

Strategidokument

Friskis Bærum

2024-2026

Vår strategi bygger på verdier, retningslinjer og lover utarbeidet og vedtatt i Friskis RIKS, lov for Friskis Bærum og Norges Idrettsforbund (NIF). Dette innebærer blant annet NIFs barneidrettsbestemmelser, retningslinjer om ungdomsidrett og seksuell trakassering. I tillegg er Norges Fleridrettsforbund sertifisert som Rent Særforbund og med det markerer vi vårt standpunkt i forhold til doping.

Strategien 2024-2026 er Friskis Bærums sitt styringsdokument.

Siden toppårene 2009/10 har Friskis opplevd en jevn medlemsnedgang, noe som pandemien ytterligere forsterket, derfor er hovedmål for strategiperioden 2024-2026 å øke medlemsmassen, slik at vi blir en viktig bidragsyter til lokal folkehelse i Bærum kommune. “Livslang Trening” skal være et viktig begrep i vår organisasjon – og gjennom vårt fokus på folkehelsen skal vi bidra til at færre mennesker legger beslag på et presset helsevesen.

Pandemien er over, men våre utfordringer er ikke endret, og mange omverdensfaktorer påvirker oss i dag og vil gjøre det i årene fremover. Kostnadsøkninger i form av økte renter og strømpriser er en utfordring, både for våre klubber, men også for våre medlemmer og potensielle medlemmer. Mye av strategiplanene fra pandemiårene er fortsatt gyldige.

Hovedmål for strategiperioden er å øke medlemsmassen, styrke vår posisjon i samfunnet og bidra til bedre folkehelse og samfunnsdeltakelse.

Våre fem strategiske hovedområder
for perioden er:

- 
1. Flere må med i Friskis
 2. Beholde og rekruttere funksjonærene
 3. Stabil økonomi
 4. Merkevarer og kommunikasjon
 5. Livslang Trening

1. Flere må med i Friskis

HVA

Hele vår organisasjon må ha medlemsutviklingen som høyeste prioritet i de kommende årene. Vi må alle bidra aktivt på hver vår kant for å vinne tilbake tapte medlemmer og jobbe aktivt for å skaffe nye. Vi må se på nye samarbeid innen bedrifter og idretten, hvor spesielt frafallet blant yngre er stort. Her har vi i Friskis mye vi kan bidra med. Samarbeid med andre frivillige organisasjoner er også noe som bør kunne gi resultater og ikke minst lokal aktivitet ut mot miljøer der hvor vi tror at det finnes et potensiale for å øke medlemsmassen. Vi skal hele tiden ha som fokus et tilbud til de som ikke er opptatt av konkurranseidrett uansett bakgrunn, alder og kjønn.

HVORFOR

Vi har nå god medlemsvekst og økonomisk utvikling, men medlemsnedgangen vi har opplevd byr fortsatt på utfordringer i forhold til finansieringen av vår aktivitet.

STRATEGISKE INITIATIVER

- Etablere flere bedriftsavtaler
- Tilby fysioterapi tjeneste
- Tilstedeværelse div happenings med stand, Byfesten etc
- Starte opp trening for barselgruppe
- Etablere ambassadører blant ungrepresentanter
- Fortsette å rekruttere til sterkere gruppen
- Aktivt markedsføre Enkeltjympa på boliger
- Søke et samarbeid med DNT lokalt
- Etablere kontakt med studenter..
- Opprettholde samarbeid med frisklivssentralen, NAV, Pust og etablere flere samarbeid
- Etablere kontakt med flere lokale helseinstitusjoner og miljøer der eldre dominerer
- Etablere kontakt med flere lege/fysiosentre for å få til et samarbeid om treningsoppfølging
- Legge til rette for mer trening på dagtid for pensjonister
- Jobbe med å øke deltakere til Sterekere



2. Beholde og rekruttere funksjonærene

HVA

Rekruttering, utdanning, engasjement og digitalisering.

HVORFOR

Frivillighetsarbeidet er under sterkt press, og frivillige organisasjoner inkludert idretten rapporterer om stadig større utfordringer med å rekruttere og beholde frivillige. Hele vår organisasjon og idé er tuftet på frivillighet. Under pandemien og frem til nå har Friskis Bærum mistet frivillige. Flere funksjonærer er ikke lenger villige til å forplikte seg i samme grad som tidligere, og ønsker å bruke minst mulig tid på annet enn det de har “tegnet” seg for – dette må vi adressere i vårt arbeid. Funksjonærene er våre beste ambassadører, de oppmuntrer medlemmene under treningen og øker den sosiale verdien vi identifiseres med. Søkelyset på funksjonærene vil være sentralt i Friskis - både rekruttering av nye, men også tiltak for å beholde eksisterende funksjonærer.

HVORDAN

Som overordnet mål skal alle bidra til å gjøre det lettere å være funksjonær i Friskis. Utarbeide individuelle avtaler for å gjøre det oppnåelig å opprettholde funksjonærengasjement

STRATEGISKE INITIATIVER

- Ha en mårettet plan for hvilke treningsformer vi skal prioritere å utdanne nye funksjonærer i
- tilrettelegging for at instruktører utvikler og vedlikeholder sin kompetanse.
- Innarbeide ny leder oppfølgings modell og engasjere alle ledere i dette
- Bruke Friskis RIKS felles kommunikasjonsplan og rekrutteringsplan
- Koble oss på Workplace for rekruttering, med tips, råd og erfaringsutveksling
- Alle har et ansvar for å anerkjenne den jobben som funksjonærene gjør og at de blir sett.
- Gi en takk og et klapp på skulderen så ofte som mulig
- Delta i samhandling for treningsansvarlige/utdanningsansvarlige i Norge, med støtte og veiledning fra administrasjonen
- Opprettholde arbeidet med en dynamisk og helhetlig timeplan, som ivaretar både lederne og tilbudet til mosjonistene
- Muliggjøre deling av timer for å gjøre det lettere å forplikte seg
- Kopiere musikkprogram og treningstimer til nye instruktører (og gamle..)
- Bli flinkere til å arrangere sosiale treff og motivasjonsdager
- Gjennomføre en funksjonærundersøkelse våren 24

3. Stabil økonomi

HVA

Det etterstrebes å jobbe med å i hovedsak ha en drift som er medlemsbasert og ikke tilskuddsbasert.

Styrets hovedoppgave skal være styring av økonomien og ha tett dialog med DL.

HVORDAN

God økonomistyring og kontroll av utgifter. Aktive initiativ til øke inntekter gjennom kampanjer og rekrutteringstiltak samt realistiske priser som følger samfunnets utvikling og etterspørsel. Effektiv ressursbruk. Følge opp medlemskontingent og treningsavgift, se på pris og sammenlignbar virksomhet og søke tilskudd til drift, kompetanseutvikling, prosjekter mm.

4. Merkevarer og kommunikasjon

HVA

Vi er nødt til å bli mer synlige og tydelige på hvem vi er, og de gode verdiene vi står for. Vi vil at potensielle medlemmer skal oppfatte oss som en leverandør av livslang treningsmulighet – her skal glede, kompetanse, kvalitet og ikke minst engasjerte funksjonærer, som bryr seg om nettopp din trening og velvære, være hovedfokus. Det sosiale aspektet ved å være en Friskis må komme tydelig frem i det arbeidet vi gjør. Det er verdt å merke seg at den økonomiske situasjonen gjør at vi har ytterst begrensede midler til markedsbearbeiding, så derfor må all aktivitet være kostnadseffektiv og smart.

HVORFOR

Vi har en stor loyal medlemsmasse, men den er ikke loyal nok og heller ikke stor nok. Vi ser at vi har utfordringer med å tiltrekke oss de yngre, men det er bare et fokusområde vi bør ha – livslang trening innebærer også et fokus i den andre enden av aldersskalaen. Ethvert nytt medlem hos oss, uavhengig av alder, kjønn, etnisitet eller funksjonsevne er gull for oss.

Konkurransesituasjonen for alle aktører som tilbyr trening er beinhard, og vi blir hele tiden målt opp mot alternativene som finnes – hvor både tilgjengelighet, treningsform og ikke minst pris er viktige parametere. Konkurransen i treningsmarkedet er knallhard og flere har betydelig kraftigere økonomiske muskler enn oss – hvilket gir andre en fordel. En av de største utfordringene vi har er at merkevaren Friskis er veldig lite kjent i Norge, både på lokalt og på nasjonalt plan. Vi ønsker å skape en større bevissthet og profesjonalisering rundt vår markedskommunikasjon der potensielle medlemmer settes i fokus.

STRATEGISKE INITIATIVER

- Samarbeid med markedsrådet
- Lage kampanjemateriale egnet for Friskis Bærum
- Tilpasse budskapet til de kanalene vi kan anvende og til de målgruppene vi ønsker å nå
- Optimalisere vår nettside bedre for google-søk for bedre relevans og synlighet

5. Livslang trening

HVA

Begrepet livslang trening blir stadig mer aktualisert, og er noe helsemyndighetene vier stadig større oppmerksomhet. Å holde seg i fysisk god form øker livskvaliteten og bidrar til å holde flere mennesker unna helsevesenet for behandling. For Friskis passer dette som hånd i hanske for hva vi står for, og allerede i dag kan vi si at dette begrepet er gyldig for oss.

HVORDAN

Friskis trenger ikke forandre innretning på hva vi driver med i forhold til Livslang Trening, vi kan bare videreføre det arbeidet vi allerede gjør, men bli enda tydeligere på hvor viktig det er å holde seg i aktivitet når man blir eldre.

STRATEGISKE INITIATIVER

- Bidra i de fora hvor tematikken diskuteres for å synliggjøre vårt tilbud
- Vektlegge Livslang Trening i våre kommunikasjonskanaler