

Tjejmilen

Pressmaterial 2011

Så startade Tjejmilen



När Tjejmilen hade premiär den 19 augusti 1984 var det samtidigt premiär för en helt ny form av idrottsarrangemang i Sverige. Tävlingsmomentet tonades ned. I Tjejmilen skulle inte deltagarna tävla mot varandra utan mot sig själva.

Före Tjejmilen var det männen som dominerade i svenska löpartävlingar. Herrklassen var alltid störst och viktigast. De kvinnliga deltagarna kom i andra hand. Tjejmilen satte kvinnorna i centrum och loppet blev direkt en succé. Klockan 12.00 den 19 augusti 1984 sköts startskottet till den första upplagan av Tjejmilen. Drygt 2 000 kom till start. Intresset ökade sedan snabbt till både 10 000, 20 000 och 30 000 anmälda. Under några år tvingades arrangörerna t.o.m. maximera antalet deltagare.

Det behövdes något nytt

Stärkta av framgångarna med Stockholm Marathon, som hade premiär 1979, började några ledare i friidrottsklubbarna Spårvägens FK och Hässelby SK fundera på nästa steg. Ett halvmaratonlopp, en triathlontävling eller ett lopp enbart för tjejer diskuterades fram och tillbaka. Under hösten 1983 beslöt klubbarna att starta Tjejmilen.

- Vi såg att många kvinnor var ute och joggade, men vi såg också att det knappt var några kvinnliga deltagare i de löpartävlingar som arrangerades i början av 80-talet, berättar Bengt Alfredsson som var en av dem som var med i diskussionerna innan Tjejmilen startades.
- Det behövdes något nytt för att attrahera alla kvinnliga joggare.

Tjejmilen

Kvinnorna i centrum

Kvinnor hamnar i de flesta idrottssammanhang i andra för att inte säga i tredje hand. Här skulle det bli tvärtom. Tjejmilen skulle sätta kvinnorna i centrum.

Förebilden var "Kvindeløbet" i Köpenhamn som troligen var Europas största tjejlöpp innan Tjejmilen startades. En studieresa till den danska huvudstaden gav nya impulser.

Internt fanns en ung och driftig organisation som gärna ville göra mer.

Hässelby och Spårvägen hade under åren med Stockholm Marathon skaffat sig kunskaper om att arrangera och marknadsföra långlopp. Klubbarna hade också en ekonomi som medgav nysatsningar.

Kansliet hade – till omvärldens förvåning – fyra heltidsanställda.

Poängen med att bygga ett starkt kansli låg i att klubbarnas idrottsliga verksamhet inte riskerade hamna i bakvatten.

Namnet en svårkläckt nöt

Själva namnet tillkom efter många och långa diskussioner.

Tjejmilen fyllde med råge det viktigaste kravet – att det direkt skulle tala om det bara var för kvinnor. Att det sedan var lättuttalat och lätt att komma ihåg gjorde inte beteckningen Tjejmilen sämre.

Skulle loppet genomföras på våren, sommaren eller sensommaren? Argumenten vägdes för och emot. Beslutet blev den sista helgen i augusti. En grundläggande faktor var att Tjejmilen vände sig till kvinnor som normalt inte tävlade och tränade särskilt mycket och som därför behövde våren och sommaren på sig för att komma i form.

Sista helgen i augusti gav dessutom klubbarna längre tid att marknadsföra Tjejmilen. Våren/försommaren föll bort på grund av Stockholm Marathon låg – och fortfarande ligger – den första helgen i juni och det skulle bli alltför tungt med två evenemang tätt inpå varann.



Ingen tidtagning

Tävlingsmomentet tonades ner mycket medvetet, till och med så mycket att tidtagningen slopades för alla utom den yppersta eliten. Deltagarna skulle inte tävla mot varann utan bara möjligen mot sig själva. Prestationen skulle bestå i att bara ta sig runt.

Loppets slogan blev "En mil utan jäkt och stress – bara för tjejer".

Under senare år har allt fler av deltagarna efterfrågat tidtagning i Tjejmilen. Därför har loppet idag två klasser; Tidtagning och Fun Run (ingen tidtagning). 2010 valde 53% av de anmälda Tidtagning och 47% Fun Run.

Hård satsning på marknadsföringen

Redan från början vände Tjejmilen sig främst till kvinnliga motionslöpare som inte deltog i andra tävlingar och som därför var svåra att nå med information om detta nya lopp.

Arrangörsklubbarna satsade hårt på marknadsföringen inför premiärlöppet 1984. Det var viktigt att den första upplagan av Tjejmilen blev en framgång.

Klubbarna producerade en påkostad åttasidig inbjudan i fyrfärg.

Annonsering i dags- och veckopress gick på 100 000 kronor. Ett avtal med Damernas Värld visade sig vara ett klipp. Där ingick tre halv-sidesannonser som resulterade hela i 2 300 beställningar av inbjudan.

Totalt kostade all marknadsföring 200 000 kronor vilket var en mycket hög summa för en svensk löpartävling i mitten av 80-talet.

Tjejmilen

Drygt 2 000 anmälda

När Tjejmilen startade den 19 augusti 1984 var drygt 2 000 kvinnor från hela landet anmälda. Det var en högre siffra än vad tävlingsledningen kalkylerat med.

Det var en förväntansfull stämning på Gärdet denna sköna augustisöndag.

Alla var medvetna om att Tjejmilen innebar något helt nytt för svensk idrott.

Evy Palm, som var dem mest meriterade löparen i startfältet, kände sig osäker:

– Hur ska jag hitta runt banan, undrade Evy när hon insåg att hon troligen skulle ligga i täten.

I de landsvägslopp som Evy sprungit tidigare hade hon alltid haft manliga löpare före sig och därför aldrig behövt fundera över hur man skulle hitta runt banan.

Nu fick Evy ett lugnande besked: En högtalarebil kör före täten och visar de främsta rätt väg.

Evy Palm vann sedan premiärloppet, och fortsatte med ytterligare fyra segrar i Tjejmilen.

Hon är därmed loppets mest framgångsrika deltagare någonsin. Trots att Evy numer inte tävlar på elitnivå längre missar hon sällan Tjejmilen som tillsammans med Stockholm Marathon är hennes favorittävling.



Premiären blev en succé

Hur skulle deltagarna uppskatta Tjejmilen? De flesta av de drygt 2 000 i premiärloppet hade aldrig tidigare varit med i en löpartävling. Skulle Tjejmilen leva upp till deras förväntningar? För att få veta vad deltagarna tyckte om premiärloppet genomfördes en enkätundersökning bland deltagarna direkt efter målgången på Gärdet.

– Det gick aldrig att genomföra undersökningen. De vi pratade med var så entusiastiska och hade så mycket att säga om Tjejmilen att vi bara hann med att göra ett par intervjuer, minns Mats Olsson som var en ansvarig för undersökningen.

– Men det var helt klart att deltagarna gillade Tjejmilen!

Premiären fick stor uppmärksamhet i massmedia, och intresset för Tjejmilen ökade snabbt.

Tjejmilen har fått en rad efterföljare

Tjejmilen har fått en rad efterföljare, t.ex. Vår Ruset som idag är Europas största löparserie med 18 lopp från Luleå i norr till Malmö i söder. Allt detta har bidragit till att intresset för löpning och jogging ökade kraftigt bland kvinnor.

1983 – året före Tjejmilens premiär – var det knappt 10 000 kvinnor som ställde upp i svenska långlopp. 24 år senare var siffran 300 000. 2007 var 10 av landets 16 största löpartävlingar rena kvinnolopp.

Det är inte enbart i Sverige som Tjejmilen visat vägen. Genom åren har det kommit studiedelegationer från en rad länder till Stockholm för att studera löparfesten på Gärdet och Djurgården.

Även andra idrotter har tagit efter Tjejmilen. Tjevjan och Tjevätterna är exempel på tävlingar som startats med Tjejmilen som förebild.

Men originalet är nummer ett! Tjejmilen är fortfarande landets största idrottsevenemang för kvinnor.