar idrottandet och är accepterat av alla.”*

*”Glädje är ett ord som man vill ha med i detta. Med SM-veckan är det som med många saker i livet. När man står där och allt ska hända är det en sak, i efterhand är det fantastiskt att se effekter.”*



Tack!

