

Strategidokument

Friskis & Svettis

2023-2025

Vår strategi bygger på verdier, retningslinjer og lover utarbeidet og vedtatt i Friskis RIKS 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 2023-2025 er Friskis Norge sitt styringsdokument, men vi er avhengige av at alle klubbene stiller seg bak dette og at vi sammen går i takt – Friskis Norge kan ikke oppfylle målene alene.

Siden toppårene 2009/10 har Friskis opplevd en jevn medlemsnedgang, noe som pandemien ytterligere forsterket, derfor er hovedmål for strategiperioden 2023-2025 er å øke medlemsmassen, slik at vi blir en viktig bidragsyter til folkehelsen hos en større andel av befolkningen i Norge. "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 stadig stigende strømpriser er en utfordring, både for våre klubber, men også for våre medlemmer og potensielle medlemmer. Mye av strategiplanene fra pandemiårene er fortsatt gyldige.

Våre fem strategiske hovedområder for perioden er:



1. Flere må med i Friskis
2. Beholde og rekruttere funksjonærer
3. Merkevere og kommunikasjon
4. Inkludering av flere med nedsatt funksjonsevne
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 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

Medlemsnedgangen vi har opplevd og fortsatt opplever i Friskis vil by på utfordringer i forhold til finansieringen av vår aktivitet. Medlemsnedgangen vil gi mindre tilskudd til Friskis, og det vil kunne bli krevende å opprettholde en administrasjon på dagens nivå. I tillegg vil en svakere økonomisk utvikling også kunne bidra til at idrettslagene ikke vil kunne opprettholde den aktivitet som er ønskelig ut i markedet.

STRATEGISKE INITIATIVER

- Rekruttere en prosjektmedarbeider som skal jobbe med rekruttering
- Etablere et pilotprosjekt med Friskis og Hurdal
- Evaluere piloten når fullført og kopiere dette til ytterligere 2-3 samarbeid med Fleridrettslag
- Søke et samarbeid med DNT om tilrettelagt trening der hvor både de og vi har idrettslag
- Etablere kontakt med studenter i typiske studentbyer
- Etablere kontakt med frisklivssentraler o.l i kommunene for samarbeid
- Etablere kontakt med lokale helseinstitusjoner og miljøer der eldre dominerer
- Etablere kontakt med lege/fysiosentre for å få til et samarbeid om treningsoppfølging
- Legge til rette for mer trening på dagtid for pensjonister



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 mistet over 500 frivillige – det er dramatiske tall. 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. Friskis Norge skal legge til rette for at vi har et solid rammeverk som gjør det lettere og mer inspirerende å være funksjonær, MEN den aller viktigste jobben gjøres lokalt i hver enkelt klubb.

HVORDAN

Som overordnet tiltak skal alle bidra til å gjøre det lettere å være funksjonær i Friskis.

STRATEGISKE INITIATIVER

- Etablere en felles kommunikasjonsplan og rekrutteringsplan til bruk ute i klubbene
- Koble oss på et svensk forum(workplace) for rekruttering, med tips, råd og erfaringsutveksling
- Legge til rette for at økonomi ikke skal være en barriere for utdanning av funksjonærer
- Ta kontakt med tidligere funksjonærer for å reengasjere dem
- 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
- Etablere et forum for samhandling for treningsansvarlige/utdanningsansvarlige i Norge, med støtte og veiledning fra administrasjonen
- Etablere superbrukere på Fitness Player
- 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 motivasjonsturne i løpet av 2023, for å treffe flest mulig funksjonærer.
- Gjennomføre en funksjonærundersøkelse vinteren 22/23
- Gjennomføre digitale styrekurs
- Arrangere FSD24
- Utvikle våre digitale verktøy så de blir enklere å forstå og bruke

3. Merkevaren 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 sentrale midler til markedsbearbeiding, så derfor må all aktivitet være kostnadseffektiv og smart.

HVORFOR

Vi har en stor lojal medlemsmasse, men den er ikke lojal 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 alderskalaen. 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

- Etablere et markedsråd, bestående av medlemmer fra idrettslag og administrasjon
- Lage eget kampanjemateriale der hvor vi ikke kan bruke det som kommer fra RIKS
- Tilpasse budskapet til de kanalene vi kan anvende og til de målgruppene vi ønsker å nå
- Optimalisere våre nettidere bedre for google-søk for bedre relevans og synlighet
- Lage bruksanvisning for annonsering på google
- Lage en årsplan i samarbeid med idrettslagene
- Etablere LinkedIn som kommunikasjonsplattform
- Gjennomføre kursing i bruk av billedbank
- Gjennomføre kursing i bruk av SOME, gjerne med andre særforbund
- Finne og promotere de gode historiene til bruk i lokale medier
- Gjennomføre analyse av om sentral drift av nettsider for det generiske innholdet
- I større grad delta på arrangementer som gir synlighet for Friskis (Pride, etc.)

4. Inkludering av flere med nedsatt funksjonsevne

HVA

Parastrategien til NIF tar vi helhjertet til oss, og det er og skal være et viktig område for Friskis. Vi prioriterer at idrettslagene får best mulig vilkår til å drive aktivitet for alle grupper i alle aldre uavhengig av funksjonsnivå. Vi anerkjenner NIFs parastrategi «En idrett – like muligheter for alle».

HVORDAN

Friskis skal fortsette arbeidet med å legge til rette for at alle skal ha like muligheter for deltagelse, utvikling og mestring i idretten og i strategiperioden skal vi satse videre på Enkeljympa, samt legge til rette for trening for yngre med nedsatt fysisk funksjonsevne.

STRATEGISKE INITIATIVER

- Øke antall idrettslag som tilbyr Enkeljympa
- Etablere prosjektet «Sterkere med Friskis» for ungdom med nedsatt fysisk funksjonsevne i Oslo, Bærum, Fredrikstad og Lillehammer

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

- Gjennom SFF (Særforbundenes Fellesorganisasjon) bli en tydelig stemme i denne sammenheng
- Aktivt arbeide opp mot NIF for å synliggjøre vår ikke kommersielle konkurransefrie modell
- Bidra i de fora hvor tematikken diskuteres for å synliggjøre vårt tilbud
- Vektlegge Livslang Trening i våre kommunikasjonskanaler