

HÁZENÁ 2025



JAN SCHNEIDER

kandidát na prezidenta ČSH 2021–2025



JAN SCHNEIDER

- Narozen 20. 11. 1978
- Místostarosta a starosta města Tišnova
- Zakladatel festivalu Hudbou pro UNICEF
- Ředitel Odboru sportu MŠMT a poradce ministryně pro sport
- Poradce předsedy vlády České republiky pro sport a komunální politiku
- Působení ve vedení klubů Házená Tišnov a SKKP Handball Brno
- Člen Rady Českého svazu házené
- Předseda Asociace ligových klubů házené
- Člen Pléna Českého olympijského výboru
- Koncepce podpory sportu 2016 – 2025 (SPORT 2025)
- Investiční a neinvestiční programy státní podpory sportu
- OSVČ – koncepční dokumenty ve sportu a dotační poradenství
- Právnická fakulta Masarykovy univerzity v Brně
- Ženatý, 2 děti

4 základní pilíře budoucnosti české házené

**HÁZENÁ
2025**



IMAGE

Házená je náš životní styl. A takto ji musíme prezentovat. Aby se stala životním stylem také pro fanoušky a partnery. Musíme se intenzivně zaměřit na propagaci házené, jako moderního a žádaného sportu. Házenkářky a házenkáři musí mít svoje opravdové celebrity. Udělejme z házené v České republice fenomén, jak je tomu v jiných zemích Evropy. Ať si každé dítě přeje být v dospělosti házenkářkou nebo házenkářem. Pracujme intenzivně na vizuální identitě naší značky, na její propagaci a prezentaci hodnot házené.

ZÁKLADNA

Široká členská základna je klíčem ke kvalitě. Musíme vytvořit v regionech takové podmínky, abychom usnadnili klubům náborovou činnost. Podílejme se na vybavení škol výukovým materiálem a sportovními potřebami, komunikujme s rodiči, pořádajme na školách náborové akce s využitím všech personálních a materiálních zdrojů svazu. Popularizujme házenou jako vhodný sport pro děti. Kluby musí cítit maximální podporu svazu.

KOMUNIKACE

Komunikujme sportovní úspěchy házené a informujme srozumitelně o dění v naší komunitě, vytvářejme aktivity na podporu efektivní komunikace. Házená musí mít svoje spřízněná média a využívat všechny dostupné kanály, které dnešní doba nabízí. Musíme vytvořit moderní platformy komunikace, maximálně využít sociální sítě, a to vše naplnit atraktivním obsahem. Dobrá komunikace a public relations jsou základem úspěchu. O kom se nemluví, ten neexistuje.

KOMUNITA

Naše komunita musí fungovat, být jednou velkou rodinou. V jejím čele stojí vedení se silným mandátem, které prostřednictvím svazového sekretariátu, jako naší servisní organizace, vytváří dobré podmínky pro práci v klubech. Vedení svazu a sekretariát s komunitou pracuje, pravidelně ji informuje, zapojuje ji do marketingových projektů. Vytváří podmínky pro její materiální a finanční zabezpečení od reprezentace přes kluby vrcholové házené až po nejširší členskou základnu.

ČLENSKÁ ZÁKLADNA

č.	název	počet sportovců	počet trenérů
1	Fotbalová asociace České republiky	287 557	10 971
2	Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska	94 251	2 316
3	Český atletický svaz	67 462	4 448
4	Asociace malého fotbalu ČR, z.s.	57 440	1 233
5	Český tenisový svaz z. s.	54 505	8 589
6	Český svaz juda	45 879	1 173
7	Česká golfová federace	44 300	459
8	Český florbal	43 277	3 834
9	Český volejbalový svaz	39 564	3 608
10	Český svaz ledního hokeje z.s.	36 473	4 336
11	Český svaz plaveckých sportů	31 245	1 558
12	Český horolezecký svaz	30 402	250
13	Česká asociace stolního tenisu	26 995	1 353
14	Svaz lyžařů České republiky z.s.	22 093	1 403
15	Česká basketbalová federace z.s.	19 436	2 196
16	Český svaz karate z.s.	18 712	1 654
17	Česká gymnastická federace, z.s.	17 583	1 246
18	Czech Dance Organization, z.s.	16 759	535
19	Český svaz orientačních sportů	13 692	625
20	Šachový svaz České republiky z. s.	13 320	850
21	Český svaz aerobiku a fitness FISAF.cz, z. s.	12 996	307
22	Česká kuželkářská a bowlingová federace	12 688	99
23	Unie šipkových organizací České republiky z.s.	12 148	3
24	Český kynologický svaz, z.s.	11 291	500
25	Český svaz házené, z.s.	11 083	1 155

FINANCOVÁNÍ

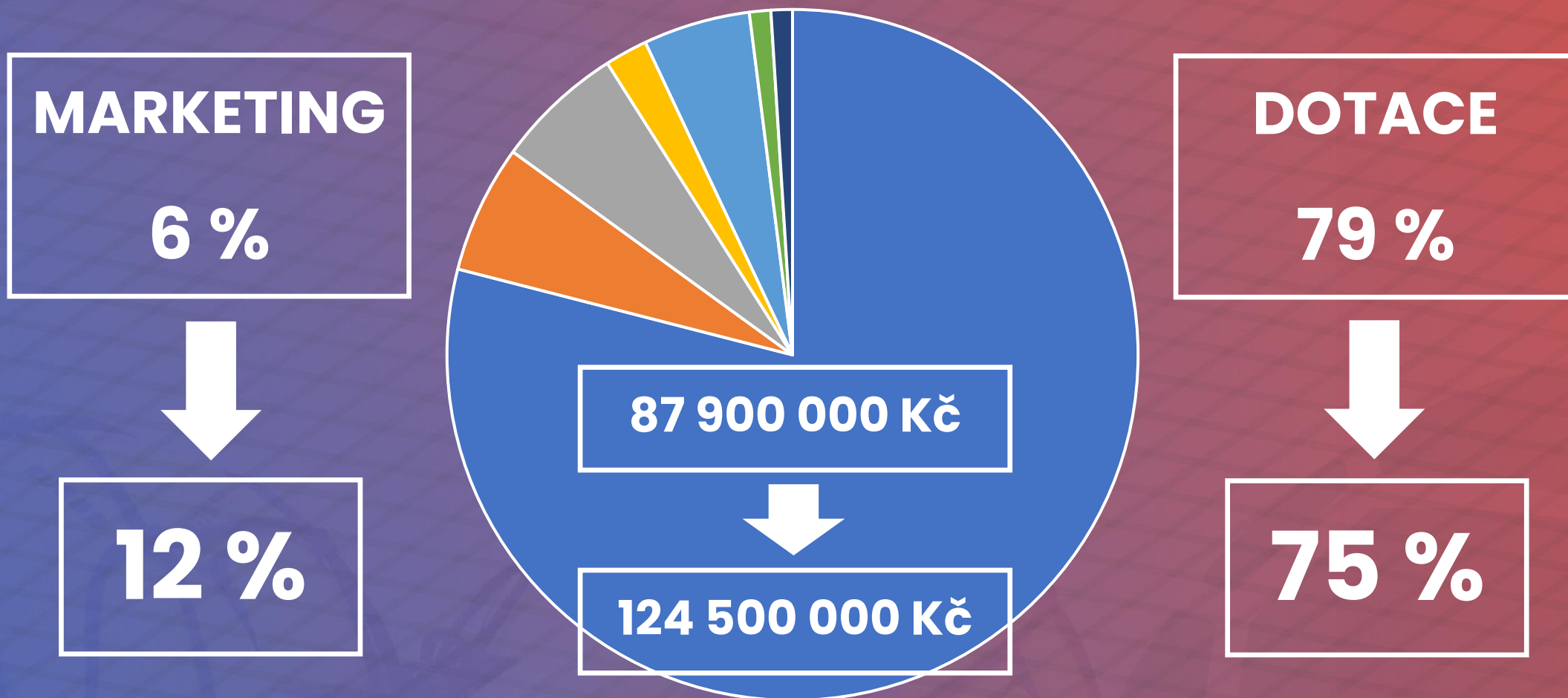
příjmy	částka	%
dotace	70 000 000 Kč	79
marketing	5 000 000 Kč	6
startovné a platby klubů za soutěže	5 400 000 Kč	6
příspěvky EHF, IHF	1 800 000 Kč	2
členské příspěvky	4 000 000 Kč	5
licence a poplatky	800 000 Kč	1
ostatní	900 000 Kč	1
celkem	87 900 000 Kč	100

Odhad rozpočtu ČSH na rok 2021, zaokrouhleno

dotace	házená	basketbal	volejbal
REPRE	16 800 000 Kč	36 600 000 Kč	30 600 000 Kč
TALENT	24 400 000 Kč	46 500 000 Kč	36 300 000 Kč
SVAZ	25 400 000 Kč	43 500 000 Kč	46 300 000 Kč
INVESTICE	4 700 000 Kč	3 700 000 Kč	7 900 000 Kč
celkem	71 300 000 Kč	130 300 000 Kč	121 100 000 Kč
<i>počet sportovců</i>	<i>11 083</i>	<i>19 436</i>	<i>39 564</i>
<i>přepočet na jednoho sportovce</i>	<i>6 433 Kč</i>	<i>6 704 Kč</i>	<i>3 061 Kč</i>

Srovnání svazů v programech REPRE, TALENT, INVESTICE, SPORTOVNÍ SVAZY za rok 2020

STRUKTURA PŘÍJMŮ



□ dotace □ marketing □ startovné a platby klubů za soutěže □ příspěvky EHF, IHF □ členské příspěvky □ licence a poplatky □ ostatní

PŘEDPOKLAD PŘÍJMŮ

příjmy	2021	2022	2023	2024	2025
dotace	70 000 000 Kč	78 000 000 Kč	84 000 000 Kč	90 000 000 Kč	97 000 000 Kč
marketing	5 000 000 Kč	6 000 000 Kč	8 000 000 Kč	10 000 000 Kč	15 000 000 Kč
startovné a platby klubů	5 400 000 Kč	5 000 000 Kč	5 000 000 Kč	5 000 000 Kč	5 000 000 Kč
příspěvky EHF, IHF	1 800 000 Kč	1 800 000 Kč	1 800 000 Kč	1 800 000 Kč	1 800 000 Kč
členské příspěvky	4 000 000 Kč	4 000 000 Kč	4 000 000 Kč	4 000 000 Kč	4 000 000 Kč
licence a poplatky	800 000 Kč	800 000 Kč	800 000 Kč	800 000 Kč	800 000 Kč
ostatní	900 000 Kč	900 000 Kč	900 000 Kč	900 000 Kč	900 000 Kč
celkem	87 900 000 Kč	96 500 000 Kč	104 500 000 Kč	112 500 000 Kč	124 500 000 Kč



PŘÍJMY Z DOTACÍ



PŘÍJMY Z MARKETINGU



STARTOVNÉ, POPLATKY, PŘÍSPĚVKY



VÝVOJ ČLENSKÉ ZÁKLADNY



Vize změn v jednotlivých oblastech do roku 2025

HÁZENÁ
2025



VEDENÍ ČSH A SEKRETARIÁT

- Exekutiva a prezident ČSH – odpovědnost za dlouhodobé plánování a směřování organizace (strategické řízení) a naplňování rozpočtu, členové Exekutivy pouze garanti (koordinátoři) jednotlivých rozvojových oblastí
- Odborné komise – poradní a iniciativní (oponentní) orgán složený z expertů nezávislých na Exekutivě (včetně předsedy komise)
- Generální sekretář a sekretariát ČSH – servisní a poradenská činnost (odborné úseky), tvorba odborných dokumentů, jasně nastavené kompetence a odpovědnost jednotlivých pracovníků, systém podřízenosti a nadřízenosti, systém zadání a kontroly práce, zastupitelnost apod.
- Veškeré činnosti a procesy musí probíhat zcela transparentní formou
- Rozpočet ČSH postupně navyšovat na 100–120 mil Kč (podíl dotací udržet v rozmezí 75–80 %, podíl marketingu navýšit z 6 % alespoň na 12 %)
- Nastavit systém pravidelné komunikace SVAZ vs. HNUTÍ (nejen H-net, využít také další platformy – skupiny na soc. sítích, diskusní fórum apod.)

ORGANIZAČNÍ STRUKTURA ČSH



MARKETING A PROPAGACE

- Zajištění strategických partnerů pro ČSH, Extraligu a WHIL (podniky se státní účastí, produkty s marketingovým potenciálem v naší komunitě – kosmetika, móda, nápoje, sportovní potřeby, sázkové kanceláře, pojišťovny apod.), oslovit nadnárodní společnosti o kterých víme, že v zahraničí házenou podporují a na našem trhu také působí (Lidl, Audi, UNIQA apod.)
- Vstoupit do jednání se společnostmi s majetkovou nebo řídicí strukturou sympatizující s házenou (především bývalí házenkáři v rozhodujících manažerských pozicích, rodiče, fanoušci apod.)
- Zapojení partnerů do komunitních celostátních i regionálních projektů (soutěže o produkty, slevové karty, podpora turnajů apod.)
- Zapojení členů reprezentace, hráčů a hráček nejvyšších soutěží do marketingu ČSH – osobní angažovanost, prezentace osobností ve spojení s propagovaným produktem, účast na marketingových a společenských akcích partnera a akcích ČSH apod.

- Handball TV (YouTube kanál s pravidelným programem a vysíláním vybraných utkání), využívání TVCOM, HbbTV a SmartTV, pravidelný newsletter ČSH apod.
- Merchandising (e-shop s házenkářským zbožím, repliky reprezentačních a klubových dresů, vycházková móda s házenkářskou tematikou apod.)
- Propagace – web a sociální sítě (včetně jazykových mutací)
- Propagace házené na sportovně-propagačních akcích (sportovní veletrhy, olympijské parky) a jiných sportovních akcích s vysokou diváckou účastí, které házenou nepovažují za svého přímého konkurenta (Barum Rally, Biatlon, Zlatá tretra apod.)
- Jednotný brand házenkářských sportovních hal a produktů vytvářených v našem hnutí (plakáty, programy, propagační předměty apod.)
- Kalendář sportovních a společenských akcí ČSH, roční mediální plán
- Síň slávy České a Československé házené
- Jednoznačný cíl – nárůst členské základny, popularizace, větší rozpočet

REPREZENTACE ČESKÉ REPUBLIKY

- Stanovení dlouhodobých cílů a přizpůsobení strategie (účast na olympijských hrách, MS a EURO)
- Revize stávajícího systému organizačního zabezpečení družstev
- Konání mezinárodních akcí (eventů) v České republice (šampionáty v mládežnických, ale především seniorských kategoriích, pořádání odborných kongresů, spolupráce v rámci V4 a Rakouska)
- Hledání strategického partnera pro mužskou i ženskou složku (reprezentace je jeden z mála produktů, o které může být zájem)
- Jednání s NSA – navýšení státní finanční podpory
- Navyšování rozpočtu na činnost reprezentačních složek (ne na úkor dalších projektů nebo provozu ČSH, zapojení marketingových zdrojů)
- Klub přátel české reprezentace (pravidelné informace, přednostní rezervace vstupenek na utkání, zvýhodněná nabídka svazového merche, organizace zájezdů na utkání apod.)

ORGANIZACE SOUTĚŽÍ

- Rozdělit řízení soutěží na vrcholovou házenou (postupná profesionalizace soutěží, samostatná řídicí struktura – zejména marketing) a výkonnostní házenou
- Revize účasti na projektu MOL ligy, hledání alternativ
- Revize stávajícího systému mládežnických soutěží (sjednocení struktury a názvosloví regionálních soutěží, posoudit dojezdové vzdálenosti)
- Informatizace systému nasazování rozhodčích, pomoc krajským svazům s organizací regionálních soutěží, personální posílení soutěžních úseků
- Podpora účasti v evropských pohárech, podpora mezinárodní spolupráce
- Zvýšení odměn za vítězství v dlouhodobých soutěžích
- Zatraktivnění nejvyšších soutěží i Českého poháru
- Manuál organizování soutěžních utkání a televizních přenosů

PRÁCE S MLÁDEŽÍ

- Projekty podpory talentovaných dětí a mládeže (TCM, RKC, SpS, SPEK, MITAH) – v aktuální podobě zachovat, ale nastavit cíle a provádět pravidelná vyhodnocování systému (jasně měřitelné parametry), otevřít diskusi nad budoucí podobou, projekty zviditelnit (medializovat, informovat místní samosprávy, hledat mediální a marketingové partnery apod.)
- Rozvíjet další projekty (házenkářský desetiboj, žákovská liga, kemp házenkářských nadějí, školní liga miniházené apod.)
- Vhodně kompenzovat nerovnosti v hnutí (systém podpory center vs. nedotované malé kluby – odliv hráčů, rozšiřovat projekt SpS apod.)
- Etický kodex – respekt k soupeři a trenérům, komunikovat s rodiči o jejich roli v systému, osvětové kampaně, trestat nesportovní chování apod.
- Systémová podpora házené na základních a středních školách
- Bývalé úspěšné házenkáře do škol a klubů (ve všech možných rolích)
- Sportovní základní a střední školy se zaměřením na házenou

TRENÉŘI A METODIKA

- Vzdělávání mladých trenérů (hledat už v dorosteneckých kategoriích)
- Program 2. kariéry (vzdělávání)
- Knihovna tréninkových postupů (kvalitní zásobník cvičení pro přípravu tréninkových jednotek)
- Rozšiřování trenérských aplikací a aplikací na klubovou správu napříč hnutím (XPS, eos apod.)
- Revize systému trenérských licencí (nové i prodlužování, online školení, „trenér začátečník“ apod.)
- Spolupráce trenéři vs. rozhodčí (společná školení)
- Projekty na budování korektních vztahů trenéři vs. rodiče
- Využívání zázemí na VŠ – výuka házené, věda a výzkum, metodika
- Metodika pro zvládnutí doby po COVIDU
- Anketa Trenér roku, Mládežnický trenér roku apod.

HÁZENÁ V REGIONECH

- Účast svazového vedení na dění v regionech
- Podpora krajských svazů – návštěva prezidenta na krajích a obcích (komunikace s politickou reprezentací)
- Systém krajských trenérů a manažerů zachovat, zohlednit velikost kraje a počet klubů (personální posílení, regiony soudržnosti), nastavení systému hodnocení (zapojení KRAJE)
- Vyjasnit provázanost systému manažer (trenér) vs. SVAZ vs. KRAJ (nejen v otázkách pracovně-právních)
- Řešit možnou nerovnost v rámci krajské struktury (neplacení funkcionáři vykonávající pravidelné činnosti vs. placený manažer)
- Zapojení krajských manažerů do realizace marketingových strategií
- Profesionalizace regionů (role krajských manažerů, role krajské exekutivy)
- Podpora krajských projektů a podpora malých klubů – grantový program na „jednorázové“ akce (slavnosti, výročí, kempy apod.)

PODPORA ROZVOJE HÁZENÉ

- Moderní technologie (team time out, elektronické sledování hráčů, podrobné statistiky, virtuální TV studio apod.)
- Hledání nových rozhodčích, trenérů a funkcionářů (motivace klubů a mladých, zapojení internetu a sociálních sítí k obecné osvětě, založení profesních asociací, podpora zapojení do mezinárodní činnosti)
- Podpora rozvoje házené žen a podpora rozvoje malých klubů
- Alternativní druhy házené – beach handball (vč. dívčí složky, olympijská budoucnost tohoto sportu – velký potenciál), wheelchair handbal (výhled MS 2022 a paralympiáda 2024), street handball, snow handbal apod.
- Projekt házené pro všechny (jako forma masového sportu, zapojení bývalých hráčů – navýšení členské základny, popularizace)
- Spolupráce s jinými sportovními svazy, se kterými si házená přímo nekonkuruje (marketingová spolupráce, rozšiřování členské základny, sdílení zkušeností apod.)

SPORTOVNÍ INFRASTRUKTURA

- Pasport využívaných sportovišť (vlastních i pronajatých)
- Příprava koncepce jejich postupné obnovy
- Příprava koncepce výstavby nových sportovních zařízení
- Alespoň nafukovací haly tam, kde není možnost krytého sportoviště (včetně dotačního programu na provoz)
- Zřízení projektové a dotační kanceláře pod ČSH – servisní funkce pro kluby, pomoc s přípravou stavebních i dotačních projektů, realizací výběrových řízení, vyúčtování apod.
- Maximální využití dotačních výzev NSA a místních samospráv
- Intenzivní komunikace se zástupci státní správy a místních samospráv, tvorba společných projektů, memorand apod.
- Komunikace v rámci sportovního prostředí – realizace společných projektů více sportů (klubů, svazů)
- Sportoviště rozměrů pro házenou v rámci škol (komunikace se zřizovateli)



„Všichni si přejeme návrat k tréninkům a soutěžní činnosti, ale po takto dlouhém výpadku si opravdu neumím představit, že budeme schopni v druhé půlce dubna obnovit soutěže tak, jak předpokládá Český svaz házené. Musíme dokázat dostat naše děti, mládež i dospělé zpět na sportoviště. Vrátit jim chuť do házené a obnovit sociální kontakty v rámci hnutí. Honit se za body můžeme opět od podzimní části, snad už nám to epidemická situace naplno umožní.“

Jan Schneider

kandidát na prezidenta ČSH

HÁZENÁ
2025

DALŠÍ INFORMACE:

 hazena2025.cz

 [hazena2025](https://facebook.com/hazena2025)

 [hazena2025](https://instagram.com/hazena2025)

DĚKUJI ZA POZORNOST.

HÁZENÁ
2025

