

# ORDFÖRANDEKONFERENS 2023



# HUR PÅVERKAR OMVÄRLDEN OSS?

## HUR PÅVERKAR OMVÄRLDEN VÅRA RESPEKTIVE UPPDRAG?

Ekonomiska förutsättningar

Kärnverksamhet vs samhällsnytta

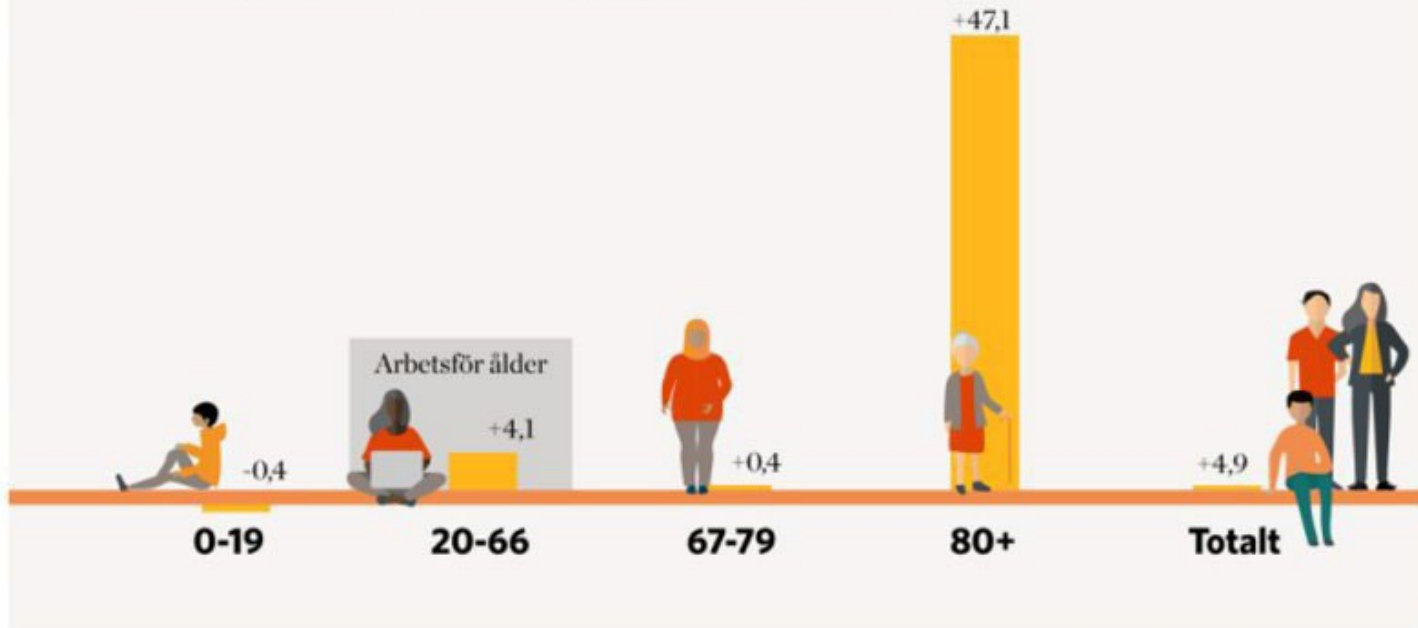
Förväntningar från samhället

Förväntningar från orienterare



# BEFOLKNINGSFÖRÄNDRINGAR

Förändringar i procent i olika åldersgrupper, år 2031 jämfört med 2021.



# MÅLGRUPPEN VUXNA

## Ny befolkningsmix

- Vi lever längre och gruppen pensionärer blir fler och förväntas utgöra 25 % av befolkningen i mitten av 2020-talet. Andelen 65+ var 2022 20,4 % (Källa: SCB) De äldre håller sig friskare
- Andelen med utländsk bakgrund ökar. År 2012 hade 15 % av befolkningen utländsk bakgrund. I slutet av 2022 var andelen utrikes födda 20 % (Källa:SCB)
- Möjligheter att idrotta i traditionella former kommer att minska i områden som förtätas. Brist på anläggningar i förtätade områden kräver uppfinningsrikedom för att skapa aktiviteter.
- Utflyttning från landsbygden/mindre städer av framför allt yngre gör konkurrensen hårdare om de som finns kvar.

## Ökad individualisering

- Idrottens fokus på tävlingsinriktade aktiviteter gör att många väljer andra former. En större andel tränar i egen regi.
- Föreningar som kan stärka individens personliga varumärke blir framgångsrika. Många har dock en önskan om att idrotta i förening men utbudet av flexibla aktiviteter saknas.
- Lojaliteten mellan medlemmen och organisationen blir svagare. Föreningsdemokratin behöver utvecklas för att ge möjlighet till tydligare medlemspåverkan och ökat engagemang.

# MÅLGRUPPEN VUXNA

## Ökad kommersialisering

- Gränserna mellan ideell, privat och offentlig sektor blir allt suddigare. Ideella sektorn blir mer konkurrensutsatt men förväntas bidra till att lösa olika utmaningar i samhället.
- Medlemskapet uppfattas ofta som en kundrelation.
- Professionaliseringen i föreningslivet ökar. Anställda spelar en större roll i organisationen.
- Risken är att ökad kommersialisering/professionalisering ger ökade kostnader och att alla inte har råd att idrotta.

## Ökat behov av att se och synas

- Tydligt kommunicerad verksamhet behövs för att märkas i bruset.
- Det blir viktigare med dialog än information. Levande mötesplatser både fysiskt och digitalt spelar roll för människors möjlighet att interagera. Nya kommunikationsformer som underlättar delaktighet efterfrågas.
- Idrott som mål eller medel? Det är viktigt att balansera egenvärdet mot nyttoperspektivet.
- Unga som upplever delaktighet efterfrågan mer delaktighet.



## VINNANDE KONCEPT...

- Flexibelt, tillgängligt, modernt och trendigt
- Lätt att utöva, när du vill, kan själv bestämma frekvens och intensitet, effekt på hälsan
- Individuellt
- Liten tävlingslogik
- Inslag av gamification



## DET HÄR ÄR GENERATION Z

- Födda från andra halvan av 1990-talet och framåt
- Familjen framför allt – tycker bra om att umgås med sina föräldrar
- Mindre ute på stan, mer plugg, Netflix och gaming
- Ökat hälsointresse – den starkaste identitetsnormen bland unga idag
- Ökad ohälsa – vardagsmotionen minskar
- Trygghet och kontrollbehov – innehållsförteckningar, prisjämförelser, klimatavtryck, dyster syn på framtiden
- Större möjligheter att påverka – större intresse för politik
- Mer olika varandra än någonsin – större utbud = mer fragmentering



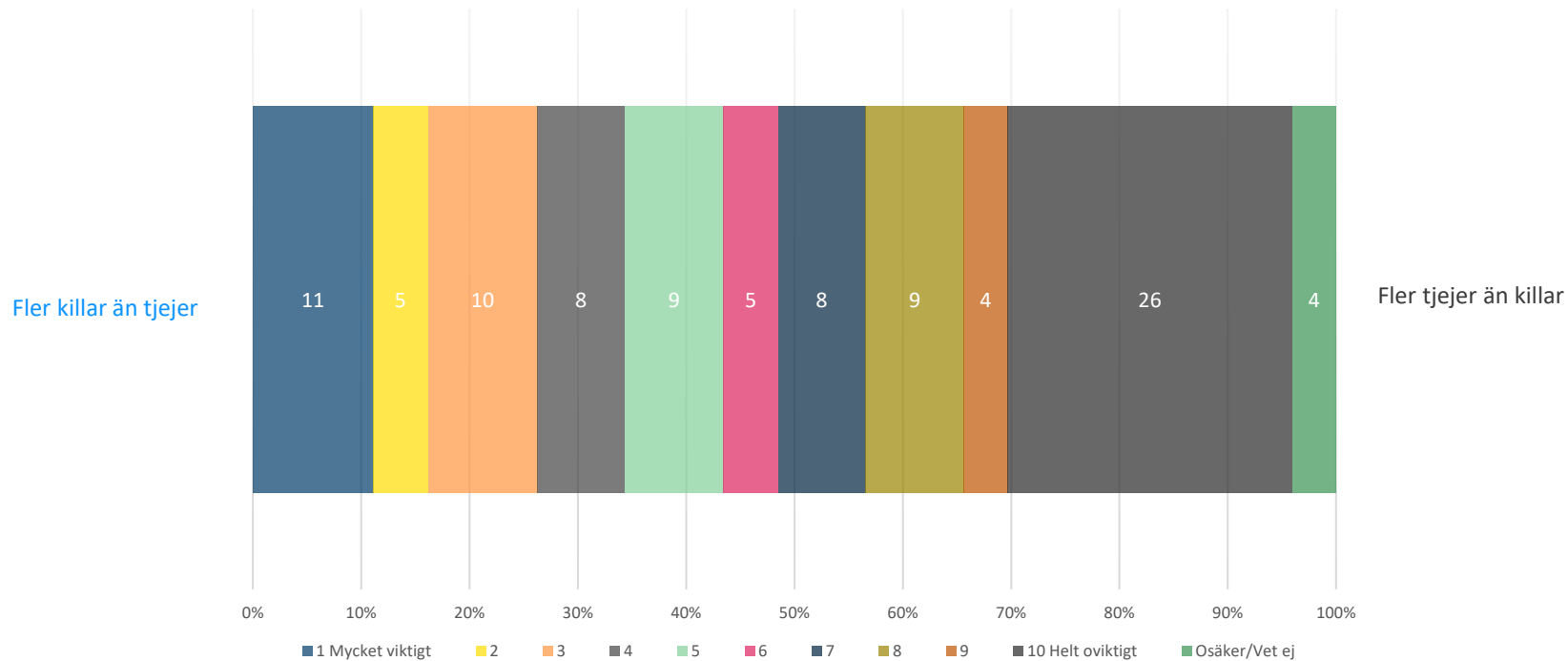
## GENERATION Z – TRÄNING- OCH MOTIONS SVANOR

- De som tränar mycket tränar mer
- De som tränar ofta, ”i princip varje dag”, kommer oftare från familjer med god ekonomi, allt färre med sämre familjeekonomi tränar i förening
- Börjar idrotta för att det är kul men fortsätter för att de mår bra (det lustfylld är en drivkraft)....
- .... och slutar när skola och jobb kräver mer fokus ....
- .... och andra slutar för att de helt enkelt kommer av sig med träningen
- Svårt för föreningsidrotten att fånga och behålla ungas intresse, allt färre tränar i föreningsregi och på egen hand
- Allt fler tränar i privat regi
- Ju äldre de blir desto färre tränar i föreningsregi, tydligt brytpunkt runt 16 år
- Att må bra och hålla kroppen i trim är den viktigaste drivkraften
- Killar har i större utsträckning än tjejer tävling som drivkraft
- Tävling ska innebära att både utmana sig själv och tävla mot andra
- Intresset för att tävla sjunker allmänt och med stigande ålder

## GENERATION Z – ENGAGEMANG I FÖRENING

- Föreningsidrottande ungdomar har större intresse för engagemang
- Engagemang tar sig olika uttryck
- Att vara insatt och påläst eller agera, påverka och inspirera andra
- Vill hjälpa till men inte låsa upp sig
- 7 av 10 unga som tränar i förening har blivit tillfrågade om att engagera sig
- Fler tjejer än killar har blivit tillfrågade
- Vanligast att engagera sig som tränare, mindre vanligt i styrelsen
- Att få frågan påverkar ungas engagemang

## SYNEN PÅ TÄVLANDE ÄR SPLITTRAD



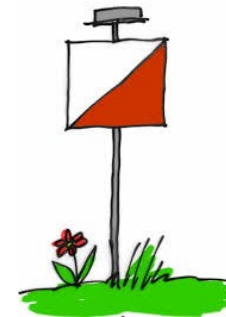
Källa:  
 Ungdomsbarometern 2019  
 Ungdom 15-24 år  
 "Hur viktigt är tävlande för dig i ditt idrottsutövande"

## DE VANLIGASTE ORSAKERNA TILL AVHOPP

- > Skola/jobb tar tid
- > Skador
- > Tröttnade på aktiviteten
- > Hittade andra intressen
- > Flyttade till annan ort
- > Det blev för dyrt
- > Det gick dåligt, presterade sämre tävlingsresultat
- > Kraven på prestation blev för stora
- > Kompisar slutade
- > Fick en ny tränare

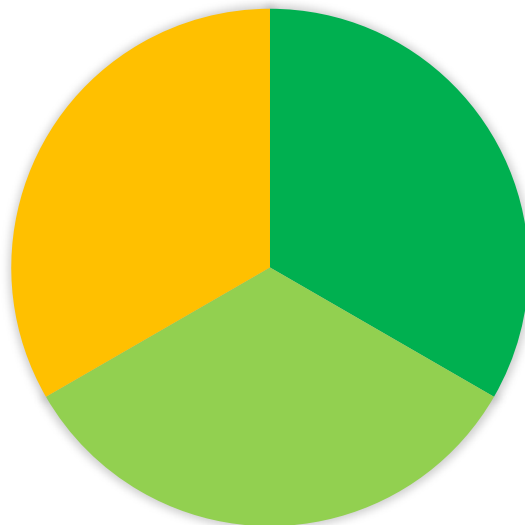


- > Prioriterar studier, har inte tid
- > Skador, ohälsa
- > Tappade intresset
- > Valde annan idrott/aktivitet
- > Flyttade till annan ort
- > Det blev för dyrt
- > Det blev för svårt
- > Fick inte tillräckligt bra resultat
- > Saknar kompisar
- > Vill inte tävla



## STANNA KVAR – VAD BEHÖVER GÖRAS?

**Tävlar lite, 1-3 tävlingar per år**  
Kompisar  
Minska trycket att tävla



**Tävlar mellan, 4-10 tävlingar per år**

Kompisar  
Mer läger  
Beroende av föräldrar  
Bra träningar  
Minska trycket att tävla

**Tävlar mycket, 11 eller fler tävlingar per år**  
Kompisar  
Mer läger  
Mer tävlingar

Källa:  
Barns tävlande, SOFT 2018

HELA STUIDEN

# MÄNNISKORS BEHOV AV FÖRENINGAR ALLT MINDRE UPPENBART

## TIDLÖSA BEHOV

Gemenskap

Lärande

Vara del av något större

Skapande

Samla och dela resurser

## ALTERNATIV TILL FÖRENINGSLIV

Sociala medier, restauranger, bio mm.

Skola, studier, 1 miljon lärare online

Klick-aktivism, nätverk av gelikar, gaming

God levnadsstandard, betala för  
aktiviteter, kommunal service



# NÄR DU TÄNKER PÅ AKTIVITETERNA DU JUST HAR VALT, VILKA SKULLE GENERELLT SETT VARA DE PRIMÄRA ÄNDAMÅLEN FÖR ATT DU SKULLE DELTA I DE AKTIVITETERNA? ATT...

**43%**

Lära mig något nytt

**37%**

Göra mer av det jag tycker om

**35%**

Delta i en gemenskap/  
umgås med människor

**30%**

Lära känna nya  
människor

**28%**

Delta i aktiviteter som är  
meningsskapande för  
mig

**13%**

Göra något för andra

## FYRA FRAMGÅNGSFAKTORER FÖR FÖRENINGSLIV

Vi behöver kunna förklara hur vi och den engagerade skapar värde

Vi behöver kunna inkludera **alla** som kan engagera sig

Vi behöver ge uppdrag anpassade till personen

Vi behöver ha rätt balans mellan process och resultat

**HUR BLIR VI BÄTTRE TILLSAMMANS?**



## HUR BLIR VI BÄTTRE TILLSAMMANS?

Kompassriktning 2030

Vilka utmaningar och möjligheter har distrikt och klubbar?

Hur kan vi göra idag för att utmaningarna ska minska och för att vi ska ta tillvara på möjligheterna?



# SVENSK ORIENTERING - FÖR ALLA HELA LIVET

Flera och  
mera

Världens  
bästa landslag

Individutveckling

Ledarutveckling

Evenemangsutveckling

Kommunikation

Digitalisering

Hållbarhet

För att svensk orientering ska nå de övergripande målen att bli flera och mera och att vara världens bästa landslag delar vi in vårt arbete i sex verksamhetsområden vilka tillsammans förverkligar verksamhetsidén och strävar mot visionen.

Tre verksamhetsområden är idrottspecifika och tre verksamhetsområden möjliggör att kunna arbeta med utveckling.



## FÖR ETT ÅR SEN – STÄMMER DET IDAG?

- Distrikten upplever ibland att OF:s roll är **otydlig**
- **Stor variation** i distriktens storlek, förutsättningar och aktivitetsutbud
- Svårt att **rekrytera förtroendevalda** till OF-nivån
- Olika OF har olika förmåga att ge ett **likvärdigt stöd** till föreningar
- Varierande möjlighet att **interagera** med SOFT
- Många OF fokuserar på **tävlingsverksamheten**
- **Svag koppling** mellan svensk orienterings vision och mål och resultatet av OF:s verksamhet.
- OF har svårare att **nå effekt** inom områden som exempelvis utbildning, marktillgång, inkludering, jämställdhet, bredd och motion.
- Svårt att få kraft att **följa upp** och se vilka **resultat som uppnås** i förhållande till eventuella mål.



## HUR BLIR VI BÄTTRE TILLSAMMANS?

- Vad tänker ni?
- Diskussion

