

SVENSKA
HANDBOLLS-
LANDSLAGET



MANUAL

RIKTLINJER SENIORA LANDSKAMPER

SYFTE & UPPDRAG

Landskampsmanualen är ett styrande arbetsdokument för planering och genomförande av seniora landskamper på hemmaplan. Syftet är att tydliggöra ansvarsfördelning, arbetsflöden, leveranser och kvalitetsnivå mellan SHLAB, lokal arrangör, arena, leverantörer och övriga samarbetspartners.

SHLAB har det övergripande ansvaret för projektstyrning, rättigheter, centrala leveranser, tävling, lagkontakter, media, arenaproduktion och kommersiella rättigheter. Den lokala arrangören, LOC, ansvarar för att bygga en lokal organisation som kan genomföra evenemanget professionellt utifrån manual, checklistor, separata PM och löpande styrning från SHLAB. Manualen ska därför fungera både som riktlinje och som praktiskt stöd för roller, tidsplaner, bemanning, arenakrav, marknadsföring, försäljning, säkerhet, aktiviteter, leveranser och efterarbete.

Uppdraget för LOC är att säkerställa att arenan, bemanningen, lokala marknadsinsatser, publikflöden, säkerhet, volontärorganisation, pressytor, VIP-ytor, aktiveringar och leveranser är planerade, förankrade och klara enligt överenskommen tidsplan. Uppdraget genomförs i nära samarbete med SHLAB och dess leverantörer, där varje nyckelroll lokalt ansvarar för sitt område och för att rapportera status inför, under och efter landskampen.

1. FÖRBEREDELSE & INFO

1.1 AVTAL & UPPLÄGG

Inför landskamp upprättas avtal mellan Svenska Handbollslandslaget AB och arrangören samt övriga intressenter, ex. arenabolag, kommun/destinationsbolag och lokala föreningar är involverade i landskampen. I avtalen regleras överenskommelser gällande arena, ekonomi, organisation, säkerhet och liknande.

1.2 RÄTTIGHETER & EXPONERING

SHLAB äger alla kommersiella rättigheter i samband med evenemanget, vilket innebär att endast SHLAB har rätt att exponera externa företag i samband med landskampen. Därför behöver bl.a. arenan uppfylla kravet "clean court" - inga reklamskyltar/företagsexponering utöver SHLAB:s partners får finnas. Med andra ord är det enbart företag som har ett pågående partnersamarbete med SHLAB som har exponerings- och associationsrätt i samband med landskampen.

1.3. ARENAINSPEKTION

Inför landskamp genomför SHLAB en arenainspektion för att säkerställa att den möter de krav som ställs. Inspektion görs av såväl arenarummet som övriga utrymmen, ex. pressrum, restaurang och omklädningsrum.

1.4. TILLSTÅND

Inför landskamp ska den lokala arrangören se till att det finns tillstånd för evenemanget. Detta tillstånd ansöker man om hos polisen. Tillståndet anger om ordningsvakter krävs för arrangemanget och utgör en viktig del av den lokala säkerhetsplaneringen.

Tillståndsansökan ska även omfatta området utanför arenans entré för att möjliggöra uppsättning av aktiveringar samt säkerställa säkerhet och bra flöden vid insläpp.

Eventuellt behöver även extra tillstånd för att placera ut den uppblåsbara landslagströjan och sprattelgubbarna utanför arenan sökas.

2. ORGANISATION

Vid landskamp har SHLAB det övergripande ansvaret, och ansvarar för framtagande av arbetsdokument och styrning av projektet. Sammanlagt kommer en landskamp innebära att 60-100 personer behöver sättas i drift. Det handlar om allt ifrån lokal projektledning till biljett- och lottförsäljning, ansiktsmålning, golvtorkning etc. Vissa uppdrag (ex. lagvård) kommer innebära arbete under fler dagar än matchdagen.

2.1 NYCKELPERSONER CENTRALT

SHLAB tillsätter funktioner med övergripande ansvar inom nedanstående områden. Dessa ansvarsområden hanteras och SHLAB och deras partners.

- Projektledning
- Marknadsföring (central marknadsföring och produktion av material)
- Biljetthantering & VIP
- Media
- Lag & tävling
- Arenamedia (DJ, speaker, eventproduktion)
- Reklam/rättigheter
- Ackreditering

2.2 NYCKELPERSONER LOKALT

Den lokala arrangören, LOC, ska ställa en lokal organisation på fötter som kan garantera ett, i alla avseenden, professionellt evenemang. LOC blir den part som genomför evenemangsarbetet utifrån styrning från SHLAB. LOC ska ha en organisation där nedan nyckelpersoner finns preciserade. Nyckelpersonerna ska i sin tur ha organiserad personal inom sina respektive områden. Samtliga nyckelpersoner ska ha god insyn i projektet i allmänhet och känna fullt ansvar för sitt område.

LOKAL PROJEKTLEDARE. Övergripande ansvarig för LOC:s arbete och har kontakt med kommun, lokala föreningar, arena och övriga lokala intressenter. Denne blir spindeln i nätet och hanterar/delegerar alla frågor som rör evenemanget lokalt, både innan och under evenemanget. Den lokala projektledaren blir SHLAB:s kontaktperson gentemot LOC.

VOLONTÄRANSVARIG. Ansvarar för rekrytering av volontärer och organiserar volontärarbetet.

ACKREDITERINGSANSVARIG. Ansvarar för att den lokala organisationens personal har ansökt om ackreditering i tid och meddelar landslagets ackrediteringsansvarige vilka funktioner som ska ha tillgång till vilka utrymmen. Ansvarar för att zonskyltar är utplacerade i arenan och säkerhetsansvarig får information om var bemanning behövs.

ARENAANSVARIG. Ansvarar för alla arenarelaterade frågor (ex. teknik, golv, leveranser) och att arenan iordningställas enligt planskiss (se 3.2).

SÄKERHETSANSVARIG. Ansvarar för säkerhetsarbetet vid landskampen

LOKALT KOMMERSIELLT ANSVARIG. Ansvarar för den lokala kommersiella bearbetningen inför landskampen med fokus på biljettförsäljning, VIP-försäljning, företagsrelationer, nätverk och synlighet lokalt.

PUBLIKLÄKARE. Ska finnas tillgänglig för arenabesökarna om något inträffar på läktare eller i foajéer. Ska finnas på plats under hela evenemanget och vara i kontakt med säkerhetsansvarig och projektledare.

BILJETTANSVARIG FÖRENING. Ansvarar för försäljning, fakturering & distribution av föreningsbiljetter.

BILJETTANSVARIG MATCHDAG. Ansvarar för bemanning och drift av biljettkassor och scanners under evenemanget.

MARKNADSFÖRINGSANSVARIG/PR. Ansvarar för lokal marknadsföringen av landskampen.

PRESSANSVARIG. Ansvarig för pressrummet och presshantering i arena. Landslagets presschef hanterar spelare, intervjuer etc.

VIP-ANSVARIG. Ansvarar för VIP-arrangemanget, ex restaurangkontakter, dekoration, mottagande av gäster, bemanning etc. i VIP-ytorna vid landskampen.

ANSVARIG LOKAL VIP-FÖRSÄLJNING Ansvarar för försäljningen av de lokala VIP-paketen.

LAGVÄRD. Har i uppgift att vara det deltagande lagets lokala kontakt under deras vistelse.

FLOORMANAGER. Finns tillgänglig som en resurs för tävlingsansvarig under matchtillfället.

FOTOGRAF. LOC ska tillsätta en fotograf som dokumenterar evenemanget för Svenska Handbollslandslagets räkning. Se uppdragsbeskrivning på <https://handbollslandslaget.se/wp-content/uploads/2025/09/Riktlinjer-fotograf-2025v2.pdf>

ANSVARIG MATERIAL BOXAR. Ansvarar för att all utsmyckning och utplacering av material i arenan är gjord i god tid innan arenan öppnas.

FOAJÉANSVARIG. Ansvarar för planering, samordning och genomförande av samtliga aktiviteter i foajé- och entréer i samband med landskampen.

3. KOMMERSELT LOC

LOC och SHLAB är tillsammans ansvariga för att marknadsföra landskampen och ev. kringarrangemang, med fokus på biljettdrivande insatser. SHLAB riktar in sig på centralt kommunikationsarbete och PR medan LOC tar en större roll kring den lokala, biljettdrivande marknadsföringen samt föreningslivet. Aktivitetsplan med marknadsinsatser upprättas gemensamt.

3.1 BILETTFÖRSÄLJNING FÖRBEREDELSE

En arenaskiss, inkl läktare, skickas till SHLAB. Märk ut ev. platser som går bort på grund av siktproblem, kameraplattformar, press- och rullstolsplatser osv.

Kontaktperson från LOC med kännedom om nätverk m.m. sätts i kontakt med SHLAB för att förbereda var i arenan biljettförsäljning kan ske. Elluttag krävs i nära anslutning till detta.

Platser för övertaliga partners, övertaliga trupper och röda kort, platser med skymd sikt samt pressplatser blockeras. Önskar LOC blockera platser för köp måste detta meddelas SHLAB innan försäljningsstart. Priser, kategorifördelning samt datum för biljettsläpp och förköp fastställs av SHLAB och LOC. Ordinarie biljettförsäljning ansvarar SHLAB för. Föreningsbiljetter säljs och administreras av LOC.

FÖRENINGSBILJETTER

LOC tillsätter en ansvarig för hantering, marknadsföring och försäljning av föreningsbiljetter. Standardpris är 150 kr för sittplats och 120 kr för ståplats.

Marknadsföring

LOC marknadsför föreningsbiljetterna både internt och lokalt till andra handbollsklubbar i närområdet likväl som övriga idrottsföreningar. **Distriktet** marknadsför också till regionens handbollsföreningar, och synkar detta med LOCs ansvarige. **SHLAB** marknadsför föreningsbiljetter via biljettsidan och hänvisar till den mailadress som valts ut lokalt eller formslänk.

Hantering

SHLAB och LOC kommer tillsammans fram till antal föreningsbiljetter som finns tillgängligt och när sista datum för beställning är. SHLAB tar fram marknadsförningsunderlag och delar i teamet.

LOC jobbar aktivt med försäljning via utskick och uppföljande samtal, och samlar in föreningsbeställningar via mail eller forms och bokför på excel i teamet. SHLAB ansvarar för biljettutskick (ca 2 veckor innan landskamp) enligt ifylld lista. LOC ansvarar också för att fakturera samtliga föreningar. SHLAB fakturerar LOC för samtliga sålda föreningsbiljetter löpande eller efter avslutad landskamp.

BILJETTFÖRSÄLJNING MATCHDAG

Hårdvara för biljettförsäljning och scanning skickas till arenan. Försäljning sker från arenans öppning t.o.m. en bit in i andra halvlek. LOC tillsätter två personer för biljettförsäljning, ca 6-8 pers för scanning.

Vid behov görs en genomgång av systemet med representant från SHLAB, senast 1 timme innan öppning. SHLAB stämmer av försäljningen efter avslutad försäljning och tar fram officiell publiksiffra.

3.2 VIP & HOSPITALITY

SHLAB bjuder in partners m.m. till ett VIP-evenemang, vilket LOC vid överenskommelse har möjlighet att sälja VIP-paket till.

I arenan ska det finnas restaurang eller likvärdiga ytor som kan nyttjas som VIP-avdelning, där mat och underhållning erbjuds. LOC tillsätter en VIP-ansvarig som är ansvarig för kontakt mellan SHLAB, LOC och restaurang och på dagen är ansvarig för hela VIP-arrangemang, från iordningställande, välkomnande av gäster m.m.

VIP-evenemanget inleds vid arenans öppning och endast förbokade gäster har tillgång till utrymmet. Se separat PM **VIP-ansvarig**

Mat och dryck

SHLAB och krögaren tar fram meny och priser för huvudrätt, efterrätt, fika och kaffe. Maten ska hålla hög klass. Huvud- och efterrätt serveras före avkast och fika serveras i halvtid. Drycken består av öl, vin och alkoholfritt.

Miljö, dukning och dekoration VIP-miljön ska hålla **hög klass**, borden vara **fint dukade och maten snyggt presenterad** innan gästerna kommer. VIP-ansvarig dekorerar restaurangen med material från SHLAB samt placerar ut bordsplaceringskort. LOC förser SHLAB med en bordskarta där SHLAB sedan placerar ut sina gäster. Denna placeringskarta får sedan hovmästaren/LOC så att restaurangpersonalen kan visa gästerna till sina platser.

Hantering av gäster SHLAB samlar ihop antal gäster och levererar detta till krögaren och VIP-ansvarig. När gästerna anländer till VIP-avdelningen ska LOC se till att där finns en hovmästare som hälsar gästerna välkomna, delar ut deras VIP-band och visar dem till sitt bord.

Underhållning SHLABs moderator håller i programmet under VIP-tillställningen. Denne hälsar gästerna välkomna, drar programmet och är ansvarig för underhållningen i form av intervjuer och tävlingar. LOC ansvarar för att det finns två trådslösa mikrofoner samt ljudanläggning.

3.3 LOKAL MARKNADSFÖRING

MARKNADSFÖRINGSMATERIAL

SHLAB bistår med produktion av original till marknadsföringsmaterial. Önskemål om bilder till hemsidor/sociala medier, annonser, tryckmaterial etc. skickas till SHLAB för produktion.

När speldag och tid är satt tar SHLAB fram en annons som används som grund i all marknadsföring för landskampen. Loggor (eps eller ai-format) för lokala arrangörer skickas till SHLAB.

CITYDRESSING

Fysiskt - flaggor, utsmyckning, blågul stadsbild

Digitala kanaler - JCdecaux, Infartsskyltar, skärmar

DIGITAL FÖRSÄLJNING

LOC ser över och listar digitala kontaktytor via e-post, sociala medier, webbsidor, nätverk.

KAMPANJPLAN & PLANERADE AKTIVITETER

LOC ser tar fram en kampanjplan, inklusive planerade aktiviteter.

GAMEDAY

Presentation av värdstaden skickas in och publiceras i appen.

3.4 SIDE EVENTS & MÖTEN

FÖRETAGSAKTIVITET

Planera och genomför aktiviteter riktade mot lokala företag och näringsliv. Syftet är att skapa mervärde kring landskampen, stärka relationer och öka intresset för företagspaket, hospitality och biljetter.

FAN-AKTIVITET

Planera publik- och supporteraktiviteter som skapar engagemang före och i samband med matchen. Exempel kan vara, supporterområden, prova-på-aktiviteter eller andra arrangemang som ökar kännedomen om landskampen och om landslagets närvaro i staden.

FÖRENINGSAKTIVITET

Aktivera lokala handbollsföreningar genom informationsinsatser och gemensamma aktiviteter. Målet är att skapa engagemang, öka föreningsbiljettförsäljningen och öka medvetenheten och intresset för landskampen och landslaget.

ÖPPEN TRÄNING

En öppen träning med landslaget kommer arrangeras, där meet and greet med landslaget är möjligt. Den öppna träningen är i första hand till för de lokala ungdomslagen på orten. Aktiviteten ska bidra till ökat intresse och ge fler möjligheten att komma nära landslaget. Lokalmedia får gärna bjudas in. LOC är på plats och är dom som ansvarar för att den öppna träningen kan genomföras på önskat sätt.

ÖVRIGA MÖTEN

Identifiera och samordna övriga relevanta möten i samband med arrangemanget, exempelvis med partners, kommun, organisationer, företag eller andra lokala intressenter. Målbild är att detta ska öka intresset kring landslaget och landskampen och driva på biljettförsäljningen.

3.5 FÖRETAGSPAKET & NÄTVERK

PAKETERING & ERBJUDANDE

Ta fram attraktiva företagspaket som kombinerar matchupplevelse, hospitality, nätverkande och andra mervärden. Erbjudandena ska vara tydliga, säljbara och anpassade till den lokala marknaden. Erbjudan-

det tas fram gemensamt av LOC och SHLAB.

SÄLJPLAN

Upprätta en plan för hur företagspaketen ska säljas. Definiera målgrupper, ansvariga, prioriterade prospekt, försäljningsaktiviteter och tidplan för att säkerställa ett strukturerat säljarbete.

NÄTVERKSAKTIVERING

Använd befintliga nätverk för att skapa affärsmöjligheter och öka kännedomen om arrangemanget. Lokala företag, partners och organisationer bör aktiveras genom personliga kontakter, nätverksträffar och riktade utskick.

ÖVRIGA AKTIVITETER

Planera och genomför ytterligare företagsrelaterade aktiviteter som kan bidra till ökad försäljning, starkare relationer eller större exponering för arrangemanget.

3.6 MERCHANDISE

FÖRSÄLJNINGSPLOTS

LOC ska säkerställa att det finns en väl placerad och tydligt utmärkt försäljningsyta för landslagets merchandise. Tidpunkt för försäljningen ska vara inför landskampen och Försäljningsplatsen ska vara på/vid en yta i staden där det är naturliga publikflöden, så som i en centralt belägen galleria eller liknande. LOC ansvarar för uppbyggnad och bemanning, SHLAB ansvarar för att material för uppbyggnad av merchandiseshop kommer till orten. Tid för försäljning bestäms gemensamt av LOC och SHLAB.

MARKNADSFÖRING

Kommunicera merchandiseutbudet i relevanta kanaler. Syftet är att öka kännedomen, skapa efterfrågan och maximera försäljningen av landslagsprodukter och genom det öka intresse för landslaget och landskampen.

4. ARENA

4.1 ARENAKRAV

En arena med minimikapacitet på 2000 åskådare samt fri golvyta minst 45x25 meter, varav spelyta 40x20 meter krävs. Dessutom behövs handbollsgolv med linjer, handbollsmål enligt standardmått, resultatavlor och jumbotron samt skyddsnet.

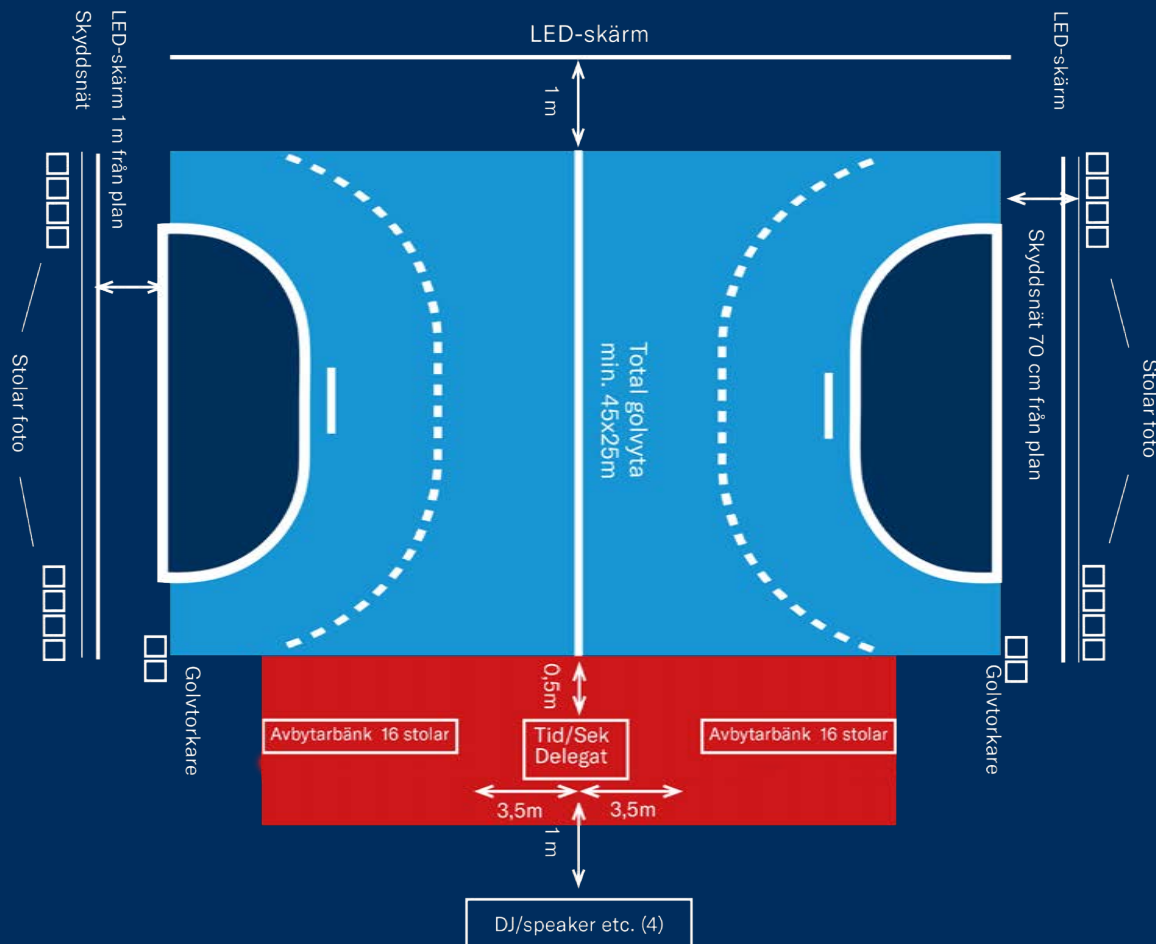
Övriga krav kring belysning, ventilation, faciliteter, säkerhetsutrustning m.m. finns i PM **Arenakrav**.

Vid landskamp får **endast** partners till SHLAB och SHF exponeras, vilket innebär att annan reklam/sponsorexponering i arenan ska tas bort/täckas över för att bli **Clean court** enligt överenskommelse.

Arenan ska vara färdigställd i god tid, då båda lagen ska träna i arenan på matchdagen och reklam ska läggas, LED-skyltar installeras osv. Arenan ska vara klar för träning senast klockan 17.00 dagen innan landskamp. Övriga delar (foajeér, VIP-utrymmen m.m.) bör vara färdigställt kvällen innan matchdag.

4.2 PLANSKISS

Arenan ska, förutom att möta samtliga grundläggande kriterier, färdigställas enligt skissen nedan.



4.3 HANDBOLLSGOLV & UNDERGOLV

Vid landskamp ska underlaget på spelplanen vara ett godkänt handbollsgolv med enbart handbollslinjer. LOC ansvarar för att golvet tvättas och rengörs i god tid innan matchen.

Om arenan ej har ordinarie handbollsgolv (ex hockeyarena) måste ett undergolv läggas som grund. Kvaliteten på undergolvet ska godkännas av SHLAB. Handbollsmattan läggs sedan ovanpå undergolvet. LOC ansvarar för undergolvet och att detta möter de krav som ställs från EHF. SHLAB:s partner ansvarar med eventuell inläggning av handbollsmatta - LOC behöver dock bistå med 6-10 personer som är behjälpliga med inläggning och borttagning av mattan.

SHLAB:s partners som lägger reklamen på handbollsgolvet anländer till arenan senast på matchdagen och ska ha god tid på sig att sätta upp reklam på golv samt LED runt om planen. I undantagsfall kan tejpning av övriga linjer genomföras, dock endast efter godkännande.

4.4 ARENARUM, AKTIVITETSYTOR & FOAJEÉR

Vid landskampen har SHLAB partners som kommer att aktivera sig i foajéer eller annan lämplig plats i arenan, samt material som ska sättas upp för att färga arenan blågul.

Materialansvarig med dess volontärer ser till att arenan färgas blågul med SHLABs material. Detta gäller både arenarum och foajéer.

Foajéansvarig ser till att alla planerade aktiviteter i foajé är uppriggade och bemannade i god tid innan arenan öppnar.

Även LOC har möjlighet att genomföra aktivitet i dessa ytor.

5. SJUKVÅRD, ACKREDITERING & SÄKERHET

Vid landskamp är det den lokala arrangören som ansvarar för säkerheten på arenan. LOC utser en säkerhetsansvarig som har det operativa ansvaret för säkerhetsarbetet. Nedanstående info ger en övergripande bild av säkerhetsarbetet. Mer info ges i separata PM **Säkerhet landskamp**.

5.1 SÄKERHET

En skriftlig säkerhetsplan, inklusive medicinsk aktionsplan (MAP), ska upprättas. MAP redovisar vem som är medicinskt ansvarig för arrangemanget, arenans utrustning, medicinsk personal, transportmöjligheter, kommunikation, kontakt med sjukvårdsorganisationen samt ansvarig för kontinuerlig träning av akutmedicinsk säkerhet (ex hjärtlarm). Medicinskt ansvarig läkare och arenaledningen ansvarar för upprättandet av MAP. MAP ska innehålla info om avstånd till närmaste akutsjukhus (i tid med ambulans och i avstånd i km) med hänsyn tagen till eventuell förväntad trafikproblematik på matchdagen.

Det ska finnas **hjärtstartare**, i sådan omfattning att defibrillering kan genomföras inom 5 min (ta tid från längsta avstånd med fylld arena). Basal medicinsk akututrustning som bår, halskrage och frakturfixeringsmaterial, läkemedel för akuta medicinska tillstånd ex. hjärtstopp och allergisk chock samt medicinsk utrustning för eventuella spelarskador skall finnas.

5.2 KOMMUNIKATION

Ett fungerande kommunikationssystem skall finnas. Detta ska inte bara bestå av mobiltelefon, utan behöver kompletteras med komradio eller motsvarande. Direkt kommunikationsväg från publikläkare till ansvarig personal vid närmaste akutsjukhus skall vara etablerad på förhand.

Ett säkerhetsmeddelande som informerar publiken om utrymningsvägar, uppsamlingsplats och liknande kommer att läsas upp av speaker innan matchstart. LOC och arena ansvarar för att skicka ett manus för detta till SHLAB senast 10 dagar innan matchdag.

5.3 AMBULANS

I arenor med över 5 000 personer ska arrangören se till att det finns ambulans stationerad i arenan under match. Denna ska vara bemannad med två personer, varav minst en sjuksköterska med utbildning i ambulanssjukvård och den andra minst utbildad ambulanssjukvårdare.

5.4 PUBLIKLÄKARE

Publikläkare tillsätts av LOC och denna ska vara uppdaterad i arenans MAP. Denne ska vara legitimerad och ansvarar generellt för publik och funktionärer, men ska även vara behjälplig och assistera matchläkare på begäran från denne. Namn på publikläkaren och dennes position i arenan under match ska kommuniceras senast på tekniska mötet inför landskampen.

5.5 AKUTTÄLT

4 st volontärer som har annan position på innerplan ska vara instruerade var och hur akuttältet finns och ska användas. Akuttältet finns i en väska som ska placeras nära innerplan och ska hållas runt den skadade personen om något allvarligt händer. Volontärerna ska vara bekväma med uppgiften.

5.6 PUBLIKVÄRDAR

Publikvärdens (12-20 st) uppgift är att välkomna gästerna till arenan och hänvisa dem rätt vid ankomst och hemgång samt se till att obehöriga inte beträder spelplanen eller omkringliggande ytor. Vårdarna ska kunna svara på enklare frågor som rör arenan och landskampen, därför en fördel om de har besökt arenan tidigare. Publikvärderna bör vara öppna, vänliga och tycka om att hjälpa till. Enklare "säkerhetsarbete" kan också förekomma, såsom att se till att visa ut-/ingångar.

5.7 VISITERINGSPERSONAL

Utifrån aktuellt säkerhetsläge kan visiteringspersonal behöva tillsättas.

5.8 SÄKERHETSVOLONTÄRER

Minst 10 st säkerhetsvolontärer behövs på innerplan. Säkerhetsvolontärer bär röda säkerhetsvästar och ansvarar för att endast ackrediterad personal rör sig på innerplan och övriga säkerhetsytor, ex omkläddningsrum. Säkerhetsvolontärerna ska vara minst en per läktarsida som står med ryggen mot spelplanen och ha full uppsyn över läktarna från att arenan öppnar till spelarna lämnar planen.

Deras uppgift är även att följa utvisade spelare till deras läktarplatser (om rött kort delas ut). *Observera att publikläkare, som arbetar nära med säkerhetspersonal, ska utses - se 4.2*

5.9 GATEKEEPERS

Minst 8 st gatekeepers, eller vad arenan kräver, behövs för att bevaka de olika zonerna i arenan, och se till att enbart personer med rätt ackreditering får tillgång. Alla zonövergångar ska bemannas av en gatekeeper för att kontrollera rätt ackreditering.

5.10 ACKREDITERING

Alla som jobbar med evenemanget ska ackreditera sig till matchdag. Ackrediteringen registreras via länk där kontaktuppgifter anges samt foto laddas upp. Ackrediteringen hämtas ut, mot uppvisande av legitimation, på arenan innan arbetspasset.

Se separat PM **Ackrediteringsinfo**.

6. TÄVLING

SHLAB har tävlingsansvaret vid landskamper och hanterar alla kontakter med lag, delegat, domare och EHF, samt ansvarar för de sportsliga delarna under matchen. LOC:s roll blir att vara SHLAB behjälpliga. Detta görs framförallt genom att LOC tillsätter en floormanager som ska vara en hjälpende hand åt SHLAB:s tävlingsansvarig, och finnas tillgänglig hos tävlingsansvarig under hela matchtillfället.

6.1 INMARSCH & MINUTSCHEMA

Tävlingsansvarig och floormanager håller i minutschemat inför match inkl. inmarschprocedur och synkar detta med berörda parter, ex. DJ, speaker och TV.

6.2 FLAGGOR

LOC ansvarar för att i god tid före evenemanget ta fram nationsflaggor (viktigt att alla nationsflaggor är lika stora). SHLAB ansvarar för att ta fram EHF/SHF-flagga. Flaggor ska hängas från vänster enligt nedan. För aktuella flaggor, PM **Flaggmanual**.

EHF/SHF	Hemmalag	Bortalag
---------	----------	----------

6.3 FLAGG- OCH FANBÄRARE

LOC ser till att det finns två fanor och två fanbärare, en till vardera lag, som är med vid inmarsch. Dessutom utser de fyra flaggbärare som håller EHF/SHF-flagga. SHLAB ansvarar för att ta fram denna. Flagg- och fanbärare bör vara från ett ungdomslag, och får en genomgång av proceduren vid genrepet 2,5 timmar innan avkast. Dessa ska vara klädda i neutrala byxor utan logotyp (ex jeans) och i regnbågströjor från SHLAB.

6.4 TEKNISKT MÖTE

Tekniskt möte inför matchen äger rum klockan 10.00 på motståndarlagets hotell eller arena. Delegaten håller i mötet som behandlar de viktigaste frågorna inför matchen, ex. laguppställningar, färg på matchdress, säkerhetsfrågor, nationalsånger etc. Lagen och SHLAB är representerade, och gärna även arena-/säkerhetsansvarig LOC samt lokal floormanager.

6.5 SEKRETARIAT

SHLAB ansvarar för tillsättning av funktionärer. LOC ser till att bord (h 0,75m, b 3 m, d 0,6 m) och fyra stolar samt utrustning som styr matchklockan är på plats och fungerar. Runt bordet fästs EHF-vepan (Sverige-vepa vid vänskapslandskamper). På bordet ska det även finnas vatten till samtliga funktionärer.

6.6 SCOUTER

SHF/SHLAB tillsätter vid EHF-matcher scouter. Scouternas uppgifter är att, live från arenan, föra statistik om matchen i EHF's valda statistikprogram. Digital utbildning i programmet krävs innan uppdraget.

6.7 AVBYTARBÄNKAR

LOC ansvarar för att sätta upp avbytarbänkar enligt planskiss (se 3.2). 16 sammanlänkade stolar skall finnas för varje lag. Stolsöverdrag från ATG skall träs över stolsryggarna (enbart vid vänskapslandskamper).

6.8 GOLVTORKARE

LOC ansvarar för att golvtorkare (4st) finns på plats vid matchen. Dessa ska vara i sådan ålder och ha sådan handbollskunskap att de kan följa spelet och på domarens tecken gå in på plan och torka bort svett, vatten och dylik. Golvtorkarna ska vara klädda i neutrala byxor och tröjor som levereras av SHLAB. LOC ansvarar för utrustning för golvtorkarna, ex moppar och handdukar (utan loggor).

6.9 FLOORMANAGER

Floormanagerns arbetet styrs av tävlingsansvarig och uppgifterna innefattar bl.a. att tillsammans med tävlingsansvarige förbereda lag och domare gällande minutschemat för inmarsch. Floormanagern har vid inmarsch ansvar för att flagg- och fanbärare och lag och domare är på plats i tid samt har kommunikation med speaker/DJ. Denna ska även ha kontroll under match vilka som har tillträde vid bänkar och sekretariat. Slutligen har denne ansvar för utdelning av matchens lirare-pris.

6.10 PRISUTDELNINGAR

Efter slutsignal delas pris till **matchens lirare** i vardera lag, och utses av DJ/speaker. SHLAB ser till att priser finns på plats bakom sekretariatet innan slutsignal.

Finns representant från ATG på plats delar denne ut priset till matchens lirare, annars utser LOC en lämplig kandidat för uppgiften (ex. klubbens ordförande, kommunalråd, eller destinationsbolagets VD).

Floormanager ansvarar för att prisutdelarna finns vid innerplan 5 min innan slutsignal och har fått information om hur utdelningen ska gå till och synkar vilka de uttagna spelarna är med DJ/speaker

Eventuella övriga pristudelningar kan tillkomma i halvtid eller efter match.

6.11 TIFO

En stor svensk flagga dras upp över publiken i samband med nationalsång med hjälp av volontärer (gäller ej EHF-matcher). Flaggan finns i en kempa-väska bland utsmyckningsmaterialet. LOC ansvarar för att plocka fram och lägga ut flaggan längst ned på berörd sektion innan arenan öppnar, att den används samt packas ihop efteråt.

7. LAG & DOMARE

SHLAB har ansvaret för alla kontakter med lag, domare och delegat inför landskampen. När lagen sedan anländer till spelorten ska LOC ha ordnat lagvård - se "7.4 Lagvård" samt separat PM **Lagvård**

7.1 HOTELL

SHLAB ansvarar för hotell- och matbokningar åt lag, domare, delegater & SHLAB:s representanter.

7.2 TRANSPORTER

SHLAB ordnar bussar till både hemmalag och bortalag för hämtning på flygplats, och för transporter till och från hotell och matcharenor. Information synkas med lagvärden, som möter upp laget på flygplats.

7.3 TRÄNINGAR

Landslagskoordinatorerna ansvarar för att ta fram tidsschema för lagen och önskemål om träningstider och levererar detta i god tid till LOC. LOC ansvarar för att hitta passande träningshallar samt gym vid önskade tider. Lagen garanteras ett träningspass i matcharenan innan match och i gym om detta önskas.

Sverige önskar förutom lagens två omklädningsrum ett mindre omklädningsrum intill för ledare. Båda lagen önskar ha två motionscyklar i anslutning till planen vid varje tränings/matchtillfälle och varsin massagebänk vid matchtillfället.

7.4 LAGVÄRD

Lagvärden är LOC:s förlängda arm gentemot bortalaget och uppgiften är att vistelsen och kommunikation mellan laget och arrangören ska fungera smidigt. Det gäller att vara serviceinriktad och tillmötesgå lagets önskemål så långt som möjligt inom givna ramar. Lagvärdens arbetsuppgifter specificeras i separat PM **Info Lagvård**.

7.5 DOMARE, DELEGAT & FUNKTIONÄR

EHF tillsätter domare match, SHLAB tillsätter domarvård som möter upp domare och delegat vid flygplats och tar med dem till arenan. Domarvärden kan behöva synka med lokala projektledare eller arenan gällande lokala frågor.

SHLAB ansvarar för att funktionärer tillsätts. LOC:s ansvarar för att förbereda sekretariatet för dessa.

7.6 ÖVRIGT

Tvätt - LOC förbereder så det finns möjlighet för lagen att nyttja tvättmaskiner på orten.

Vatten - SHLAB levererar vatten till arenan i god tid innan matchdagen. Vattnet ska bortalage nyttja vid träning och match. LOC ser till att det finns vatten förberett i omklädningsrummen för bortalag och domare när de anländer till arenan. Vid matchen ska vatten ställas fram vid avbytarbänkar och sekretariat.

Förtäring i omklädningsrum - Vatten, frukt, kaffe, mjölk etc. levereras till arenan från SHLABs partner Lidl. LOC placerar in detta i omklädningsrummen vid matchtillfället. Observera att LOC behöver brygga kaffet och tillhandahålla termosar och se till att detta ställs in i båda lagens och domarnas omklädningsrum vid matchtillfället. Bortalaget ska även ha vatten i sitt omklädningsrum vid träningar. Detta hanteras av volontären ansvarig för Lidl-pallen.

8. PRESS, MEDIA & TV

8.1 MEDIAHANTERING

Vid landskampen ska media ha ett eget arbetsrum i arenan. Även platser med bord på eller i anslutning till läktaren ska vara reserverade för skrivande press och stolar för fotografer på kortsidorna bakom målen ska finnas uppställda. Pressentrén skall vara i anslutning till ackrediteringsdisken.

All presshantering synkas med landslagets presschef Daniel Vandor som behöver information om pressplatser, pressrum, pressentré, inloggningsuppgifter till nätverk samt kontaktuppgifter till lokal pressvärd senast 1 vecka före match.

Pressmaterial – SHLAB:s pressansvariga skickar ut information till alla ackrediterad media dagen före match. Matchprotokoll finns på Profixio och/eller Eurohandball.com efter tekniskt möte och lokal pressvärd ansvarar för att det finns ett tjugotal exemplar utskrivna i pressrummet.

Pressrum - Arenan ställer ett pressrum till förfogande. Bord, stolar och tillräckligt antal eluttag, samt bra och fri nätverksuppkoppling måste finnas i lokalen. Endast ackrediterad media och eventuella partners till SHLAB ska ha tillgång till pressrummet. I pressrummet skall det från att arenan öppnar vara bemannat och serveras fika. Lild levererar frukt, nötter, choklad, kakor, m.m. LOC förser pressrummet med dessa produkter samt ser till att vatten, kaffe och te inkl tillbehör finns.

Lokal pressvärd - LOC utser en lokal pressvärd som är ansvarig för pressrummet och pressen i arenan. Denne skall se till att:

- Media hänvisas till rätt plats i arenan (pressplatser, radiohytt, pressrum osv) samt att endast ackrediterade representanter får tillgång till pressrum.
- Dela ut ackrediteringar och fotovästar vid ackrediteringsdisken. Media anländer vid olika tider, och både pressrum och ackreditering behöver bemannas samtidigt, varför en extra pressvärd behövs. Fotovästarna behöver samlas in efter match.
- Media får tillgång till laguppställningar, matchprogram, matchprotokoll, pressinfo och ev statistik.
- Landslagets presschef och medierepresentanter får tillgång till inloggningsuppgifter för trådlöst nätverk.
- 16 fotostolar (fyra i varje hörn) finns utställda på plan, samt att fotograferna vet hur de ska ta sig mellan innerplan och pressrum.
- Pressfika är framdukat och kaffe/te finns (även personal från SHLAB samt samarbetspartners kommer att fika i pressrummet).
- I samråd med landslagets presschef informera media om var/när spelare är tillgängliga för intervjuer efter matchen.

Pressackreditering - All hantering av ackreditering för press sker via handbollslandslaget.se/press. Ackrediteringslistan skickas vidare till LOC som distribuerar den till lokal pressansvarig m.fl. inför landskampen. Bemannad ackrediteringsplats skall finnas då arenan öppnar. SHLAB ansvarar för att mediavästar kommer till arenan i god tid innan landskampen.

Skrivande press och radio har ackreditering som ger tillgång till pressrum och pressplatser. *Fotografer* har blå fotoväst som ger tillgång till pressrum och de utställda stolarna i hörnen av spelplanen. TV-produktionen bär pressackrediteringar. De som ska ha tillgång till golv har blå mediaväst som ger tillgång till innerplan.

Pressplatser - Pressplatser reserveras för cirka 10 personer och märks vid behov ut med skyltar. All skrivande press skall ha en pressackreditering. Dessa platser måste meddelas till SHLAB innan biljettsläpp så att dessa kan strykas från skissen. Lokal pressvärd har dialog med landslagets presschef inför ifall fler eller färre platser behövs.

8.2 TV

Samtliga landskamper TV-sänds och inför match görs en avstämning med produktionsbolag för att säkerställa att en professionell produktionen kan genomföras. Inför landskampen behöver nedanstående säkerställas:

- Kameraplattform (viktigt att ha klart tidigt så kameror ej skymmer sikt)
- Plats för TV-studio
- Att produktionsbolaget får en kontaktperson i LOC och på arenan

Ytterligare specifikationer/önskemål från produktionsbolag kan dyka upp. Generellt sett behövs två volontärer som ansvarar för mikrofonspön vid timeouter.

8.3 FOTOGRAF

LOC ser till att en evenemangsfotograf som fotar åt SHLAB finns på plats under landskampen. Se separat PM **Riktlinjer fotograf**

8.4 GAMEDAY

Genom appen Gameday Handbollslandslaget får besökaren i arenan alla nödvändig info kopplat till evenemanget. Värdestaden erbjuds också möjligheten att presentera sin stad i appen inför landskampen.

Denna app finns att ladda ner via App Store och Google play. Information om appen och dess innehåll kommuniceras ut till publiken via mailutskick, jumbotron och sociala medier. LOC får gärna använda sina kanaler för att sprida informationen.

9. ARENAPRODUKTION

All mediautrustning i arenan som kan användas för stämningshöjandekommunikation med publik ska tillgängliggöras utan extra kostnad. SHLAB ansvarar för all innehållsproduktion, och LOC säkerställer att teknik fungerar. SHLAB har en ansvarig på plats men behöver hjälp med en person från arenan som kan säkerställa att tekniken fungerar. Nedan beskrivs vilka delar som kommer nyttjas vid en landskamp.

9.1 LED-SKÄRMAR

SHLAB:s partner levererar och monterar LED-skärmar. LOC säkerställer strömbehov (fyra st 32 A Euro-pauttag) samt tillsätter 6-10 volontärer som riggar och river LED-skärmar under ledning av leverantören.

9.2 UTRUSTNING

All mediautrustning (mediakub, ljudanläggning, följespot, rökmaskin, skärmar m.m.) som finns att tillgå i arenan meddelas till SHLAB, för innehållsproduktion. Tekniskt ansvarig på arenan kopplas ihop med SHLAB:s ansvarige i god tid och önskemål om placering, tekniska förutsättningar, mediakub, ljus och liknande säkerställs.

9.3 DJ/SPEAKER

SHLAB:s DJ och Speaker används vid landskamper och SHLAB står för allt innehåll.

DJ och Speaker finns på plats för genrep 2,5 timmar innan match, som ska vara klart vid plning

DJ tillsammans med tävlingsansvarig och floormanager tar fram ett minutschema med hålltider. Dessa går igenom med samtliga parter för att inga missförstånd ska ske. Synkronisering med TV sker i direkt dialog med DJ och studiomannen. DJ/Speaker placeras nere vid spelplanen, bakom sekretariat och spelarbänkar för nära kontakt med floormanager och TVs studiomannen.

Två bord (ca 120x60 cm st) bredvid varandra eller motsvarande bordsyta behövs för att rymma all utrustning, samt ett ståbord och fyra stolar. OBS! Viktiga att tänka på ev. publik bakom som kan skymmas - detta behöver LOC säkerställa inför biljettsläpp.

Loc ansvarar för att placera ut vatten samt lättare förtäring, levererad från Lidl, till DJ/Speaker innan arenan öppnas.

Teknisk utrustning som lokal arrangör tillhandahåller: 1 nätverkskabel, 2 eluttag, 2 trådlösa mikrofoner (ha extra batterier till hands), tillgång till mixerbord för inkoppling av DJ-utrustning och mikrofon (separata kanaler), komradiosystem för synkronisering av musik/mediakub.

OBS! Om arenans mixerbord står på spelplanen kopplar DJ in medhavd utrustning i detta. Maxavstånd mellan mixerborden är 2 m. Är arenans PA-system avancerad behövs ljudtekniskt kunnig person på plats för inställningar. Om arenans mixerbord EJ står på spelplanen vid DJ/ Speaker måste kontakt mellan DJ-utrustning och arenans mixerbord tillhandahållas med annan lösning. Detta ansvarar den lokala arrangören/arenan för.

10. AKTIVITETER

I samband med landskampen kommer nedanstående publik- och upplevelsehöjande aktiviteter anordnas i och runt omkring arenan. LOC har alla möjligheter att komma med förslag på övriga aktiviteter som kan genomföras, men nedanstående aktiviteter är ständiga inslag vid landskamp.

Alla aktiviteter ska vara riggade och bemannade vid arenans öppning.

10.1 AKTIVITETER

50/50-LOTTER. Säljs digitalt via Clubmates app. SHLAB säkerställer att försäljning är registrerat och redo att starta, administrerar dragning av vinnare samt ger LOC har material för försäljning (50/50-väst, QR-koder, flyers m.m)

UTLÄMNING FÖRBOKAD HALSDUK. Publik som köpt biljett inkl halsduk kommer till arenan för att hämta upp dessa. SHLAB levererar halsdukarna samt lista på kunder och antal, LOC tillsätter två volontärer samt ser till att bord och stolar finns till detta. Riggas med fördel upp nära merchandiseshoppen.

UTLÄMNING SVERIGEFLAGGOR. Flaggor att delas ut till publik vid ankomst. Förbered ett bord, ta ut flaggor ut påsarna och bemanna utdelning.

CORNHOLE-SPEL. Brädor och ärtpåsar att ställa upp för spel i foajé. Finns i boxarna.

MÅL MED SKOTTDUK Uppblåsbart mål med skottduk, för prickskytte. Finns i boxarna.

ANSIKTSMÅLNING. Erbjuds till de som vill i foajén. Bra med ungsomar som själva har målat kinderna blå/gula. Målningen sker enkelt med ett blå/gult stift och fås på plats. 2-3 volontärer behövs.

GO HOME-GIFT. Efter avslutad match delas en partnergåva ut till publiken vid arenans utgångar. Volontärer ansvarar för utdelningen och uppmuntras att framföra en hälsning, "Tack för att ni kom och hejade, hälsar XXX"

Brandade kläder och produkter till volontärer levereras av SHLAB i samband med övriga leveranser inför arrangemanget.

10.2 SPONSORAKTIVERINGAR

MERCHANDISE. NEH sätter upp sin merchandise-shop i arenan på matchdagen.

ATG FOTOVÄGG. ATG sätter upp en fotoaktivering i närheten av supporterhörnan. **LOC tillsätter två volontärer** som arbetar tillsammans med ATGs personal för att rigga upp upp samt få publiken att fota sig under hela arenans öppettider.

BAUHAUS SKOTTBORG. Kräver yta om 5x5 m samt högt i tak. Behöver ström och staket, i övrigt riggar och bemannar Bauhaus.

HANDBOLLSFANS. Kräver lite yta och 1 ståbord - delar ut flyers själva.

EV. ÖVRIGA. Ex. Beans in Cup, Swebar, Nordic Wellness, Avis.

10.3 LOKALA AKTIVERINGAR

LOC har möjlighet att använda aktiveringsytor i samråd med SHLAB.

10.4 UTOMHUSAKTIVERINGAR

UPPBLÅSBAR LANDSLAGSTRÖJA. NEH, landslagets partner, sätter upp en 5-meter hög uppblåsbar landslagströja utanför arena innan öppning. LOC för bereder ström i närheten av entrén och ev tillstånd.

SPRATTELGUBBAR. Två uppblåsbara sprattelgubbar skickas med i materialleveranserna. LOC ansvarar för att placera ut dess utanför entrén. Dessa kräver ström.

10.5 ARENARUMMET

TIFO-FLAGGA. En stor svensk flagga dras upp över publiken i samband med nationalsång med hjälp av volontärer. Flaggan finns i SHLAB:s case och LOC ansvarar för att den används samt packas ihop efteråt. Denna används EJ vid EHF-matcher.

T-SHIRTKANON. T-shirt kanon används av Event Ks personal under uppvärmning och time-out. En medhjälpande volontär krävs.

11. VOLONTÄRER

Volontärsdelen är den mest resurskrävande delen av landskampen. LOC ansvarar för att ställa en lokal organisation på fötter och bör vara beredda att engagera upp emot 100 personer, beroende på arena och omfattning. Ett nära samarbete med lokala föreningar är viktigt för att kunna rekrytera rätt person till rätt position. Vi rekommenderar att alla involverade volontärer är på plats i god tid innan arenan öppnar.

LOC ansvarar för att tillhandahålla ett volontärsrum som fungerar som volontärernas samlings- och uppehållsyta under arrangemanget. Rummet ska ge möjlighet att förvara ytterkläder och personliga tillhörigheter samt utgöra plats för utdelning av volontärkläder, information och instruktioner inför respektive uppdrag. Fika och måltider som tillhandahålls av Lidl serveras och förtärs i volontärsrummet.

Inför landskampen ska alla volontärer genomföra en enklare digital utbildning som omfattar information handbollens värdegrund, uppförandekod, volontärorganisationen, säkerhetsrutiner och rutiner kring arrangemanget.

Nedan presenteras de områden som bemannas av volontärer, utöver de lokala nyckelpersonerna som är huvudansvariga för sina respektive områden.

11.1 VOLONTÄRSANSVARIG

En person som har övergripande ansvar för samtliga volontärer. Denne ska ha god insyn i de aktuella volontärsuppgifterna och se till att alla vet vad de ska göra och när. Samla gärna samtliga volontärer för en genomgång tidigt på matchdagen för att ge information och ta frågor som eventuell kan dyka upp.

11.2 GOLV

I arenor utan ordinarie handbollsgolv bemannar LOC med 6-10 golvläggare som lägger undergolvet samt hjälper SHLAB:s partner att rulla ut handbollsmattan på undergolvet. Detta är ett fysiskt arbete, volontärerna bör vara i god fysisk form (herrjuniorer brukar vara bra). LOC behöver tillsätta volontärer som kan tvätta handbollsgolvet från smuts och klister efter träning och inför match.

11.3 LED

6-10 volontärer som riggar och river LED-skärmar under ledningar av LED-leverantörens personal.

11.4 ARENA

Ev. behövs volontärer för att hjälpa arenaansvarig placera ut färdigställda sekretariat, spelarbänkar, DJ/speaker setup, stolsöverdrag, fotostolar etc.

11.5 VIP

VIP-ansvarig har hand om VIP-avdelningen, med allt från bemanning av VIP-entrén, till att ställa iordning, dekorera, förbereda bordsplacering och dylikt i restaurangen. Om restaurangen inte har hovmästare eller serveringspersonal ska VIP-ansvarige se till att detta finns värdar plats. **Se separat PM.**

11.6 BILJETTER

Två volontärer ska sälja biljetter i arenans kassorna på matchdagen. SHLAB håller en enkel utbildning av biljettsystemet innan arenan öppnar. Volontärerna behöver vara på plats i god tid innan arenan öppnar.

11.7 BILJETTSCANNING

6-8 volontärer scannar biljetter vid entréerna på matchdagen. Volontärerna ska vara på plats i arenan i god tid innan arenan öppnar.

11.8 PUBLIKVÄRDAR

Publikvärdens (12-20 st) uppgift är att välkomna gästerna till arenan och hänvisa dem rätt vid ankomst och hemgång samt se till att obehöriga inte beträder spelplanen eller omkringliggande ytor. Vårdarna ska kunna svara på enklare frågor som rör arenan och landskampen, därför en fördel om de har besökt arenan tidigare. Publikvärderna bör vara öppna, vänliga och tycka om att hjälpa till. Enklare "säkerhetsarbete" kan också förekomma, såsom att se till att visa ut-/ingångar.

11.9 VISITERINGSPERSONAL

Utför rådgivande säkerhetsläge är det totalt väskförbud på arenan vid landskamper. Vid insläppet, innan biljettscanningen (eller utomhus vid trång foajé), behövs visiteringspersonal som kontrollerar att ingen har med sig väska in i arenan. Väskor för medicinska skäl eller skötväskor är de enda undantagen.

11.10 SÄKERHETSVOLONTÄRER

Minst 10 st säkerhetsvolontärer behövs på innerplan. De ska se till så att ingen oackrediterad rör sig i den röda zonen. Deras uppgift är även att följa utvisade spelare till deras läktarplatser (om rött kort delas ut). *Observera att publikläkare, som arbetar nära med säkerhetspersonal, ska utses - se 4.2*

11.11 ANSVARIGA AKUTTÄLT

4 st volontärer som har annan position på innerplan ska vara instruerade var och hur akuttältet finns och ska användas. Akuttältet finns i en väska som ska placeras nära innerplan och ska hållas runt den skadade personen om något allvarligt händer. Volontärerna ska vara bekväma med uppgiften.

11.12 GATEKEEPERS

Minst 8 st gatekeepers, eller vad arenan kräver, behövs för att bevaka de olika zonerna i arenan, och se till att enbart personer med rätt ackreditering får tillgång. Alla zonövergångar ska bemannas av en gatekeeper för att kontrollera rätt ackreditering.

11.13 TIFO-VOLONTÄRER

Två till fyra volontärer ser till att den stora sverigeflaggan läggs fram längst ned på läktaren innan arenans öppning samt hjälper till att dra upp denna över publiken vid nationalsången.

11.14 50/50-LOTTER

Volontärerna (En ansvarig + 8-10 säljare) säljer 50/50 lotter till besökarna i arenan och VIP-avdelningen, med hjälp av det medskickade försäljningsmaterialet (flyers m.m.). Viktigt att det finns en vuxen med övergripande ansvar.

11.15 PRESS/MEDIAANSVARIG

Volontärens uppgift är att se till så att allt fungerar för media. Det innebär att dela ut att pricka av mediarepresentanter och dela ut media-ackrediteringar och fotovästar. Det innebär också att man är på plats i pressrummet och serverar ackrediterad media genom att svara på frågor som rör Wifi, vara behjälplig med utskrifter, se till att det finns kaffe etc. *Observera att en lokal fotograf även ska utses - se 8.4*

11.16 ARENAUTSMYCKNING

Volontärernas uppdrag är att utsmycka arenans entré och arenarummet med det utsmykningsmaterial som SHLAB skickar till landskampen samt eventuellt utsmykningsmaterial som arenan tillhandahåller. Fokus är att ge besökarna ett blågult intryck direkt vid ankomst! Detta görs med fördel dagen innan landskamp av minst 6-10 volontärer. Uppdraget innebär nedmontering och nedpackning av utsmyckningen enligt specifikationer. Se separat PM för **materiallista**.

11.17 GOLVTORKARE

LOC ansvarar för att fyra golvtorkare finns på plats under matchen. Golvtorkare ska vara i sådan ålder och ha sådan handbollskunskap att de kan följa spelet och på domarens tecken gå in på plan och torka bort svett, vatten och dylik. Golvtorkarna ska vara klädda i neutrala byxor och tröjor som levereras av SHLAB. LOC ansvarar för utrustning för golvtorkarna, mopp eller handdukar utan loggor.

11.18 FLAGG- & FANBÄRARE

LOC ska se till att det finns fanor och fanbärare vid inmarsch. Två fanor och två fanbärare behövs - en till vardera lag. Dessutom behövs fyra flaggbärare som håller upp EHF/SHF-flagga. SHLAB leverar EHF/SHF-flaggan, och LOC ser till att lagens fanor finns på stång. Flagg- och fanbärare bör vara från ett ungdomslag.

Volontärerna är en del av inmarschsprocessen och behöver vara på plats för genrep 2,5 timmar innan avkast. De ska vara klädda i neutrala byxor utan logga (ex jeans) och i tröjor framtagna av SHLAB.

11.19 TV-VOLONTÄRER

TV-produktionen behöver två volontärer för att hålla mikrofonspön vid time out. Volontärerna tar kontakt med TV-teamet för mer instruktioner vid ankomst.

11.20 AKTIVERINGAR

LOC tillsätter volontärer för upp- och nedrigg av aktiveringar samt bemanning. Aktiviteterna innefattar att förbereda för uppblåsbar landslagströja (visa placering, fixa el samt söka tillstånd), förbereda el och rigga upp två uppblåsbara sprattelgubbar, supporterhörnan (4 st), utlämning av halsduk (2st), ATGs fotoaktivering (2 st) utlottning Lidl-kassen (1 st) samt ev övrigt.

11.21 HANTERING LIDL-PALLEN

En person hanterar distribution av produkterna på Lidl-pallen till de olika utrymmena i arenan. Leveranser anländer som standard dagen före match, och vissa varor kräver kylning.

Lag & domares omklädningsrum *Klart senast 100 minuter innan match*

Kaffe, mjölk, muggar etc samt frukt och ev. nötter/liknande.

Pressrum *Klart vid arenans öppning 120 min innan match*

Frukt, fikabröd, godis, nötter, choklad, kaffe, mjölk, muggar etc

Volontärsrum: *Klart då volontärerna samlas*

Korv med bröd, frukt, fikabröd, godis, nötter, choklad, kaffe, mjölk, muggar etc.

Chokladaskar delas ut till volontärerna efter avslutat evenemang som tack för deras insats.

Observera att LOC behöver brygga kaffet och tillhandahålla termosar, samt tillhandahålla kärl att koka korven i.

12. LEVERANSER & MATERIAL

Inför landskamp kommer SHLAB att skicka material som ska användas vid evenemanget. Det är ett antal olika leverantörer som levererar material till arenan dagarna innan matchen. LOC ansvarar för att ta emot materialet, se till att det används korrekt och sedan packas ned och hämtas upp efter avslutat evenemang. SHLAB förser LOC med en inventarielista som ska checkas av både vid upp- och nerpackning.

LOCs materialansvarige ansvarar för att material packas upp och placeras ut i arenan enligt SHLAB:s önskemål. Denne ansvarar även för att material används och att aktiveringar är uppriggade, bemannade och fungerar. Ansvaret innebär även att allt material plockas ner efter matchen och packas för transport.

Exempel på leveranser kommer att komma med:

- Handbollsmatta samt mål. Truck krävs för inlastning.
- Buteljerat vatten
- Lag-, press- & volontärsfika (Lidl)
- Utsmykningsmaterial (NEH) Se separat PM **Materiallista** för innehåll & användningsområden.
- Hårdvara för biljettförsäljning
- Give Aways (ex. bollar från Kempa - ska kastas ut från laget samt smycka VIP-område)
- Regnbågströjor till volontärer (Craft)

EFTERARBETE

Efter avslutad landskamp görs en utvärdering av samtliga delar av evenemanget. Ansvar för utvärderingen har SHLAB. LOC:s och SHLAB:s kommentarer från matchen sammanställs och går igenom strax efter avslutad landskamp. Ekonomisk slutreglering mellan berörda parter sker efter avslutad landskamp.

