ARRANGMENTS-HÅNDBOKEN

-et arrangementsløft i norsk volleyball!

INNHOLD

Forord arrangementsløftet 2
1. Smått og stort 3
2. Seriekamper nasjonale serier 7
Organisasjon 7
Planlegging 7
Hallen og utstyr 8
Før kampen 9
Under kampen 9
Etter kampen 9
Media/SoMe 9
Streaming 10
Noen tips for å løfte arrangementet 10
Sjekkliste nasjonale kamper 11
Vedlegg 12
Speakerinnstruks 12

Forord arrangementsløftet

Arrangementene norske volleyballklubber gjennomfører er vårt fremste utstillingsvindu mot media, sponsorer, publikum, foreldre og ungdommer. Et attraktivt og underholdene arrangement er noe av det mest verdifulle vi kan gjennomføre for å styrke sportens omdømme og utøvernes inspirasjon. NVBF ønsker sammen med NTV å løfte kvaliteten på arrangementene i de nasjonale seriene. Noen klubber leverer allerede gode arrangement, andre klubber har ikke prioritert dette i noen særlig grad. Uavhengig av dagens nivå og tidligere erfaringer har alle klubbene har et potensiale for forbedring! Hver hjemmekamp er en mulighet for en idrettsfest, bruk den muligheten!

Denne arrangementshåndboken er en kombinasjon av minimumskrav til arrangøren, og forhåpentligvis noen gode tips som kan heve arrangementet i din klubb.

Hele hensikten med arrangementsløftet er at det skapes bedre arrangement. Bedre for publikum, tv-seere, spillerne og bedre for arrangørklubben.

Som vertskap for et arrangement i NVBFs serier er det viktig å utvikle gode rutiner og praksis for å utøve vertskapsrollen på en best mulig måte. Et godt arrangement består av mange forhold og oppgaver som skal løses samtidig, og det er viktig å engasjere ressurspersoner og frivillige til å bidra.

Dette er en håndbok som vil være til nytte for alle klubbene som deltar i NVBFs volleyball senior- og juniorserier når det gjelder det å arrangere en kamp eller en turnering. For klubbene vil håndboken skape både struktur og innhold samt gi og nyttige tips om hvordan en kan gjennomføre gode arrangement.

Mye av det som er definert i denne håndboken er minimumskrav, slik at det er opp til klubbene å løfte egne arrangement til et høyere nivå.

Håndboken leses i sammenheng med gjeldende spilleregler og reglement på volleyball.no.

Hvis klubbene har forbedringsforslag eller gode arrangementserfaringer, oppfordrer vi til at dette deles gjennom å sende e-post til arrangement@volleyball.no så oppdaterer vi disse gode innspillene i neste versjon av arrangementshåndboken.

1. Smått og stort

Før sesongen, gjør klart følgende:

Klubben din

Lag en god beskrivelse som kan brukes ovenfor media, medlemmer, foresatte, sponsorer, kommune og andre, eksempel på innhold

- Når ble klubben etablert?
- Hvor mange medlemmer har klubben?
- Hvordan har medlemsutviklingen vært?
- Er det en ren volleyballklubb eller en del av et fleridrettslag?
- Hvor stor andel av de aktive er under 20 år, dvs barn og ungdom?
- Kan alle som ønsker det melde seg inn i klubben, dvs. har klubben kapasitet til å ta imot flere medlemmer?
- Hva er de gode argumentene for klubbens betydning i ditt nærmiljø?
- Er aktiviteten rettet mot minivolleyball, barn, ungdom, begge kjønn, seniortilbud, toppvolleyball, diamantvolleyball, sittevolleyball?
- Hvilken betydning har organisert idrett for oppvekstmiljøet i klubbens nærområde?

Klubbens spillere i de nasjonale seriene/i dagens kamp

Klubbene oppfordres til å lage en kort presentasjon av hver spiller, en presentasjon som arrangøren kan bruke ovenfor speaker, kommentatorer og eventuelt også media.

- Navn
- Alder
- Posisjon(er) på banen
- Tidligere klubber
- Eventuelle representasjonskamper for Norge i aldersbestemt- eller seniornivå
- Antall sesonger i den aktuelle divisjonen
- Eventuelle særtrekk fra spillerens liv/volleyballkarriere.

God, grunnleggende informasjon kan brukes både i forhåndsomtaler av arrangementet, under arrangementet av speaker og kommentatorer og etterpå i forbindelse med referat fra arrangementet. Hvis vi skal ha ambisjoner om at journalister skal skrive om våre arrangement, må informasjonen til journalistene være så tilrettelagt som mulig. Denne informasjonen distribueres til alle konkurrerende lag i divisjonen, slik at speaker og kommentator til bortelagene kan være forberedt på fakta knyttet til de spillerne som skal delta. NVBF vil opprette en delingsplattform hvor slike dokumenter kan lastes opp.

Uken før kamp

Uken før kamp er viktig, det er mange brikker som skal på plass for å skape et supergodt arrangement. Markedsføring er naturligvis veldig viktig for å få publikum i hallen, men selve opplevelsen i hallen bør være en opptur for publikum og tv-seerne, vi peker på noen forhold, herunder markedsføring av arrangementet, som er viktige for en god opplevelse:

- Klubben produserer forhåndsomtale av arrangementet, dette distribueres både direkte til journalister/redaksjoner og via egne sosiale media-kanaler. Ofte plukker media opp saker fra klubbens egne sosiale kanaler. Send informasjonen til lokalmedia, evt lokalradio og evt NRK's distriktskontor
- Ved innsalg til media, sørg for at det er en historie som selges. Media er i stadig mindre grad interessert i kampreferater. Er det for eksempel to søstre som møtes, en spiller som gjør comeback etter en lang skade, en spiller som spiller sin kamp nummer 100, eller en spiller som møter sin gamle klubb? Bruk dette til å tenne interessen til media.
- Lag en selgende tekst for arrangementet som kan brukes på Instagram og Facebook, be spillerne og støtteapparat om å dele det som postes
- Lag innslag om arrangementet på Tiktok, Snapchat, Instagram, Facebook, be spillerne og støtteapparat om å dele det som postes
- Bruk mange bilder av spillerne i spillesituasjoner som en del av markedsføringen
- Aktiv bruk av sosiale media for å lage ulike konkurranser knyttet til arrangementet. Noen kan være ferdighetsbasert, de fleste bør være helt tilfeldige. Premier til disse konkurransene kan man få fra sponsorer, og NVBF, men premiene MÅ hentes i hallen i forbindelse med kampen.
- Sponsorene tagges i innleggene som klubber legger ut i sosiale media
- Bruk av beachflagg, plakater, gatebukker, rollup for å henlede oppmerksomheten på kampen
- Utdeling av flyers der folk ferdes for å invitere dem til arrangementet på kampdagen
- Utdeling av fribilletter der folk ferdes for å invitere dem til arrangementet på kampdagen
- Utdeling av «give aways» (fra klubb, vertskapsby/kommune og/eller sponsorer) der folk ferdes for å invitere dem til arrangementet på kampdagen
- Lage et opplegg for sponsorer i hallen der de kan møte spillere og trenere. Kanskje kan treneren før kampen forberede publikum på hvordan kampen blir, hva kampplanen er, og hvilke spillere hos motstanderen en bør følge med på?
- Invitere aldersbestemte lag i klubben til å komme på arrangementet
- Invitere barne- og ungdomsskoleklasser til å komme på arrangementet
- Invitere mini-volleyballspillere til å forestå pauseunderholdning og fremvisning av egne ferdigheter mellom settene
- Publikumskonkurranse mellom to av settene
- Nedtelling til arrangementet de siste tre dagene gjennom sosiale media
- «sponsor-rollup» i hallen, slik at bilder som ikke er actionbilder og intervjuer kan gjøres foran denne.
- Spillere, trenere og ledere går gjennom telefonlista på sin egen telefon og sender en kort og hyggelig invitasjon til minimum 20 personer som de mener det er sannsynlig kan være interessert i å komme på kamp. Dagen før kamp eller på kampdagen.
- Salg av sesongkort (alternativt støttemedlemskap) (Hvis alle spillerne går gjennom sin telefonliste finner de garantert 5 personer som vil kjøpe sesongkort fra dem)
    - målgruppe, volleyballentusiaster, familie til utøverne, venner av utøverne
    - 300,- for 1 sesongkort
        - Gratis inngang til alle kampene
        - Registreres på navn, med mobilnummer og e-postadresse (GDPR-reglene må følges)
        - Klubben kan bruke opplysningene fra sesongkortene til å invitere til kamper og evt andre arrangement i regi av klubben
        - Sponsorer kan kjøpe sesongkort for å gi dem bort
        - Trekning av premier blant sesongkortkjøperne
- Markedsføring gjennom SoMe fra NVBF's side utføres med større presisjon og gjennomføringskraft.

Velkomst til hallen

- Ytre miljø, skjønner publikum som ankommer hallen at her er det volleyballkamp?
- Som arrangør har vi gjester på besøk, er det slik vi ønsker å ta i mot gjestene fra de ankommer parkeringsplassen?
- Møtende lag er dine gjester, ta i mot laget med et smil og litt mat og drikke hvis det er naturlig. Før sesongstart er det lurt å skrive ut laminerte ark med klubblogoene til alle i serien. Gjestende klubb synes det er stas å finne logoen sin på garderobedøren. Garderober anvises.
- Dommerne er dine gjester, ta i mot dommerne med et smil og litt mat og drikke hvis det er naturlig. Garderober anvises.
- Alt av teknisk utstyr sjekkes før lagene ankommer hallen. I tillegg til det som NVBF krever til kampavviklingen, gjelder dette også lydutstyr, musikk, evt lyseffekter etc. At høytaleranlegg fungerer er sentralt for publikums opplevelse av å være med på et arrangement.
- Kiosktilbudet bør være gjennomtenkt og en god inntektskilde til klubben. Hva selger, hva blir etterspurt, kan dere hente ideer fra andre klubber?
- Beachflagg utenfor hallen
- Fakkelbokser utenfor hallen, når det er vinter!

I selve hallen

- Klubben bør skaffe et vant som innrammer hele banen og begrenser servefeltet.
- Vantene er også en mulighet til å selge sponsorplass med logoer og plakater hos lokale bedrifter.
- Gode vant kan kjøpes her: (SETT INN LINK). En kan også kontakte en lokal bedrift og forespørre trematerialer, som deretter kan snekres til vant på dugnad av spillerne. Kanskje kan den lokale bedriften ta betalt i form av reklame på vantene?
- Vantene gjør det enklere å holde kontroll på ballene, og spilleflaten ser mer profesjonell ut
- Pausen mellom 2. og 3. sett kan økes til 10 minutter, formål er pauseinnslag, eksempel på pauseinnslag:
    - aldersbestemte lag i klubben viser frem sine ferdigheter
    - konkurranser blant publikummere nede på spilleflaten
    - danseinnslag eller andre idretter som viser sine ferdigheter

  Dette må varsles dommere og begge lag før kampstart. For kamper som sendes lineært må også TV 2 involveres i avgjørelsen.
- Kåring av banens beste spiller i alle kampene, premie til vedkommende fra en lokal samarbeidspartner
- Godt kiosktilbud
- Give aways fra klubbens sponsorer som deles ut i hallen, av sponsorens representanter eller yngre klubbmedlemmer
- Sett gjerne frukt frem bak sekretariatsbordet. Denne gjøres tilgjengelig for begge lag og dommerne under kampen. Dersom det forventes media til kampen, server dem også frukt, kaffe og eventuelt vafler eller lignende fra kiosken. Dette gjør at lagene og media føler seg mer velkommen, og hever inntrykket av arrangementet.
- Rollup som brukes til intervjusone, «velkommen til Tromsø», logo til Tromsøs sponsorer på 1/3 av rollupen og logene til NVBFs sponsorer på resten av reklameplassen. Hvis klubbene ønsker logoer til lokale sponsorer, må disse gjennom vektoriserte filer være oversendt NVBF innen 10. september
- Innmarsj ved kampstart har fått gode tilbakemeldinger fra spillere. Dette skaper en ekstra ramme og forventning rundt kampen, og hever helhetsinntrykket av arrangementet. Etter

nettoppvarmingen sendes spillerne og dommerne til garderober, gang eller annet egnet sted i hallen. De går så inn i hallen på to rekker, mens publikum reiser seg og klapper, og en fast sang/hymne spilles. Klubben kan gjerne gjøre som Viking og Koll, og kjøpe inn følgespotter som følger spillerne. Yngre spillere i klubben eller maskoter kan gjerne være med på innmarsjen. Innmarsjen ender med at spillere og dommere er klare for presentasjon.

- Det er veldig viktig at speaker og DJ kjenner sine roller godt, og stiller forberedt til kamp. Speakeren bør også være aktiv underveis i kampen, for å engasjere og aktivere publikum. Det bør tidlig avklares hvem som skal være speaker, og tilstrebes at det er samme person i de fleste kampene. Speakeren bør på forhånd øve på uttalen av uvanlige navn eller navn som er vanskelig å uttale. Det bør også være en fast klubbtilpasset mal som speakeren følger før hver kamp. Her kan man ta utgangspunkt i malen som er vedlagt denne håndboken.

TV-seerne

- Kameravinkel må være slik at hele spilleflaten vises, vidvinkelkamera bør benyttes hvis det er for liten avstand til spilleflaten for et «vanlig» kamera.
- Kameravinkel bør være slik at publikum er i bildet, for å vise at det er folk i hallen
- Kameravinkel skal kun ved svært sjeldne anledninger byttes underveis i en ballveksling, fordi seerne mister oversikten.
- Det skal IKKE fokuseres på spillere som er blitt skadet
- Forhåndsinnspilte korte intervjuer med trenere eller spillere kan gjerne vises før kampstart.
- Film intervjuene foran rollupen med klubblogo/reklame. Lagre videofilene og send dem til PC-en som styrer stream gjennom OBS. Her kan videofilen legges inn i OBS, og velges som kilde for avspilling. Det er naturlig å tenke at kommentatorene styrer denne.
- De klubbene som er gode på streaming av kamper deler sine erfaringer med de øvrige klubbene, beste praksis distribueres
- Kampene bør kommenteres av personer med innsikt og formidlingsevne. En enkel «10 gode råd til kommentator» utarbeides
- Kommentatorene skal bruke fullt navn eller kun etternavn på spillerne, i tråd med normen for norsk sportsjournalistikk.
- Kommentatorene må reflektere over dette og være bevisst på det når de forbereder seg til kamp. Print gjerne ut en kommentatorguide som ligger på kommentatorbordet med denne og andre kjøreregler for kommentatorer.
- Klubbene bør utarbeide en liste med fakta rundt hver spiller, fakta som både speaker, kommentator og presse kan bruke. Liste over forslag til faktainnhold utarbeides
- Det arrangeres et Teams-møte i forkant av hver sesong der TV2 deltar sammen med arrangementsansvarlige i klubbene samt lagkapteinene på de respektive lagene.
- Nyhetssaker om serierunder publiseres på NVBFs nettsted før og etter serierunder

Årets arrangør

Belønning for klubber som skaper gode arrangement:

- Stolthet over egen klubb
- Økte inntekter som følge av billettsalg og kiosksalg
- Årets arrangør får besøk av landslagstrenere for å motivere klubbens spillere og trenere
- Bruke NVBF's sponsorer til å komme med premier som kan loddes ut eller gis bort
- Skape en «arrangements-konkurranse» der klubbene kan utfordre hverandre på gode arrangement

- Klubbene foretar en egenevaluering med poeng fra 1 til 10 (10 er best) som de foretar med basis i den sesongen som nettopp er avsluttet, halvveis i neste sesong og etter at kommende sesong er avsluttet
- Det kåres årets arrangør på damesiden og herresiden.
- Hovedpremien som årets arrangør er:

2. Seriekamper nasjonale serier

Seriekamp i nasjonale serier er klubbenes øverste utstillingsvindu i norsk volleyball.

ORGANISASJON

Før sesongen skal klubbene sette opp en arrangementsansvarlig som har det overordnede ansvaret for alle seriekampene som klubben arrangerer.
For hver kamp har klubben en kampansvarlig.

Minstekrav til personell under kamp er:

Hva	Antall	Arbeidsoppgaver
Kampansvarlig	1	Hovedansvar for alt som skjer i hallen. Skal ha kjennskap til alle oppgaver og være den som kan svare på spørsmål fra andre funksjonærer.
E-scoresheet	1	Føre e-scoresheet.
TA Live og poengflipper	1	Telle poeng i hallen på poengflipper og føre poeng i TA LIVE.
Datavolley	1-2	Føre statistikk på kampen. Antall avhenger av nivå på de(n) som fører.
Balltriller	5	Møter senest 20 minutter før kampstart, iført like overdeler. Før kamp: Sørge for at lagene alltid har baller lett tilgjengelig. Under kamp: Sørge for at server alltid har en ball tilgjengelig.
Kvikkmopper	1-2	Tørker bort svette fra banen. Det er svært viktig at disse personene er EKSTREMT raske ut på banen når en ball er død. Iført like overdeler.
Speaker	1	Lage kampstemning i hallen. Følge prosedyre før kamp.
DJ	1	Sørger for at det spilles «riktig» musikk
Kommentatorer	2	Kommenterer kampen for TV/stream
Elektronisk poengtavle	1	Teller poeng for publikum i hallen
Billetter	Etter behov	Selge og ta imot forhåndkjøpte billetter.
Kiosk	Etter behov	Selge kioskvarer
Vakthold/publikum	Etter behov	Hjelpe publikum og holde oversikt

PLANLEGGING

- En uke før kamp:
    - Publisere kampplakat i egne kanaler og dele med bortelag.
    - Annonsering i media.

- Lage historier til lokalmedia.
- Beachflagg med kampdag og klubbens logo plasserer ut på strategiske steder
- Sette sammen opplegg for sponsorer.

HALLEN OG UTSTYR

Hallen skal stå helt klar, ferdig rigget til kamp 90 minutter før kampstart. Lagene kommer gjerne inn i hallen 75-60 minutter før kampen starter, og de bør komme til ferdig rigget hall.

Garderober skal være merket for hjemmelag, bortelag og dommere.

Hall og utstyr	Minimumskrav
Friområde bak	6,5 meter
Friområde side	5 meter
Baneavgrensning	Friområde bak og på siden ved førstedommer skal avgrenses av en fysisk avsperring. Det kan være vant, reklameskilt eller lignende.
Lysstyrke	300 lux
Banefarge	Annen farge enn friområde
Linjefarge	Lyse
Temperatur	15 grader C
Antenner	180 cm lange, 10 cm alternerende røde og hvite striper på øverste 80 cm. Antennene festet på hver sin side av nettet. Antenne skal ha egne hylstre. Reserveantenne i tilfelle en antenne knekker.
Nett	1 meter bredt og 9,5-10 meter langt. Det skal være toppsnor og bunnsnor i nettet. Det skal være minimum to nettstrammere på hver side i tillegg til bunn- og toppsnoren. Et reservenett i hallen i tilfelle nettet ryker.
Stopler	Plassert 0,5 – 1 meter fra sidelinjen på banen. 2,50 – 2,60 meter høye med muligheter for justeringer. Stolpene skal ikke bøyes nevneverdig ved maksimal nettstamming. Reservestolpe i hallen i tilfelle stolpen knekker, eller noe blir ødelagt.
Dommerstol	Dommerstolen skal stå støtt og tåle at en spiller løper inn i den. Dommerstolen skal være regulerbar slik at dommeren står med ansiktet ca. 50 cm over nettkanten. Dommerstolen skal polstres.
Polstring	Stolper skal polstres.

Mindre utstyr	Detaljer
Oppstillingslapper	
Førstehjelpsutstyr	Ispose Bandasje Kompresjon

	Plaster Sportsteip
Baller	4 kampballer Minimum 14 oppvarmingsballer.
Ballholdere kampballer	Til å stille opp kampballene med på sekretariatsbordet.
Ballpumpe	
Søppelbøtter	En til hver benk og en til sekretariat.
Håndklær	Til gulvtørking.
Penner	5 stykk.
Innbytterstoler	9 til hvert lag.
Sekretariatsbord	
Strømtilgang	E-scoresheet Datavolley Mediabord
Poengtavle	Eller en pc-skjerm/ledboks koblet til E-scoresheet.
Elektronisk poengtavle	
Målestav	
Teip	Til represjoner

FØR KAMPEN

Se kampprotokollen på volleyball.no

UNDER KAMPEN

Speaker holder publikum engasjert med det som skjer i hallen og i kampen. Dette er kanskje den viktigste personen i hallen når det kommer til hvordan publikum opplever arrangementet. Datavolleypersonell fører statistikk.

Det spilles musikk i alle spillepauser. Musikken skrus av når førstedommer løfter armen for å markere klar til serve. Musikkvalg er også veldig viktig for å sette stemning i hallen.

Tips til speaker:

- Annonsere alle spillerbytter
- Gjøre litt research. Toppscorere, beste servere, beste mottaksspillere.
- Dra opp stemning for hjemmelag ved:
    - Killblokks
    - Spektakulære forsvarshandlinger
    - Utrolige angrepshandlinger
    - Og andre ting som skjer på banen som skaper stemning.
    - Man er ikke en supporterleder, men sørg for å skape liv rundt hjemmelaget
- Tabellstatus
- Resultater fra andre relevante kamper

ETTER KAMPEN

- E-scoresheet kontrolleres og signeres av førstedommer.
- TA LIVE kontrolleres og sjekkes av førstedommer.

MEDIA/SOME

Annonser i lokalmedia og plakater i sosiale medier.

Bygg opp til hjemmekampene, og lag en publiseringsplan for SOME. Hva skal ut:

- En uke før kamp
- Tre dager før kamp
- En dag til kamp
- Kampdag
- Under kamp
- Etter kamp

Streaming

Kameravinkel må være slik at hele banen og det meste av friområdet synes. Under ballvekslingene skal det i utgangspunktet ikke byttes mellom forskjellige kameravinkler, det fører bare til at seerne mister oversikten.

Det mest optimale er hvis hovedkameraet også får med seg noe av publikum.

Benytt gjerne intervjuer, enten direkte eller forhåndsinnspilt.

Kommentatorene skal bruke fullt navn eller kun etternavn på spillerne, i tråd med normen for norsk sportsjournalistikk.

NOEN TIPS FOR Å LØFTE ARRANGEMENTET

Noen tips for å løfte arrangementene:

- Klubben produserer forhåndsomtale av arrangementet, dette distribueres både direkte til journalister/redaksjoner og via egne sosiale media-kanaler
- Aktiv bruk av sosiale media for å lage ulike konkurranser knyttet til arrangementet. Noen kan være ferdighetsbasert, de fleste bør være helt tilfeldige. Premier til disse konkurransene kan man få fra sponsorer, og NVBF, men premiene MÅ hentes i hallen i forbindelse med kampen.
- Ytre miljø, skjønner publikum som ankommer hallen at her er det volleyballkamp?
- Bruk av beachflagg, plakater, gatebukker, rollup for å henlede oppmerksomheten på kampen
- Utdeling av flyers der folk ferdes for å invitere dem til arrangementet på kampdagen
- Utdeling av fribilletter der folk ferdes for å invitere dem til arrangementet på kampdagen
- Utdeling av «give aways» (fra klubb, vertskapsby/kommune og/eller sponsorer) der folk ferdes for å invitere dem til arrangementet på kampdagen
- Lage et opplegg for sponsorer i hallen der de kan møte spillere og trenere
- Invitere aldersbestemte lag i klubben til å komme på arrangementet
- Invitere barne- og ungdomsskoleklasser til å komme på arrangementet
- Invitere mini-volleyballspillere til å forestå pauseunderholdning og fremvisning av egne ferdigheter mellom settene
- Nedtelling til arrangementet de siste tre dagene gjennom sosiale media
- «sponsor-rollup» i hallen, slik at bilder som ikke er actionbilder og intervjuer kan gjøres foran denne.
- Spillere, trenere og ledere går gjennom telefonlista på sin egen telefon og sender en kort og hyggelig invitasjon til minimum 20 personer som de mener det er sannsynlig kan være interessert i å komme på kamp. Dagen før kamp eller på kampdagen.

SJEKKLISTE NASJONALE KAMPER

Organisasjon

- ☐ Kampansvarlig
- ☐ Sekretariat
- ☐ Balltrillere
- ☐ Kvikkmoppere
- ☐ Kommentatorer
- ☐ Billett/inngang
- ☐ Kiosk
- ☐ E-scoresheet
- ☐ Statistikk/datavolley
- ☐ TA LIVE
- ☐ Speaker
- ☐ DJ

Hall

- ☐ Kampnett
- ☐ Stolper
- ☐ Antenner
- ☐ Dommerstol
- ☐ 18 innbytterstoler
- ☐ Sekretariatsbord og stoler
- ☐ Poengtavle
- ☐ PC – Escoresheet
- ☐ PC/telefon/tablet – TA LIVE
- ☐ PC – Datavolley
- ☐ 6 kampballer (5 pluss en reserve)
- ☐ Oppstillingslapper
- ☐ Minst 14 oppvarmingsballer
- ☐ Teip til diverse reparasjoner
- ☐ Førstehjelp, isposer og kompresjonsbandasjer.
- ☐ Garderobeskilt

Marked

- ☐ Vant rundt banen
- ☐ Miznuobannere, 2 stykk. Synlig for kamera
- ☐ NVBF flagg
- ☐ Egne flagg og bannere

Publikum

- ☐ Søppelbøtter
- ☐ Skilt til toaletter
- ☐ Skilt til tribuner

Media

- ☐ Streamingutstyr

Vedlegg

SPEAKERINNSTRUKS

Ved oppstilling:
På vegne av <KLUBBNAVN> vil vi ønske hjertelig velkommen til kamp i <NIVÅ> i <ARENA>.
Dagens motstander er <KLUBBNAVN>. Bortelaget har sin kaptein i spiller <NUMMER>, <NAVN>, og sin trener i <NAVN>.
Så, på hjemmelaget <KLUBBNAVN> har vi kaptein i spiller <NUMMER>, <NAVN>, og trener <NAVN>.
Vi ønsker lagene, dommerne og publikum en god kamp, og håper på mye bra volleyball her i <ARENA>!

Ved oppstilling av dommere:
Dagens 1. dommer er <NAVN>.
Og dagens 2. dommer er <NAVN>.

Dommerne går så til sine respektive plasser. På signal fra førstedommer (nesten med en gang!) begynner speaker å lese opp lagoppstillingen til lagene. Man leser bortelaget først, og man leser spillerne i stigende rekkefølge etter draktnummer. Liberoen blir alltid lest opp til slutt. Bruk stemningsfull bakgrunnsmusikk når hjemmelaget sine spillere presenteres.

Underveis i kampen kan speaker snakke så mye han føler for selv. Den eneste restriksjonen er at speaker ikke kan snakke under ballveksling. Det vil si i intervallet fra dommer blåser for serv, til dommer blåser av ballvekslinga. Den som spiller musikk, må følge de samme kravene, og ikke spille musikk mens ballvekslinger pågår. Det er klart kjekkest for publikum med en aktiv speaker!