



FEDERATA E BASKETBOLLIT TË KOSOVËS
KOSOVO BASKETBALL FEDERATION
KOŠARKAŠKI SAVEZ KOSOVA

Federata e Basketbollit
të Kosovës

+383 49 738 080
federata@basketbolli.com

Lagjia "Arbëria"
Blloku C3, Nr. 83
Str: Radovan Zogovic
10 000 Prishtina

RREGULLORE E MARKETINGUT E FEDERATËS SË BASKETBOLLIT TË KOSOVËS

20.08.2025, Prishtinë



Në bazë të nenit 24 të Statutit të Federatës së Basketbollit të Kosovës, Bordi i FBK-së, në mbledhjen e mbajtur me datë 20.08.2025, miratoi këtë:

RREGULLORE TË MARKETINGUT TË FEDERATËS SË BASKETBOLLIT TË KOSOVËS

HYRJE

Marketingu në sport është një faktor kyç për zhvillimin dhe profesionalizimin e një federate kombëtare si Federata e Basketbollit të Kosovës (FBK).

Në një epokë ku sporti është bërë një industri e fuqishme, menaxhimi efektiv i të drejtave komerciale dhe promovimi i vlerave të basketbollit kosovar është thelbësor për rritjen e imazhit të federatës, klubeve dhe vetë sportit.

FBK e konsideron marketingun jo vetëm si një burim financiar për zhvillimin e aktiviteteve sportive, por edhe si një platformë për të ndërtuar marrëdhënie të qëndrueshme me sponsorët, tifozët dhe institucionet e ndryshme. Për këtë arsye, kjo Rregullore është hartuar me qëllim që të ofrojë një qasje të qartë dhe të strukturuar për menaxhimin e të drejtave të marketingut dhe të drejtat audio-vizuale, duke përfshirë bashkëpunimin me klubet anëtare për një strategji të unifikuar dhe efektive të promovimit të basketbollit kosovar.

Klubet anëtare të FBK-së janë partnerë të rëndësishëm në këtë proces dhe kanë një rol kyç në implementimin e standardeve të marketingut. Përmes kësaj Rregulloreje, synojmë të krijojmë një ekosistem të qëndrueshëm marketingu, i cili do të ndihmojë në forcimin e marrëdhënieve me sponsorët, rritjen e popullaritetit të basketbollit në Kosovë dhe sigurimin e një baze të qëndrueshme financiare për klubet dhe federatën.

Kjo Rregullore përcakton të drejtat, detyrimet dhe përgjegjësitë e të gjitha palëve të përfshira në aktivitetet e marketingut të FBK-së, duke garantuar që të gjitha aspektet e promovimit dhe komercializimit të basketbollit në Kosovë të jenë të menaxhuara në mënyrë profesionale dhe transparente.



I. DISPOZITAT E PËRGJITHSHME

NENI 1 – QËLLIMI

Kjo Rregullore përcakton të drejtat, detyrimet dhe përgjegjësitë e të gjitha palëve të përfshira në aktivitetet e marketingut të Federatës së Basketbollit të Kosovës (FBK), përfshirë klubet, sponsorët, partnerët medialë dhe institucionet e tjera të lidhura.

Rregullorja është një udhërrëfyes për zhvillimin e qëndrueshëm të marketingut të FBK-së dhe do të rishikohet periodikisht për t'u përshtatur me tendencat e reja në industrinë e sportit.

NENI 2 – PRONËSIA E TË DREJTAVE TË MARKETINGUT DHE AUDIO-VIZUALE

2.1. Të gjitha të drejtat e marketingut, sponsorizimit, reklamimit, shpërndarjes dhe shfrytëzimit komercial të aktiviteteve të organizuara ose të miratuara nga FBK, përfshirë të drejtat televizive, audiovizuale, grafike, fotografike dhe materiale të tjera të ngjashme, janë pronë ekskluzive e FBK-së.

2.2. Këto të drejta bazohen dhe mbrohen nga legjislacioni në fuqi i Republikës së Kosovës, përfshirë Ligjin për Sportin Nr. 08/L-277 si dhe çdo akt tjetër ligjor ose nënligjor përkatës.

2.3. Asnjë klub, individ ose organizatë nuk mund të shfrytëzojë këto të drejta ose të realizojë të ardhura nga to pa autorizimin paraprak me shkrim të FBK-së.

2.4. FBK ka të drejtën ekskluzive për menaxhimin, shitjen dhe licencimin e të drejtave televizive dhe audio-vizuale për të gjitha ngjarjet e organizuara ose të miratuara prej saj, në përputhje me legjislacionin në fuqi dhe aktet e brendshme të FBK-së.

NENI 3 – TË DREJTAT E IMAZHIT DHE PAMJET E LOJTARËVE

3.1. Federata e Basketbollit të Kosovës ka të drejtën të përdorë imazhet, pamjet, fotografitë, grafikat dhe materialet e tjera audio-vizuale të lojtarëve, klubeve dhe ndeshjeve për qëllime promociionale, reklamuese dhe të marketingut të ligës ose sponsorëve.



3.2. Përdorimi i këtyre materialeve nuk përbën të drejtë pagese për palët e përfshira, përveç nëse është paraparë ndryshe me marrëveshje specifike.

3.3. Lojtarët që përfaqësojnë shtetin e Kosovës janë të obliguar të jenë në dispozicion për nevojat zyrtare të FBK-së, duke përfshirë promocionet, manifestimet për sponsorë dhe organizimet e tjera, me njoftim dhe pëlqim paraprak.

NENI 4 – TË HYRAT NGA TË DREJTAT E MARKETINGUT DHE AUDIO-VIZUALE

4.1. FBK mban të drejtën ekskluzive për të realizuar të hyrat që burojnë nga:

- Marketingu dhe sponsorizimet;
- Reklamat dhe aktivizimet e markës;
- Shfrytëzimi i të drejtave televizive dhe audio-vizuale;
- Çdo formë tjetër e komercializimit të aktiviteteve të saj.

4.2. Të gjitha të hyrat e realizuara nga këto të drejta do të përdoren për zhvillimin dhe promovimin e basketbollit në Kosovë, në përputhje me planin strategjik dhe buxhetin e miratuar nga Bordi i FBK-së.

4.3. Shpërndarja dhe menaxhimi i të hyrave do të bëhet në mënyrë transparente, duke respektuar standardet e raportimit financiar dhe auditimit të brendshëm dhe të jashtëm.

II. SPONSORIZIMI

NENI 5 – SPONSORIZIMI I FEDERATËS

5.1. Sponsorizimi bëhet në përputhshmëri me Ligjin Nr. 05/L-090 për Sponsorizime në Fushën e Kulturës, Rinisë dhe Sportit dhe aktet nënligjore për zbatimin e tij.

5.2. FBK dhe sponsori lidhin marrëveshje të posaçme për sponsorizim, e cila përcakton:

- Kushtet e sponsorizimit;
- Kategorinë e sponsorizimit;
- Të drejtat dhe obligimet e palëve;
- Parimin e ekskluzivitetit;
- Çështje të tjera të ndërsjella të dakorduara.



5.3. Përcaktimi i sponsorëve bëhet sipas Udhëzuesit për Kategorizimin e Sponsorëve të FBK-së.

NENI 6 – SHITJA E BILETAVE ONLINE

6.1. Duke filluar nga edicioni garues 2025/26, Federata e Basketbollit të Kosovës do të implementojë sistemin e shitjes së biletave online për ndeshjet dhe eventet e saj, përfshirë:

- **Ndeshjet e ProCredit Superligës;**
- **Superkupën e Kosovës;**
- **Kupën e Kosovës;**
- **Ndeshjet e Përfaqësueseve të Kosovës;**
- **Eventet e tjera të zhvilluara në kuadër të FBK-së.**

6.2. Shitja e biletave online do të bëhet në koordinim të plotë me klubet pjesëmarrëse dhe palët e tjera të interesit, duke respektuar marrëveshjet kontraktuale dhe standardet e përcaktuara nga FBK përmes Udhëzuesit për Shitjen e Biletave Online.

6.3. FBK do të përcaktojë procedurat, platformat dhe standardet teknike për shitjen e biletave online, duke siguruar transparencë, siguri të të dhënave dhe menaxhim efikas të të ardhurave.

6.4. Të gjitha të hyrat nga shitja e biletave do të menaxhohen sipas rregullave financiare të FBK-së dhe marrëveshjeve me klubet, me qëllim përmirësimin e përvojës së tifozëve dhe zhvillimin e basketbollit në Kosovë.

NENI 7 – PËRDORIMI I LOGOS SË FBK-SË

7.1. Logoja zyrtare e Federatës së Basketbollit të Kosovës është e mbrojtur sipas legjislacionit në fuqi të Republikës së Kosovës, përfshirë Ligjin Nr. 08/L-075 për Markat Tregtare.

7.2. Logoja e FBK-së mund të përdoret vetëm në komunikime zyrtare të Federatës, përveç rasteve kur është dhënë leje e shkruar nga FBK për subjekte të tjera.



7.3. Klubet anëtare të FBK-së janë të detyruara të vendosin logon e FBK-së në materialet e tyre promovuese, uniformat sportive dhe çdo material tjetër të miratuar, në përputhje me marrëveshjet dhe rregulloret përkatëse.

7.4. Përdorimi i logos duhet të bëhet në pajtueshmëri të plotë me rregullat, standardet dhe udhëzimet e Brandbook-ut të FBK-së. Çdo përdorim jashtë këtyre udhëzimeve është i ndaluar.

NENI 8 – REKLAMIMI NË KONSTRUKSIONET E KOSHAVE

8.1. Klubet që përdorin konstruksione të koshave të ankoruar, në përputhje me rregullat e FIBA-s, kanë të drejtë të përdorin pjesën e sfungjerit mbrojtës të koshit për vendosje të reklamave.

8.2. Vendosja e reklamave duhet të jetë në përputhje me standardet teknike dhe estetike të përcaktuara nga FBK, si dhe me marrëveshjet e sponsorizimit dhe kontratat ekzistuese.

NENI 9 – MARKETINGU NË UNIFORMA

9.1. Ekipet, në përputhje me Propozicionet e Garave, janë të obliguara që në fanellat e lojtarëve dhe në fanellat për nxehje (warm-up shirts) të vendosin logon – emblemen e FBK-së, në formatin e miratuar paraprakisht nga FBK. Emblema duhet të vendoset në anën e majtë të sipërme të fanellës dhe dimensionet e saj nuk guxojnë të jenë më të vogla se **8 cm x 5 cm**.

9.2. Ekipet janë gjithashtu të obliguara që në pjesën e pasme (në qendër) të fanellave të lojtarëve të vendosin flamurin e Republikës së Kosovës, sipas specifikimeve të miratuara nga FBK.

9.3. Vendosja e reklamave në uniformat e gjyqtarëve dhe dizajni i tyre miratohen nga Bordi Drejtues i FBK-së, ndërsa gjyqtarët dhe ekipet njoftohen me kohë për specifikimet përkatëse.

NENI 10 – PARIMET THEMELORE TË MARKETINGUT

Marketingu i FBK-së do të bazohet në parimet e mëposhtme:

- **Transparencë dhe integritet:** Të gjitha aktivitetet e marketingut do të zhvillohen me transparencë të plotë dhe në përputhje me standardet më të larta të etikës sportive.



- **Inovacion dhe teknologji:** Përdorimi i teknologjisë për përmirësimin e strategjive të marketingut dhe angazhimin e audiencës.
- **Angazhimi i partnerëve dhe sponsorëve:** Maksimizimi i vlerës së partneriteteve përmes promovimit efektiv.
- **Përfshirja e komunitetit:** Të sigurohet që të gjitha aktivitetet e marketingut të jenë gjithëpërfshirëse dhe të arrijnë një bazë të gjerë tifozësh.

III. AKTIVIZIMI I SPONSORËVE

NENI 11 – STRATEGJIA E AKTIVIZIMIT TË SPONSORËVE

FBK angazhohet të krijojë një plan të qartë për aktivizimin e sponsorëve që përfshin:

- Promovimin e sponsorëve në eventet e FBK-së përmes reklamave dhe materialeve vizuale;
- Integrimin e sponsorëve në mediat sociale të FBK-së;
- Organizimin e aktiviteteve të përbashkëta me sponsorët për rritjen e ndërveprimit me tifozët;
- Sigurimin e ekspozimit të garantuar për sponsorët në platformat televizive dhe dixhitale.
- Krijimin e pakove të personalizuar të sponsorizimit për të siguruar fleksibilitet dhe mundësi për ekspozim maksimal.

NENI 12 – REKLAMAT DHE HAPËSIRAT REKLAMUESE

12.1. Hapësirat fizike

- Përdorimi i hapësirave reklamuese LED për promovimin e sponsorëve dhe FBK-së;
- Klubet duhet të respektojnë udhëzimet mbi përdorimin e hapësirave reklamuese në arenat sportive;
- FBK ruan të drejtën për menaxhimin e hapësirave reklamuese gjatë ndeshjeve kombëtare dhe ndërkombëtare.

12.2. Reklamat televizive

- FBK iu siguron klubeve hapësirë reklamuese për sponsorët e tyre në transmetimet televizive të ndeshjeve, detajet teknike të së cilave përcaktohen në marrëveshjen me sponsorin medial;
- Formula e ndarjes së hapësirës së përgjithshme reklamuese në transmetime televizive është:



- 50% e hapësirës për ekipin vendës (225 sekonda);
- 25% e hapësirës për ekipin mysafir (112.5 sekonda);
- 25% e hapësirës për sponsorët e FBK-së (112.5 sekonda);
- Ekipet obligohen që me kohë të dorëzojnë reklamat e tyre për transmetim dhe të koordinohen me zyrtarin e FBK-së për marketing.

IV. MARKETINGU DIXHITAL DHE MEDIA SOCIALE

NENI 13 – PËRDORIMI I MEDIAVE SOCIALE

13.1. FBK dhe klubet e saj duhet të zhvillojnë dhe zbatojnë strategji të përbashkëta për promovimin e eventeve, lojtarëve dhe sponsorëve në platformat e mediave sociale.

13.2. Promovimi duhet të realizohet duke përdorur, ndër të tjera:

- Postime të rregullta në rrjetet sociale;
- Video promocionale për eventet dhe lojtarët;
- Bashkëpunim me influencues të sportit për rritjen e shikueshmërisë;
- Angazhimin e komunitetit në fushata interaktive.

13.3. FBK do të përgatisë dhe miratojë një Manual të Përdorimit të Rrjeteve Sociale, i cili do të përmbajë:

- Rregulla dhe udhëzime mbi tonin e komunikimit dhe gjuhën e përdorur;
- Frekuencën dhe oraret e rekomanduara të postimeve;
- Strategjinë vizuale dhe përdorimin e elementeve të brandit;
- Procedurat për menaxhimin e krizave dhe komenteve negative.

13.4. Të gjitha klubet anëtare dhe stafi i FBK-së janë të detyruar të zbatojnë udhëzimet e këtij manuali në të gjitha komunikimet dixhitale dhe postimet në rrjetet sociale.

NENI 14 – REKLAMAT DIXHITALE DHE MONETIZIMI

FBK do të vendosë standarde për reklamat dixhitale duke krijuar hapësira të shitshme për sponsorët në:

- Ueb-faqen e FBK-së;
- Platforma të tjera dixhitale të lidhura me federatën;
- Streaming i drejtpërdrejtë i ndeshjeve me reklama të integruara.



NENI 15 – ANGAZHIMI I TIPOZËVE

FBK dhe klubet do të krijojnë programe të anëtarësimit, fushata interaktive dhe aktivitete jashtë parketit për të rritur përfshirjen e tifozëve.

NENI 16 – PROGRAMI I TRAJNIMEVE PËR MARKETINGUN NË KLUBE

FBK do të organizojë trajnime për klubet për të siguruar zhvillimin profesional në fushën e marketingut.

V. RAPORTIMI, MONITORIMI DHE SANKSIONET

NENI 17 – KRIJIMI I NJË KALENDARI TË MARKETINGUT

17.1. FBK do të hartojë dhe publikojë një kalendar të detajuar të aktiviteteve të marketingut, i cili do të përfshijë të gjitha ngjarjet, fushatat dhe iniciativat promociionale të planifikuara gjatë vitit. Ky kalendar do të shërbejë për të siguruar një planifikim dhe koordinim efikas midis departamenteve të ndryshme brenda FBK-së, klubeve, partnerëve dhe sponsorëve.

17.2. Kalendar do të ndahet me të gjitha palët e interesit, përfshirë klubet, partnerët dhe sponsorët, për qëllime transparence, planifikimi dhe koordinimi, në fillim të vitit.

17.3. Kalendar do të përditësohet rregullisht dhe do të përfshijë:

- Fushatat dhe konceptet promovuese për garat kombëtare dhe ndërkombëtare;
- Aktivitetet e lidhura me sponsorët dhe partnerët strategjikë;
- Eventet speciale dhe iniciativat për përfshirjen e komunitetit;
- Promovimin e basketbollit 3x3 dhe aktiviteteve grassroots (basketbollit bazë);
- Angazhimin në media dhe rrjetet sociale.

17.4. Ky dokument do të ndihmojë në maksimizimin e ndikimit të aktiviteteve të marketingut dhe në optimizimin e burimeve për të fuqizuar imazhin dhe vizibilitetin e basketbollit në Kosovë.



NENI 18 – MEKANIZMAT E MONITORIMIT

18.1. FBK do të vendosë mekanizma të qartë për monitorimin e zbatimit të strategjive të marketingut, duke siguruar matje objektive të progresit dhe rezultateve.

18.2. Monitorimi do të përfshijë:

- Raporte mujore dhe vjetore mbi performancën e marketingut nga departamenti përkatës;
- Takime të rregullta me klubet dhe partnerët për të shqyrtuar progresin dhe sfidat;
- Analiza të matchme të ndikimit përmes statistikave dhe të dhënave mbi angazhimin e sponsorëve dhe tifozëve;
- Përdorimi i indikatorëve të performancës (**KPI-ve**) për të vlerësuar suksesin e strategjive të zbatuara;
- Inspektime të marketingut gjatë eventeve për të siguruar respektimin e standardeve dhe kontratave të sponsorëve.

18.3. KPI-të e përdorura nga FBK do të përfshijnë, por nuk kufizohen në:

- Numrin e ndjekësve të rinj dhe përqindjen e rritjes në platformat e mediave sociale;
- Shkallën e angazhimit në postime (likes, komente, shpërndarje, klikime);
- Ekspozimin mediatik (reach dhe impressions) për eventet;
- Numrin e aktivizimeve të suksesshme të sponsorëve gjatë sezonit;
- Kënaqësinë e sponsorëve dhe partnerëve (përmes sondazheve vjetore);
- Numrin e pjesëmarrësve dhe nivelin e angazhimit në aktivitetet komunitare dhe grassroots;
- Respektimin e standardeve vizuale dhe kontraktuale të përcaktuara nga FBK.

NENI 19 – SANKSIONET

Në rast të shkeljeve të kësaj rregulloreje nga klubet apo partnerët, FBK do të zbatojë masa disiplinore që mund të përfshijnë:

- **Gjoka financiare**, të përcaktuara bazuar në natyrën dhe seriozitetin e shkeljes;
- **Reduktim ose anulim i të drejtave të marketingut** për palët që nuk respektojnë marrëveshjet e sponsorizimit dhe promovimit;



- **Pezullimi i mbështetjes financiare** për klubet që nuk respektojnë standardet e marketingut;
- **Ndërprerja e kontratave** me partnerët që nuk përmbushin detyrimet e përcaktuara nga FBK;
- **Sanksione sportive**, në raste të shkeljeve të përsëritura që ndikojnë negativisht në imazhin e FBK-së dhe basketbollit kosovar.

NENI 20 – FINAL 4 OSE FINAL 8 DHE SUPERKUPA E KOSOVËS

Në Final 4 ose Final 8 dhe në Superkupën e Kosovës zbatohen rregulla të posaçme të marketingut, të përcaktuara në Udhëzuesit për organizimin e këtyre dy eventeve, të miratuara nga FBK.

NENI 21 – DISPOZITAT PËRFUNDIMTARE

21.1. Ndryshimet dhe plotësimet e kësaj Rregulloreje miratohen sipas procedurës së njëjtë të aprovimit të tyre.

21.2. Interpretimin e kësaj Rregulloreje e jep Bordi i FBK-së dhe hynë në fuqi me miratimin e saj nga ana e Bordit të FBK-së.

E miratuar në Prishtinë më 20.08.2025

Në emër të Bordit të FBK-së,
Arben **FETAHU**

Kryetar
Federata e Basketbollit të Kosovës

