



# Vansinnigt viktiga vägval!

# FRAMTIDENS IDROTTS- FÖRENING



Arbetsmaterial till din idrottsförening  
**Sätt framtiden på dagordningen!**  
Annars kommer någon annan att sätta dig,  
din idrott och din förening på sin dagordning.



**Sätt framtiden på dagordningen. Annars kommer någon annan att sätta dig, din idrott och din förening på sin dagordning.**

Genom att aktivt och medvetet ta fram ett antal strategier för att möta olika tänkbara framtider, ökar chansen att vara rätt föreberedd för det som inträffar. En annan viktig poäng med att sätta framtiden på dagordningen är medvetenheten om att en framgångsrik förening har förmågan att leva i takt med sin tid och istället för att låta sig förekommas, förekommer den.



Föreningens namn \_\_\_\_\_

Adress \_\_\_\_\_

Postnr \_\_\_\_\_ Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-post \_\_\_\_\_

Hemsida \_\_\_\_\_

# Välkommen som deltagare i en lärgrupp!

## Lärgrupp är en del i din förenings utvecklingsarbete i samverkan med RF-SISU.

### Vad är en lärgrupp?

Viljan att lära och nyfikenheten att upptäcka tillsammans är det som kännetecknar lärgruppen. I en idrottsförening finns det mycket som är bra att känna till och lära sig mer om. En hel del som inte har med själva träningen att göra. Det kan handla om *hur en bra ledare ska vara, vad som är bra att äta när man tränar* eller *hur man skapar delaktighet och ökar engagemanget i föreningen*.

När ni har bestämt er för vilket ämne som just ni vill prata om är det dags att starta en lärgrupp. Lärgruppen är bra när man vill få igång ett samtal och öppna upp för utbyte av erfarenheter, olika perspektiv och upplevelser.

### Lärgruppen och lärande material

I lärgruppen kan man ta hjälp av material från RF-SISU i det ämne som man vill prata och lära mer om. Det kan till exempel vara böcker, filmer, poddar, dialogdukar eller varför inte tidningsartiklar. I lärgruppen finns ingen uttalad expert utan alla bidrar med kunskap och sina erfarenheter.

### Lärgruppen och lärgruppsplanen

En lärgruppsplan är ett stöd till lärgruppsledaren eller utbildningsansvarig i föreningen. Även om alla i en lärgrupp förväntas delta aktivt behöver någon ta på sig ledartröjan. Vi kallar denna någon för lärgruppsledare. I en lärgrupp kan till exempel föreningsledare, föräldrar eller aktiva i föreningen vara deltagare. I lärgruppsplanen finns frågor som underlättar för er när ni ska komma igång med ert samtal och reflektera utifrån ett ämne. Ett ämne som just ni har valt med koppling till er idrott och verksamhet i föreningen. Ni bestämmer sedan hur er lärgrupp ska genomföras. Hur, när och var ni ska träffas och vad ni vill samtala om.

### Regler för att genomföra en lärgrupp

Om en lärgrupp ska godkännas som bidragsberättigad verksamhet i er förening gäller följande: Den måste pågå under minst 3 utbildningstimmar. En utbildningstimme = 45 minuter. Det går att dela upp denna tid på fler tillfällen, till exempel 2 x 1.5 utbildningstimme. Det måste vara minst 3 deltagare. Deltagarna måste vara minst 13 år. Avsteg kan göras och låta deltagare från 7 år vara med. En förutsättning då är att lärgruppen är anpassad för just denna grupp.

### Så här anmäler du er lärgrupp

Logga in i IdrottOnline (från föreningens IdrottOnline-hemsida). Gå till "Utbildning" > Gå till "Anmälan" och välj "Lärgrupp". Under fältet "Studieplan" väljer du aktuellt namn för den lärgruppsplan ni jobbar med. Fyll i de övriga fält som hör till er planering av lärgrupp.

#### TIPS!

Hör av dig till en idrottskonsulent på ditt RF-SISU distrikt om det verkar krångligt eller om du inte förstår. Då får du hjälp med allt kring vad en lärgrupp och lärgruppsplan är och hur man gör. Enklare än så kan det inte bli.

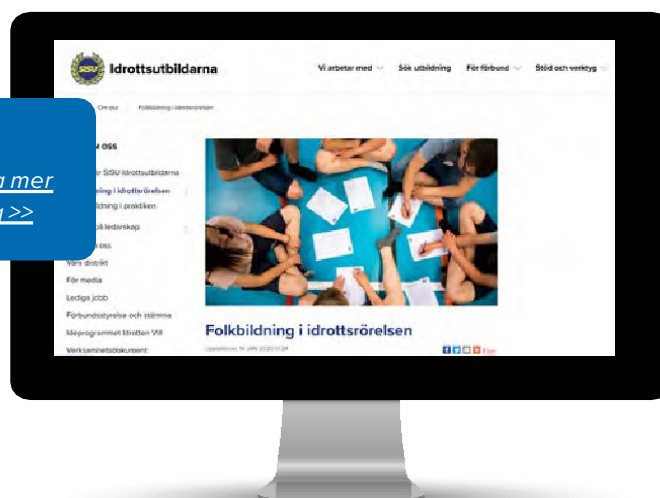


## Lärgrupp är folkbildning, men vad är folkbildning?

Folkbildning är en form av lärande där deltagarna själva bestämmer vad de vill lära och veta mer om. I folkbildningen är mötet mellan människor och att lära av varandra genom samtal det viktigaste. Folkbildning utgår ifrån frivillighet, lust att delta, närhet och tillgänglighet. Perfekt för alla i en förening.

### TIPS!

[Här kan du läsa mer om folkbildning >>](#)



## Berätta att ni gör det här tillsammans med RF-SISU

Det är viktigt att alla i din förening som deltar i RF-SISU:s folkbildningsverksamhet känner till att den genomförs tillsammans med just RF-SISU. Det är viktigt då det handlar om att säkerställa att din förening fortsatt ska kunna ta del av de resurser som RF-SISU har för att genomföra folkbildning i förening (läs mer nedan). Så, berätta gärna för alla i föreningen att ni gör det här tillsammans med RF-SISU.

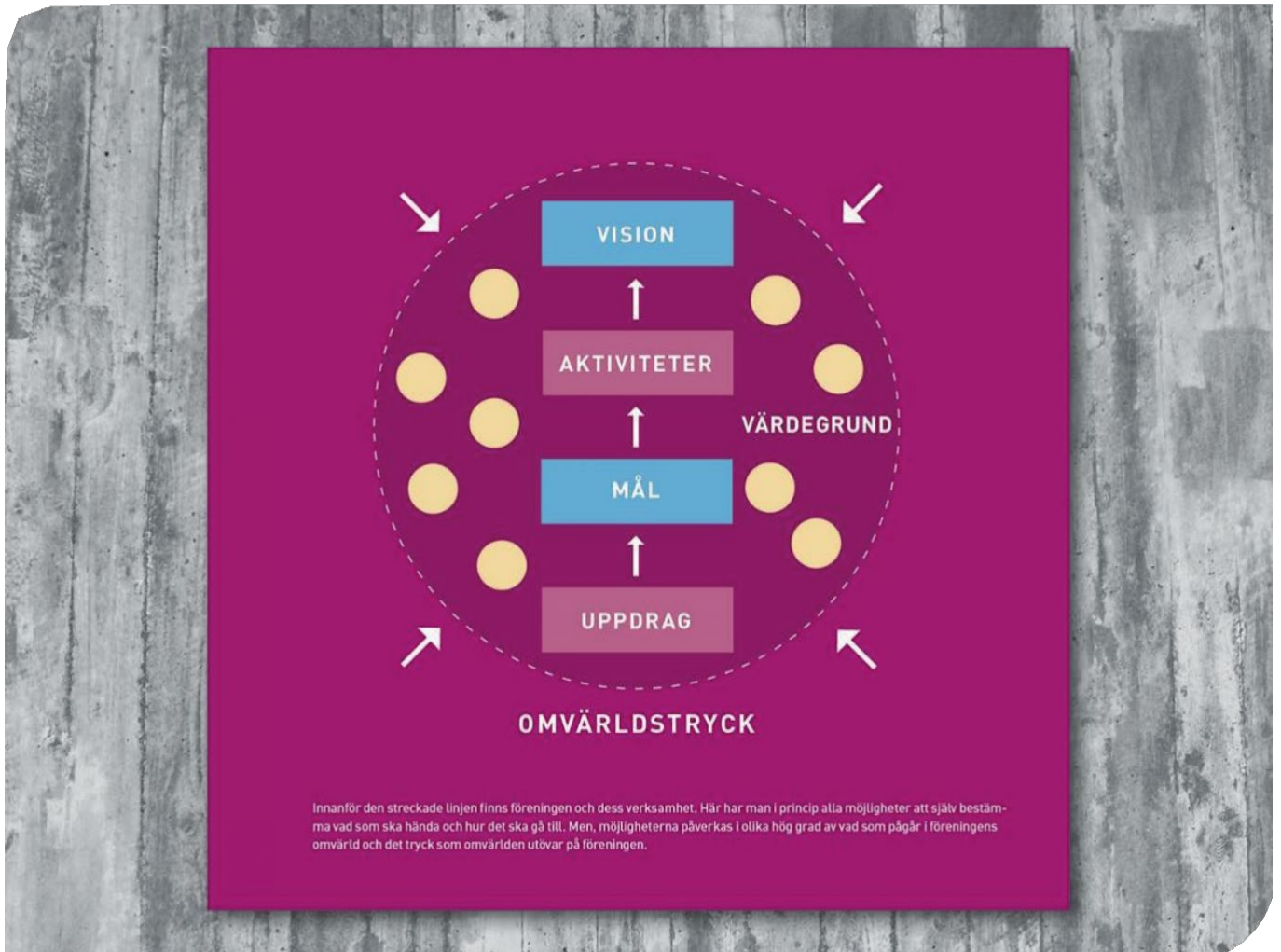
## RF-SISU distriktet – en resurs för såväl lärgrupp som föreningsutveckling

RF-SISU distriktet är SISU Idrottsutbildarnas och Riksidrottsförbundets regionala och lokala organisationer. Vi delar gärna med oss av erfarenheter, ger stöd och kraft till utvecklingsarbetet i just din förening. Ett samarbete som ni har både nytta och glädje av. För genomförandet av en lärgrupp kan till exempel RF-SISU distriktet genom folkbildningsanslaget bidra med visst stöd. Det kan handla om att ta kostnader för material, hyrd lokal, studiebesök, expertmedverkan med mera.

Kontakta oss på [RF-SISU](#), så berättar vi mer om hur ett samarbete kan gå till.



# Omvärldsspaning



Innanför den streckade linjen finns föreningen och dess verksamhet. Här har man i princip alla möjligheter att själv bestämma vad som ska hända och hur det ska gå till. Men, möjligheterna påverkas i olika hög grad av vad som pågår i föreningens omvärld och det tryck som omvärlden utövar på föreningen.

## Hur påverkas vår förening av det som händer i samhället?

---



---



---



---



---



---



---



---

# Fyra metatrender

## 1 En ökad kommersialisering

Krav och förväntningar, såväl inom som utom förening-en, på saker som produktivitet, kostnadseffektivitet, leverans, måluppfyllelse, resursoptimering, kvartalsrapporter, kundmedvetenhet och resultatfokus, är några tecken på den ökade kommersialiseringen. Inte minst genom språkbruket tar logiken från det kommersiella alltmer plats i den verklighet som hittills betecknats som ideell.

Exempelvis erbjuder fler och fler företag aktiviteter, tjänster och produkter som tidigare till allra största delen erbjöds och utfördes inom ramen för den ideella idrottsföreningen.

Allt fler föreningar lever och verkar dessutom som om de vore vilket företag som helst, och medlemmarna tenderar att alltmer uppfatta sig själva som kunder i föreningen. Detta, i kombination med en "värld" som alltmer marknadsanpassas, gör att kommersialiseringstrenden inom fler och fler områden ökar.

## 2 En ökad individualisering i kollektivet

Att förverkliga sig själv har länge varit viktigt. Inte minst i vår materiellt relativt välmående västvärld. Trenden nu är att "Jaget" tar allt större plats. Vad som driver vad är inte lätt att avgöra alla gånger. Men, vi kan konstatera att möjligheterna att individanpassa (i stort sett allting) ökar.

I dag kan du designa dina egna skor, du mer eller mindre tvingas individanpassa saker som telefon, allehanda abonnemang (TV eller internet) liksom du gör och förvänas göra en rad individanpassade val när det gäller skola, vård, omsorg. Ska du åka tåg, buss eller flyg ska du individanpassa din biljett. Ska du köpa en cykel, en moped eller en bil står du inför en rad olika val som bidrar till att frivilligt och/ eller ofrivilligt, medvetet och/ eller omedvetet därmed också bygger bilden av dig – ditt varumärke.

En paradox i sammanhanget är att när "alla" ska sticka ut, när "alla" ska vara unika och när "alla" ska bygga sina varumärken blir det till slut svårt att veta vad som skiljer den ena från den andra.

## 3 Ett ökat behov av att se och synas

Denna metatrend hänger nära ihop med den förra. När allt fler gör allt mer för att ta plats på olika scener ökar behovet av att se och synas. Det ökar trycket att vara på rätt plats vid rätt tillfälle.

I takt med fler och snabbare kommunikationsmöjligheter ställs det allt högre krav på idrottsföreningen att vara tillgänglig i så gott som alla kanaler och på alla arenor när den vill nå ut med sin verksamhet.

En annan sida av denna metatrend handlar om delvis nya, delvis utvecklade kommunikationsmönster.

Mycket av dagens kommunikation bygger på dialog och inter-aktion. Kommunikation betyder dessutom "att göra gemensamt" i en tid av "marknadisering" och ökad kommersialisering ökar trycket på bland annat idrottens föreningsliv att agera som övriga aktörer på marknaden för idrott och hälsa. Men det handlar också om att det som på olika sätt och i olika medier sägs mellan konsument, medlemmar, föräldrar, beslutsfattare och andra intressenter, är minst lika viktigt, om inte viktigare, än det som den som vill nå ut med ett visst budskap själv kommunicerar.

## 4 En befolkningssammansättning i förändring

Vi har hört det ett tag nu – att vi håller oss friskare allt högre upp i åldrarna och trenden fortsätter att vara strak. Medellivslängden ökar i hela västvärlden (och i stora delar av övriga världen). Den befolkningspyramid som lärdes ut i skolorna för en generation sedan, ser annorlunda ut i dag och imorgon.

En annan pågående trend inom denna metatrend är att sammansättningen av befolkningen blir alltmer mångfacetterad och mångsidig – det vill säga både mer nyanserad och mer kompetent i form av att fler kunskaper och erfarenheter tillkommer. Världen krymper. Dels därför att det blir möjligt för allt fler att röra på sig och bege sig dit man vill för att utveckla sig själv, och dels för att människor frivilligt tvingas röra på sig, till exempel fly från krig och förföljelse.

Oavsett skäl på verkar detta vilka värden, vilka erfarenheter och vilka kunskaper medlemmarna i ett samhälle har och utvecklar. Det vi tidigare har tagit för givet i en mindre mångfacetterad och mångsidig befolkningssammansättning, är inte lika givet längre.



# Tio undertrender

Stor blir större,  
mindre blir mindre,  
sid 88

Ökade krav på  
service, resultat  
och effektivitet,  
sid 40

Bättre än bra,  
sid 59

Kommersialisering  
på alla spelplaner,  
sid 32

Ny befolkningsmix,  
sid 76

Att vara medlem  
eller att icke  
vara medlem  
– det är frågan,  
sid 47

Idrottens dubbel-  
kommando,  
sid 71

Jakten på självets  
förverkligande,  
sid 54

Syns du inte,  
finns du inte,  
sid 64

Så mycket bättre...  
sid 87

## Länktips!

Film Framtidens idrottsförening - vansinnigt viktiga vägval: [www.youtube.com/watch?v=tv8FbgTe2Ms](http://www.youtube.com/watch?v=tv8FbgTe2Ms)

Föreningsutveckling: [www.sisuidrottsutbildarna.se/Viarbetarmed/foreningsutveckling/](http://www.sisuidrottsutbildarna.se/Viarbetarmed/foreningsutveckling/)

---

---

---

---



# Vald trend

Varför har vi valt trenden?

---

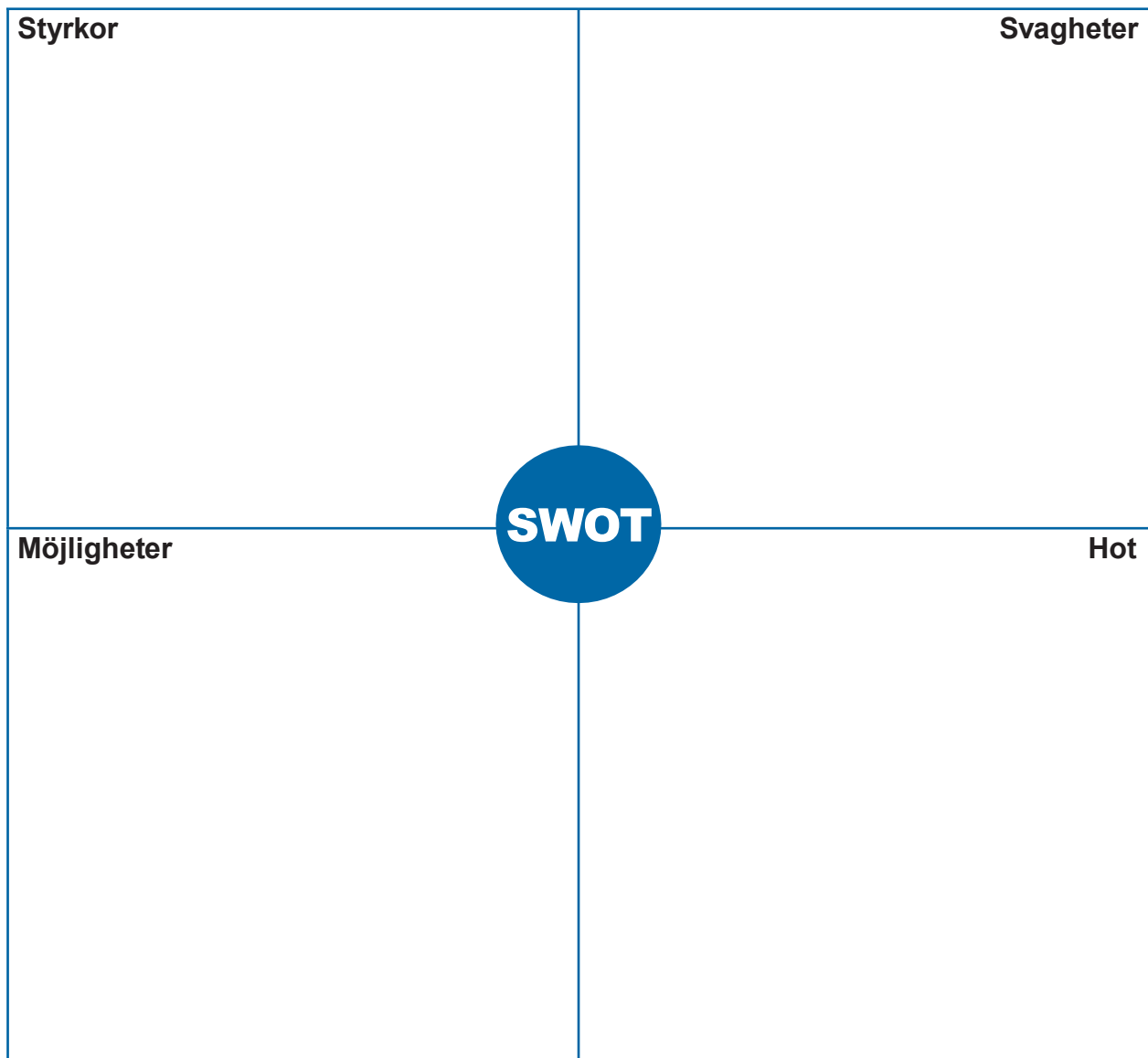
---

---

---

Analysera er förening utifrån vald trend

...sett inifrån  
föreningen







# Områden att utveckla

En beskrivning av vem eller vilka som ska utföra åtgärder, handlingar och aktiviteter, när det ska göras samt var och kanske hur det ska göras.

Hur går vi vidare?

Strategi: \_\_\_\_\_

Någon ska... (vem/vilka?)	Vid detta tillfälle... (när?)	På detta sätt... (hur?)	På denna plats... (var?)



**Sätter idéer i rörelse**

[www.rfsisu.se](http://www.rfsisu.se)

