



Illustration udlånt af Center for Idræt og Arkitektur

Svæveflyvning i udviklingens tegn

Fastholdelse og medlemsrekruttering

Peter Forsberg
Analytiker

Idrættens Analyseinstitut
Play The Game,
Videncenter for Folkeoplysning

Tlf.: 4088 5279
e-mail: peter.forsberg@idan.dk



Lørdag d. 26/11 2011

Breddearbejde i DSVU.

DSVU's reetablerede breddeudvalg, bestående af Bent Karlson, HB, Claus Nedergård Jakobsen (Vejle) Kurt Christensen (Nordsjælland), Lars Jensen, (Århus) og fra administrationen Udviklingskonsulent Rolf Grostøl havde programsat et gruppearbejde omkring breddearbejde. Grupperne blev forelagt en række spørgsmål omkring medlemspleje, medlemsudvikling, medlemstilgang – og forslag til breddeudvalgets fremtidige indsatsområder.

Der blev diskuteret ihærdigt og indlevende i grupperne, og afslutningsvist forelagde grupperne deres konklusioner / forslag.

Hvad gør du for at dine medlemmer er glade	Hvad skal der til for at medlemmer, der udvikler sig i forskellig retning, stadig vil kunne få deres forventninger indfriet	Hvad skal der til for at skabe fornøjelse og medlemstilgang	Hvad kan breddeudvalget gøre for dine medlemmer
- Handlingsplaner - Synliggørelse af resultater - Involvere medlemmerne - Gode ledere - Prioriteret flytåde - Flåte rate kontingent - Sommerlejr ekspeditioner. - Den gode tone - Fællesprojekter - Imødekommenhed - Mål og Målopfølgelse - Forventningsafstemning - Succesoplevelser - Fjerne bøv - Åbenhed (nedbryde gruppering) - Sig tak / anerkendelse - Ånd / kultur i klubben - Fester - Med på 2-sædet - Gode flyveoplevelser - Tilbud - At tingene fungerer (materiel, org. Alternative oplevelser)	- Aktiviteter der tilgodeser - Hyggeflyver - Stræk - Konkurrenceflyvning - Kunstflyvning - TMG - Familie og børn - Forskellige kontingentsystemer - Alsidighed - Klubkultur - Erkende og acceptere medlemmernes forskellige behov - Hjælp og udnyt hvad andre klubber kan tilbyde - Rummelighed: Forhold i ens liv betyder forskelligt aktivitetsniveau - Det rigtige materiel - Mange gode flyvedage	- Kigge på andre unioner og forbund. - Involvere nye/unge i udvikling af tilbud - Starte i grupper - PR, men ... - Involvere familien - Se på tidsaspektet ved sporten. - Nogen har penge – nogen har tid - Synlighed - A: udstillinger – unge viser frem. - B: Blive skarpe på den målgruppe vi henvender os til. - Lyt til nye medlemmer, info, hjælp dem på vej. - Hjemmeside - Løbende kontakt til elever - Exit polls og analyse - Personlig snak	- Skabe en kritisk masse på tværs af klubber - Prøve forskellige instruktører - Oplevelser - Mennesker tiltrækker mennesker - Igangsætte emner - Værktøjsskabe for klubber - Imagepleje - Svæveflyverkonference for alle - Case story - Erfaringsudveksling - Coaching/Ledelse - Regionsaktiviteter - Viden om folkeoplysning mv. - Inspiration på dovudk - Mere information til klubber og om kurser og tilbud

Den gode nyhed:

I har allerede svarene



Kilde:

Formandsmøde

Dalum 25.-26. november, 2011



Trygve Buch Laub

Danskernes motions- og sportsvaner 2011

Grundrapport

IDRÆTTENS ANALYSEINSTITUT

Den knap så gode nyhed:

I befinder jer på et marked
i vækst.

Især på udbudssiden
er der mange tilbud for voksne

Download
(gratis) på
www.idan.dk

Er der
plads til
svæve-
flyvning



Hvad er typer?

- En **forsimpling** af virkeligheden i en række arketyper, som i **hovedpunkter** beskriver de aktive, som man vil/henvender sig til
- Formålet er at lave **tilbud til de enkelte typer** – for typer inden for samme aktivitet – kan variere meget
- En måde at komme rundt om **hovedparten af de aktive/potentielle aktive**, uden at glemme væsentlige grupper (potentialer)

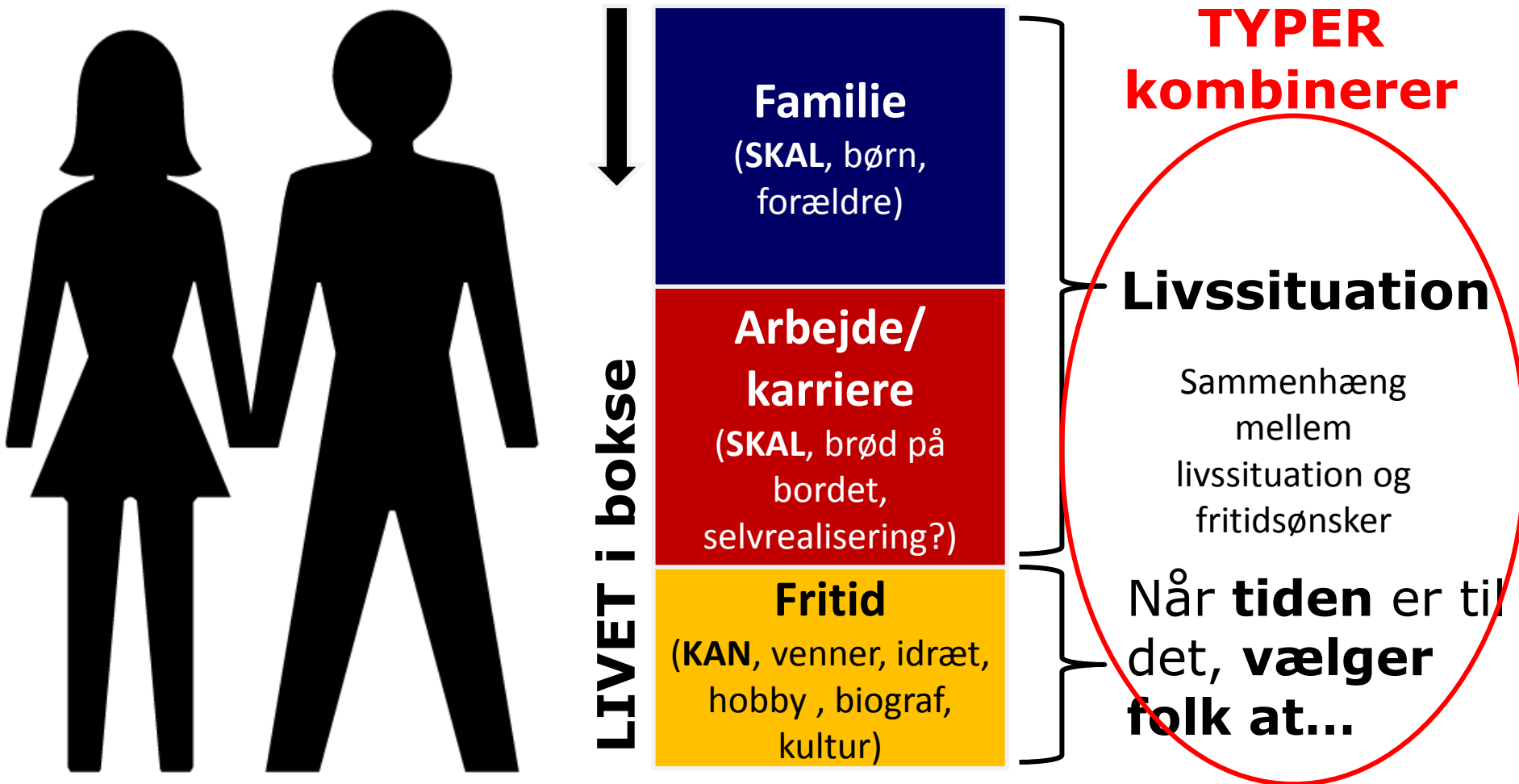
Hvordan?

Grundstene...

- **Livssituation**
(barrierer)
- **Ønsker/behov**
(typer)
- **Konkrete tilbud**
(og kommunikation)

Hvorfor typer?

I befinder jer på et marked med mange muligheder

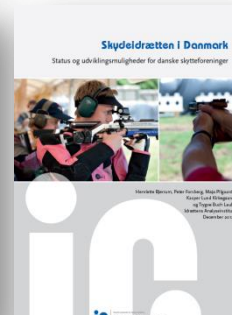
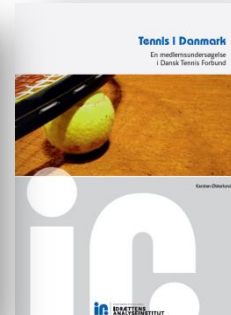
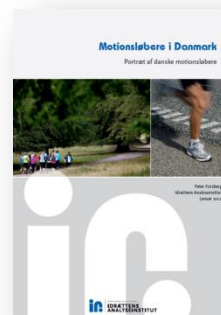


Dagens program

1 Lidt om idrætsdeltagelse
(fritidsliv, livssituation)



2 Udøvertyper i idrætten
(skræddersyede tilbud)



3 Hvad kan Dansk Svæveflyver Union gøre?
(I er allerede i gang)

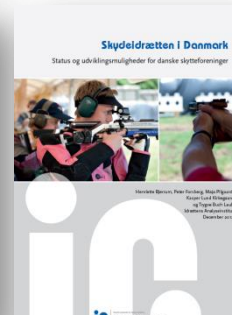
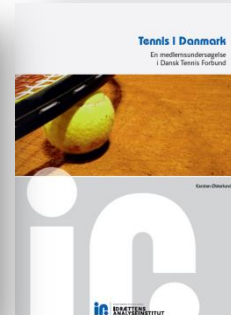
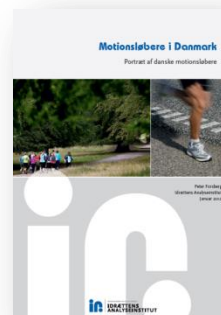


Dagens program

1 Lidt om idrætsdeltagelse (fritidsliv, livssituation)



2 Udøvertyper i idrætten (skræddersyede tilbud)



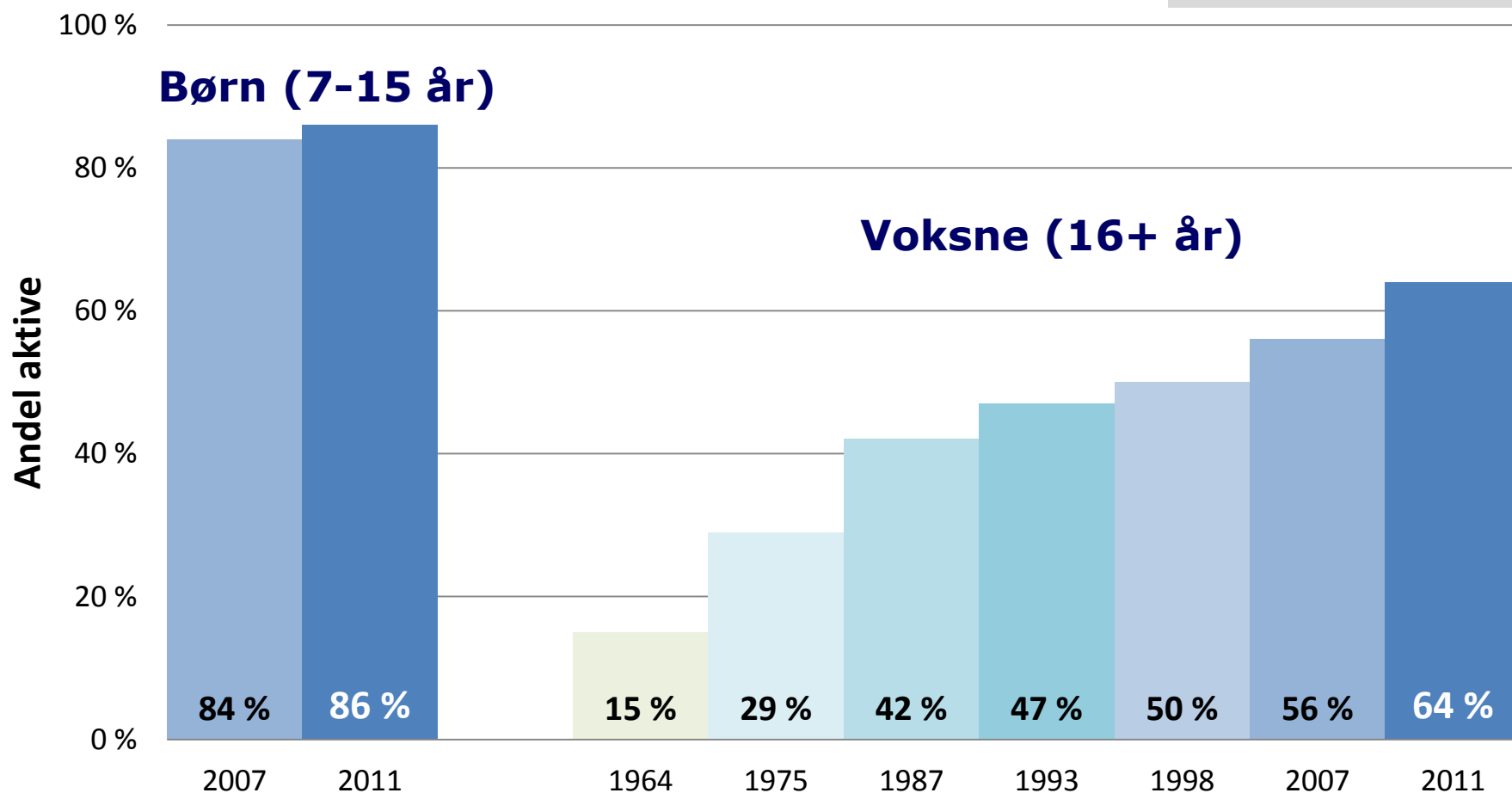
3 Hvad kan Dansk Svæveflyver Union gøre? (I er allerede i gang)



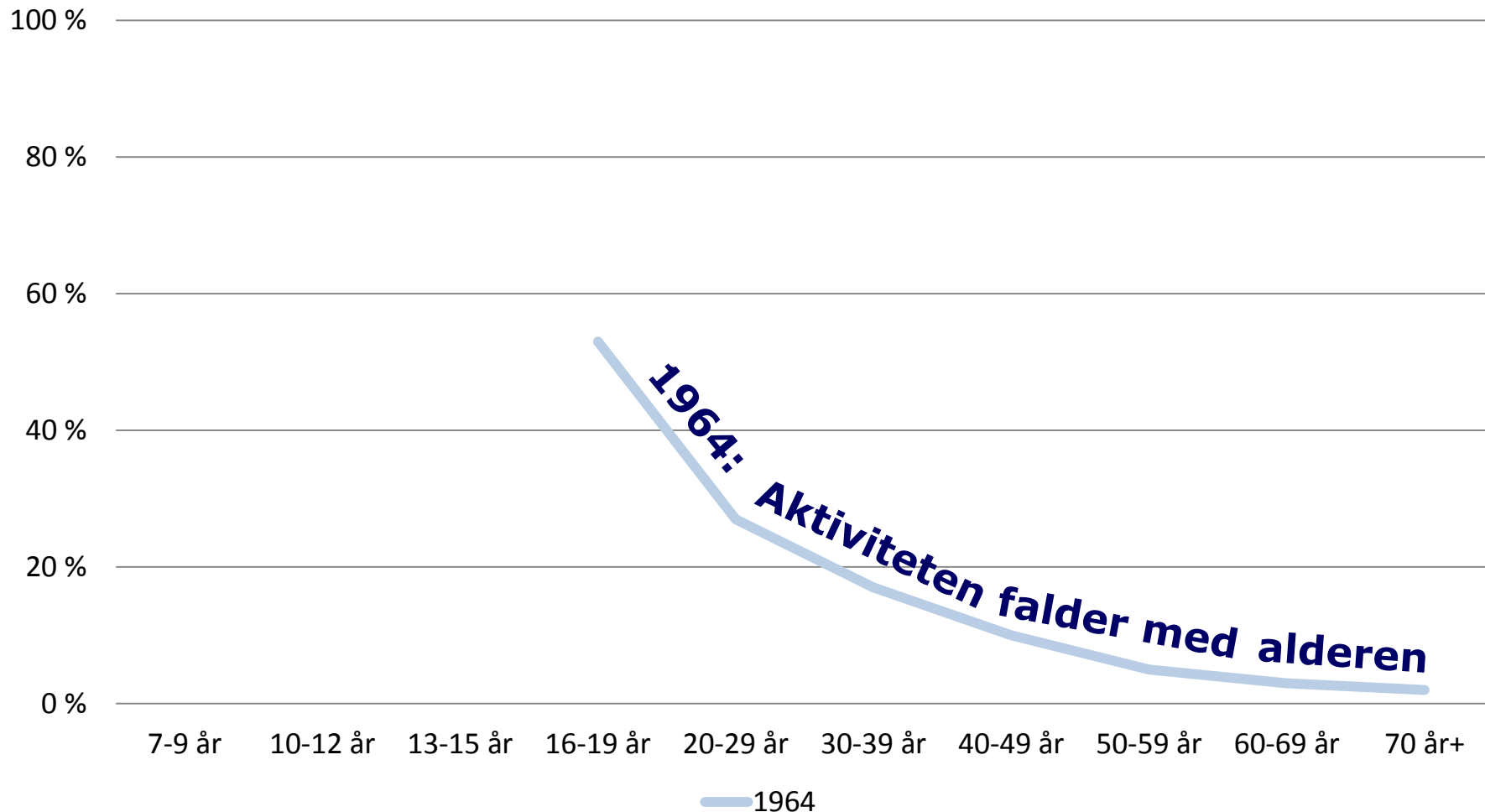
Idrætten – en sektor i vækst

Derudover fritidsaktiviteter

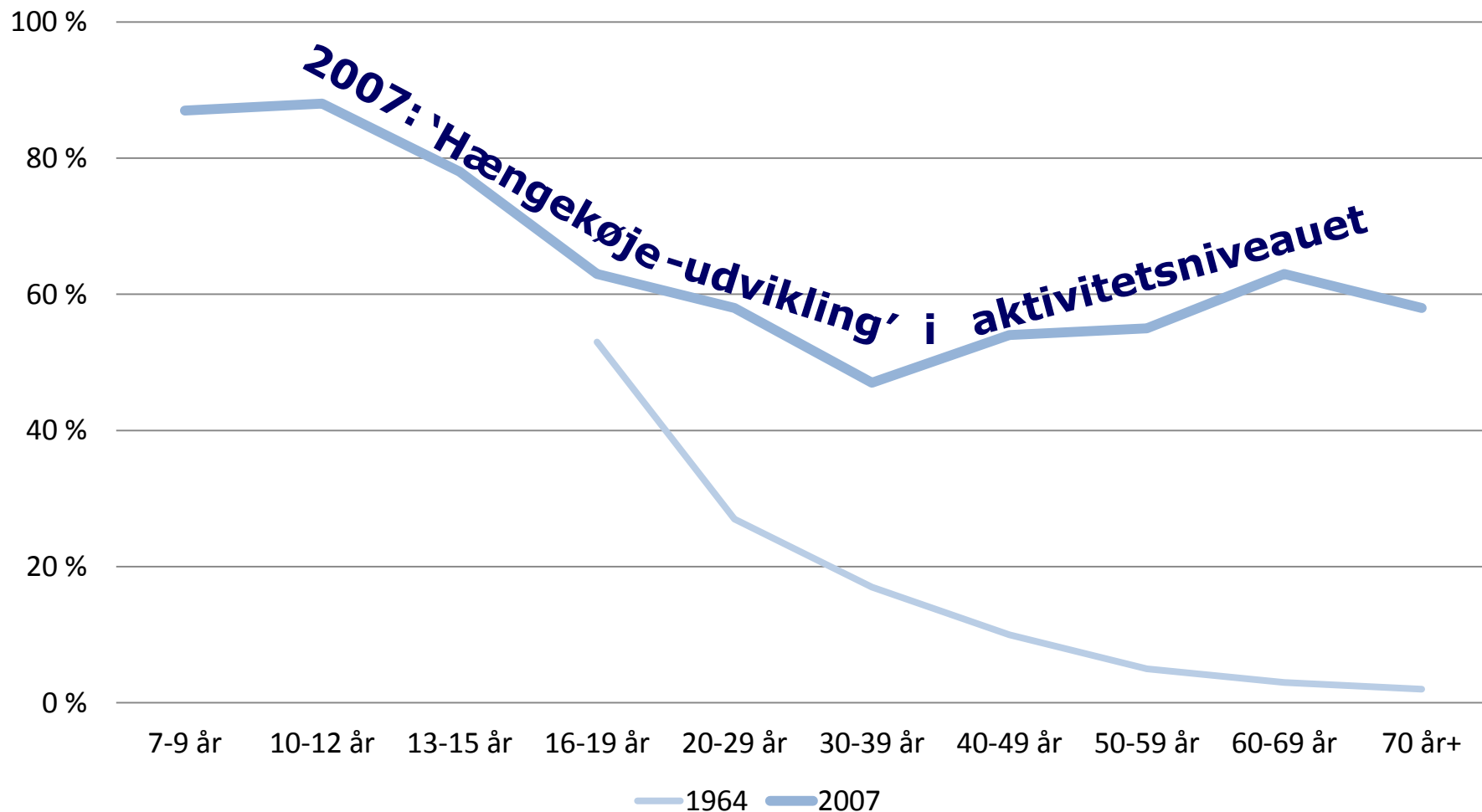
Dyrker du normalt
sport/motion?



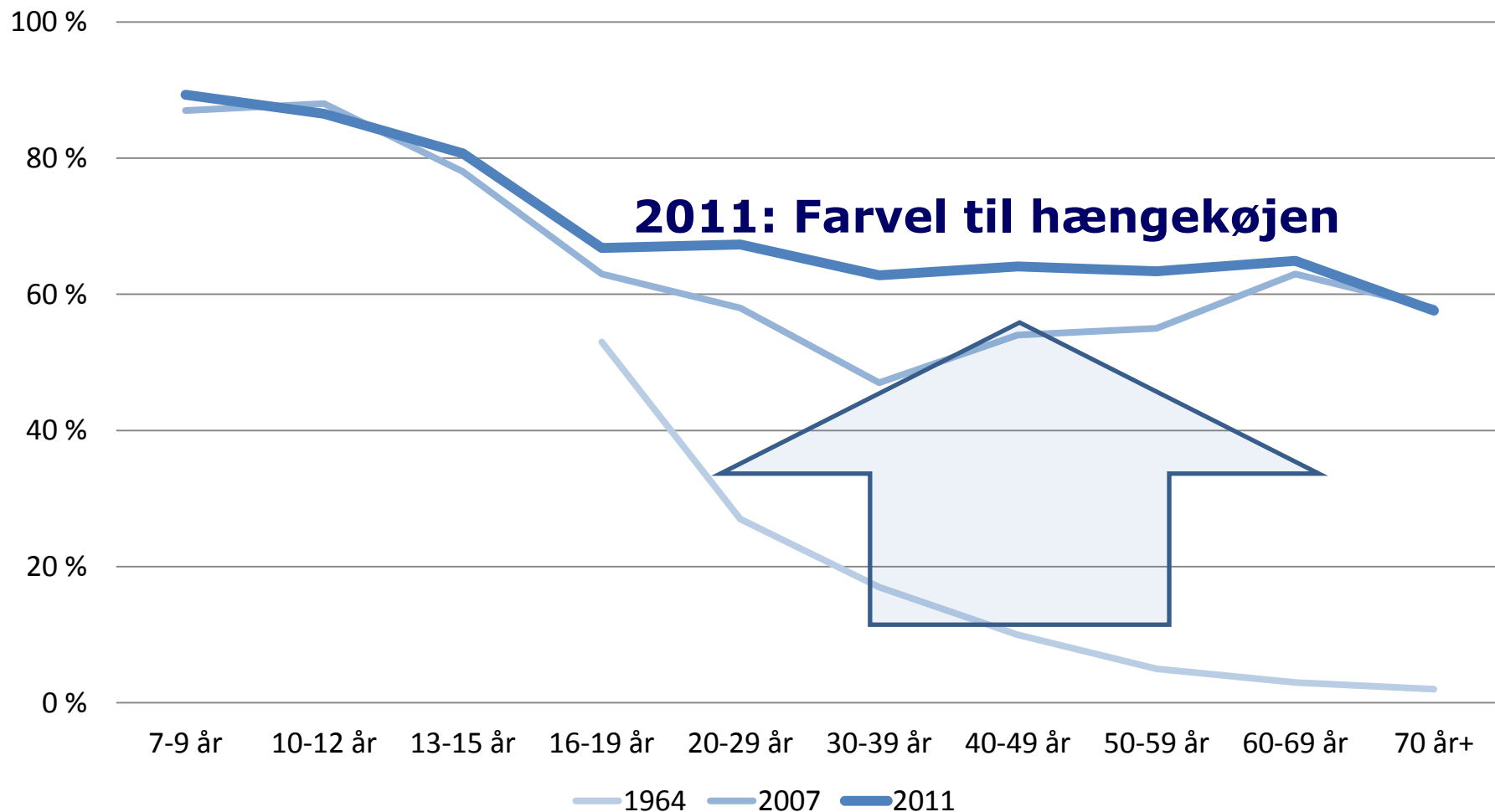
Øget deltagelse gennem de seneste 50 år



Øget deltagelse gennem de seneste 50 år



Øget deltagelse gennem de seneste 50 år



Børnenes organiseringsformer

©USAG- Humphreys

I forening

86%

©Richard Coshott

Privat
9%

Selvorganiseret

46%

SFO
20%

©sarahamina

©Alain Bachellier

De voksnes organiseringsformer

Selvorganiseret
58%



©Szymon Nitka

I forening
41%



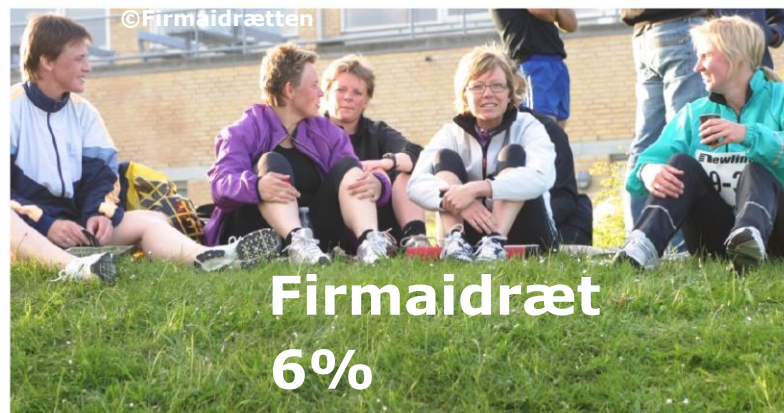
©SH Photography

©Keith Davenport



Privat
20%

©Firmaidrætten



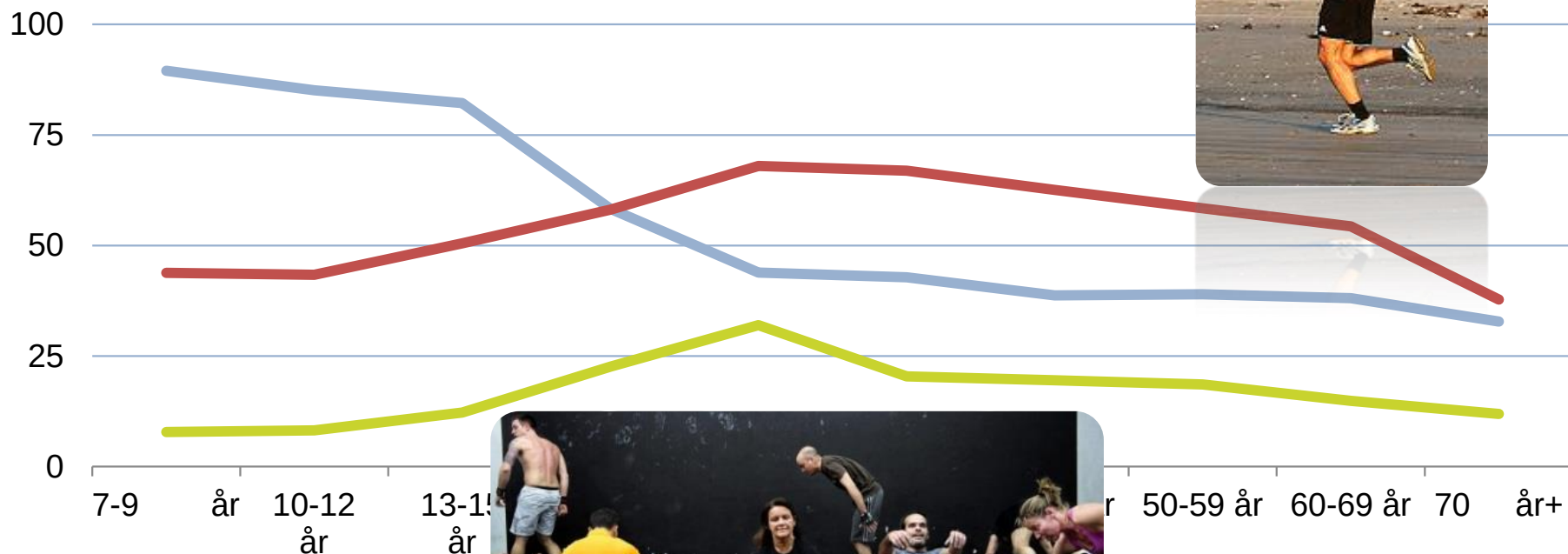
Firmaidræt
6%

I hvilke(t) regi
dyrker du
motion/sport?

Foreningsaktiv

Aktiv i privat center

Selv



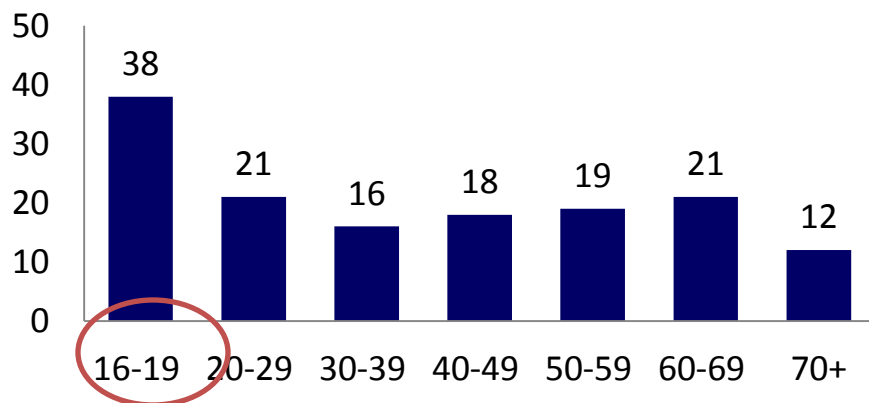
Foreninger er **ikke hele løsningen** - flere udbydere er kommet til og får **stigende tilslutning**

Hvordan
passer
svæveflyv-
ning ind

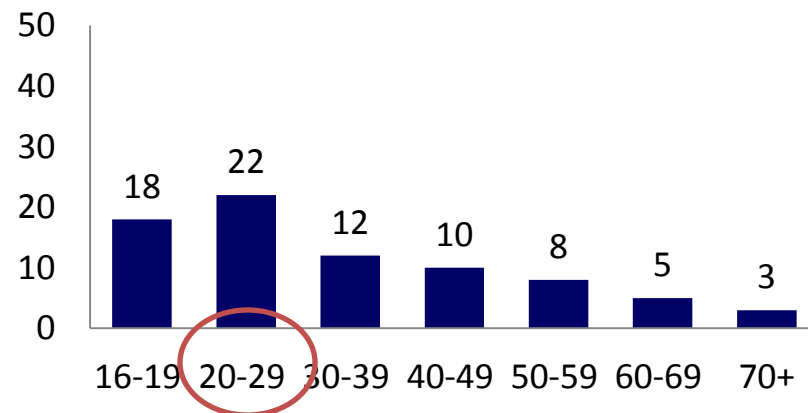


Barrierer varierer gennem livet...

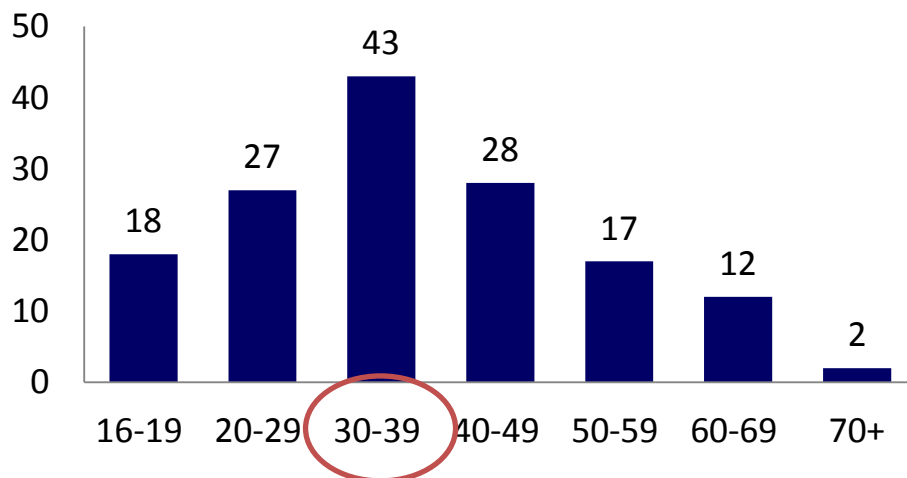
■ Interesse



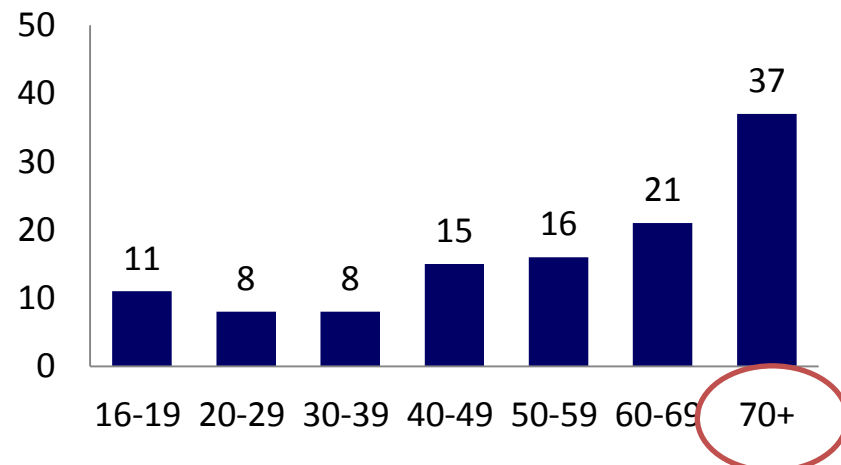
■ Praktiske forhold



■ Tidsmangel



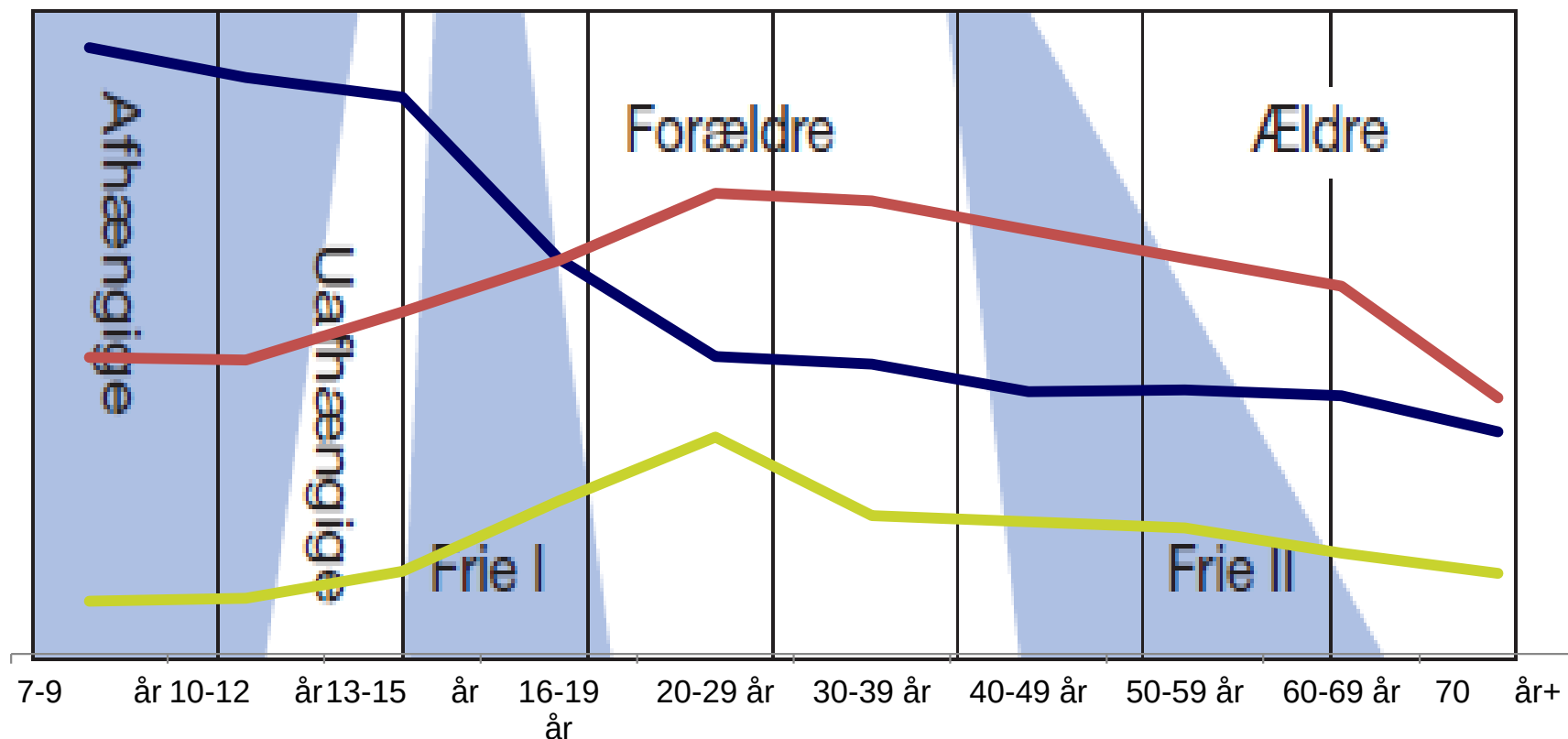
■ Kropslig barriere



Målgrupper i idrætten

Livsfaser: barrierer og ønsker er keywords

Foreningsaktiv Aktiv i privat center Selvorganiseret

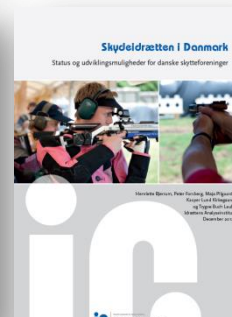
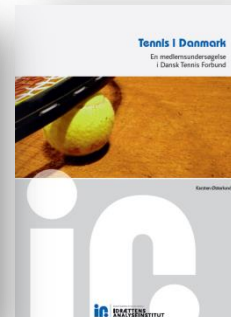
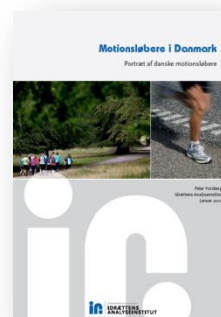


Dagens program

1 Lidt om idrætsdeltagelse
(fritidsliv, livssituation)

2 Udøvertyper i idrætten
(skræddersyede tilbud)

3 Hvad kan Dansk
Svæveflyver Union gøre?
(I er allerede i gang)



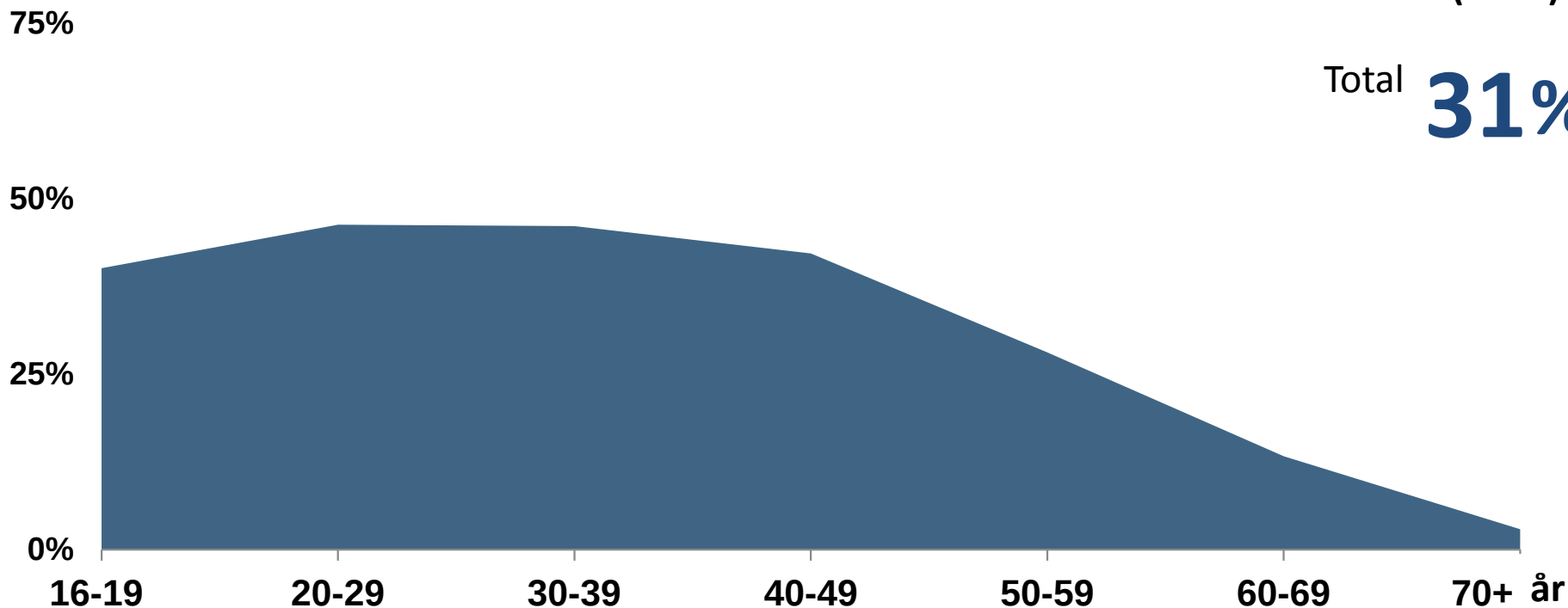
Atletik og løbeklubber burde være fyldte

Eksempel **1**

Motionsløb er voksne danskeres foretrukne idrætsaktivitet

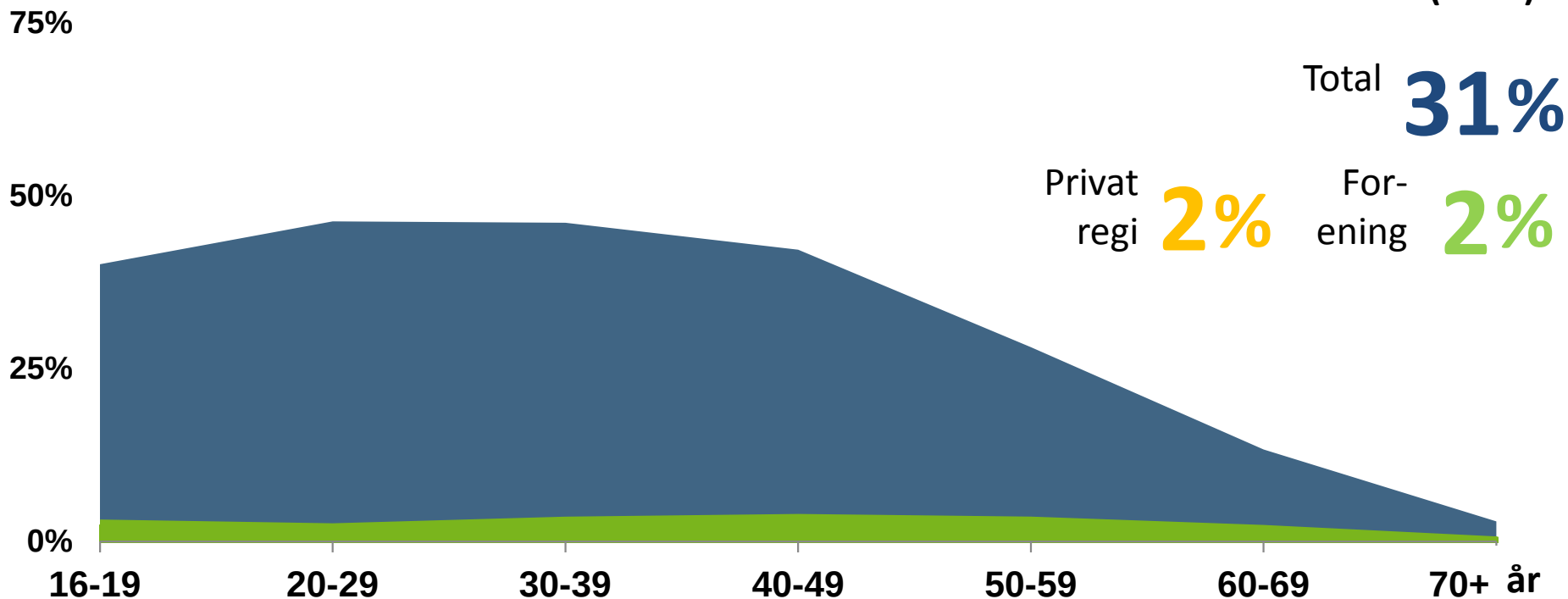
Voksne (+16 år)
motionsløbere i
Danmark (2011)

Total **31%**



Motionsløb er voksne danskeres foretrukne idrætsaktivitet

Voksne (+16 år)
motionsløbere i
Danmark (2011)



Motionsløb er voksne danskernes foretrukne idrætsaktivitet

Voksne (+16 år)
motionsløbere i
Danmark (2011)

75%

Motionsløbere tyer til
andre organiseringsformer
end foreningen

Total **31%**

50%

Privat
regi

2%

For-
ening

2%

25%

76
pct.

Løber både med andre
og alene

På egen
hånd

28%

0%

16-19

20-29

30-39

40-49

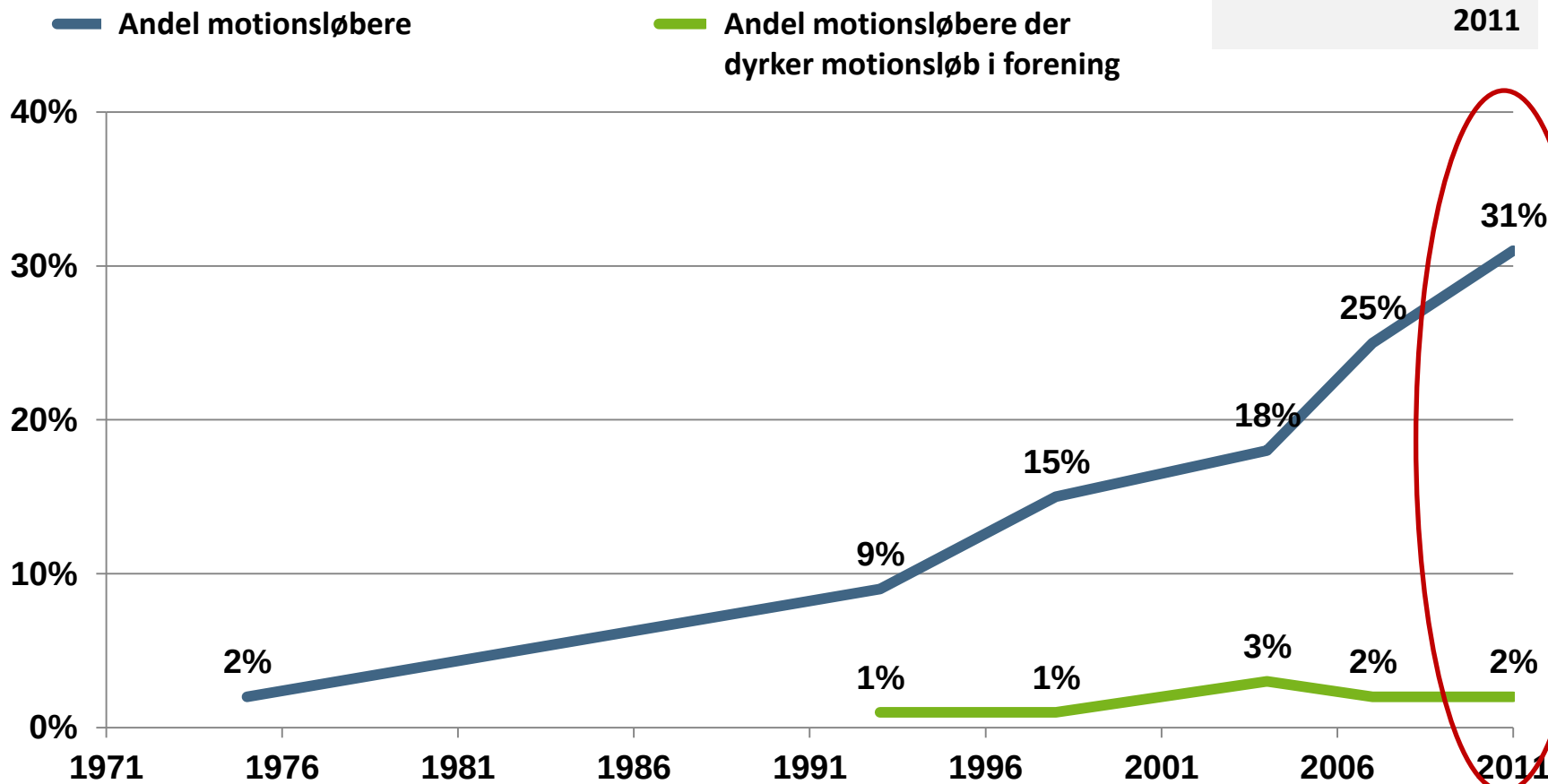
50-59

60-69

70+ år

Foreningerne har ikke de rette varer på hylderne...

Voksne (+16 år)
motionsløbere
i Danmark fra 1975-
2011

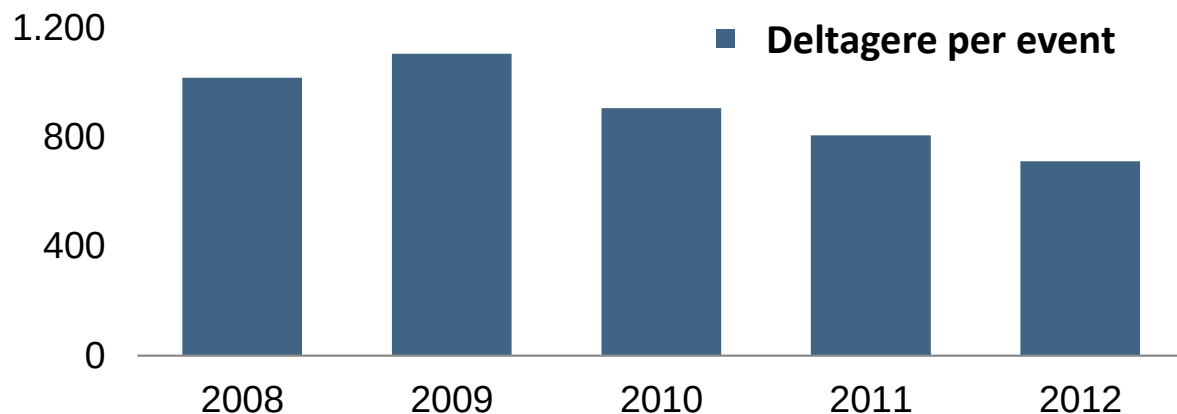
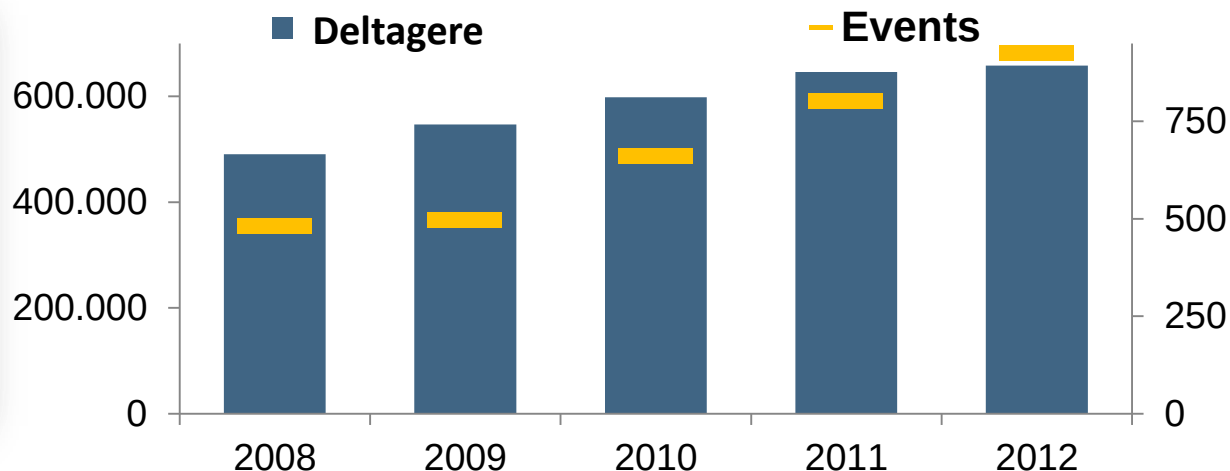


Nye udbydere presser på



Historisk har foreninger arrangeret events med stor succes til gavn for klubkassen. I dag er kommercielle aktører kommet ind på markedet

Antallet af events stiger, og selvom flere folk deltager end tidligere, er der i gennemsnit færre deltager per løb i dag. Det koster på bundlinjen



Motionsløbere i Danmark

Portræt af danske motionsløbere



Peter Forsberg
Idrættens Analyseinstitut
Januar 2012

Atletik og løbeklubber har et **rekrutterings**problem

Målrettede, skræddersyede og let kommunikérbare tilbud er løsningen

Hvem er løberne?

Download (gratis)
på www.idan.dk



**Fleksibilitet,
selvbestemmelse,
variation**

Traditions- løberen



Mand, +40 år, fornøjelsen ved løb, erfaren løber, tidligere atletikudøver

Nye træningsformer, nye konkurrenceformer og noget socialt

Social- løberen



Kvinde, +40 år, være sammen med andre, erfaren motionist, cykling?

Sociale aktiviteter, fællesspisning, fest, det sociale fællesskab

Udfordrings- løberen



Mand, 20-40 år, udfordre sig selv, erfaren idrætsudøver/ikke nødvendigvis løber, viden og teknologi

Events, konkurrence med andre/sig selv

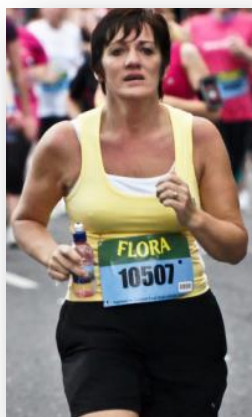
Selvorgani- serede løber



Mand, 30-40 år, eneste mulighed for idræt, løber på egen hånd

Nemt og fleksibelt, passe ind i hverdagen, må ikke være for krævende (socialt)

Sundheds- løber



Kvinde, alle aldersgrupper, forbedre helbredet/tabe sig, uerfaren løber

Sociale aktiviteter, vægthold, træningsforløb, skadesforebyggelse

Skræddersyede tilbud

Viden om målgruppen

Bruger et væld af forskellige træningsmetoder

Går seriøst til værks med programlægning, søger viden osv.

Bruger internettet til at diskutere, søge viden og dele erfaring

Deltager i arrangerede motionsløb

Har travlt og vil være autonome

Løber tre til fire gange om ugen – ture med høj intensitet

Skræddersyede-tilbud

Variation i træningen – og udfordring på flere niveauer – ikke kun løb

Dygtige trænere, der kan give ekspertrådgivning til den enkelte

Forlæng klubhuset ud over det fysiske møde

Skab et elitemiljø med mulighed for at konkurrere med sig selv og hinanden

Skab en relativ fleksibel organisering

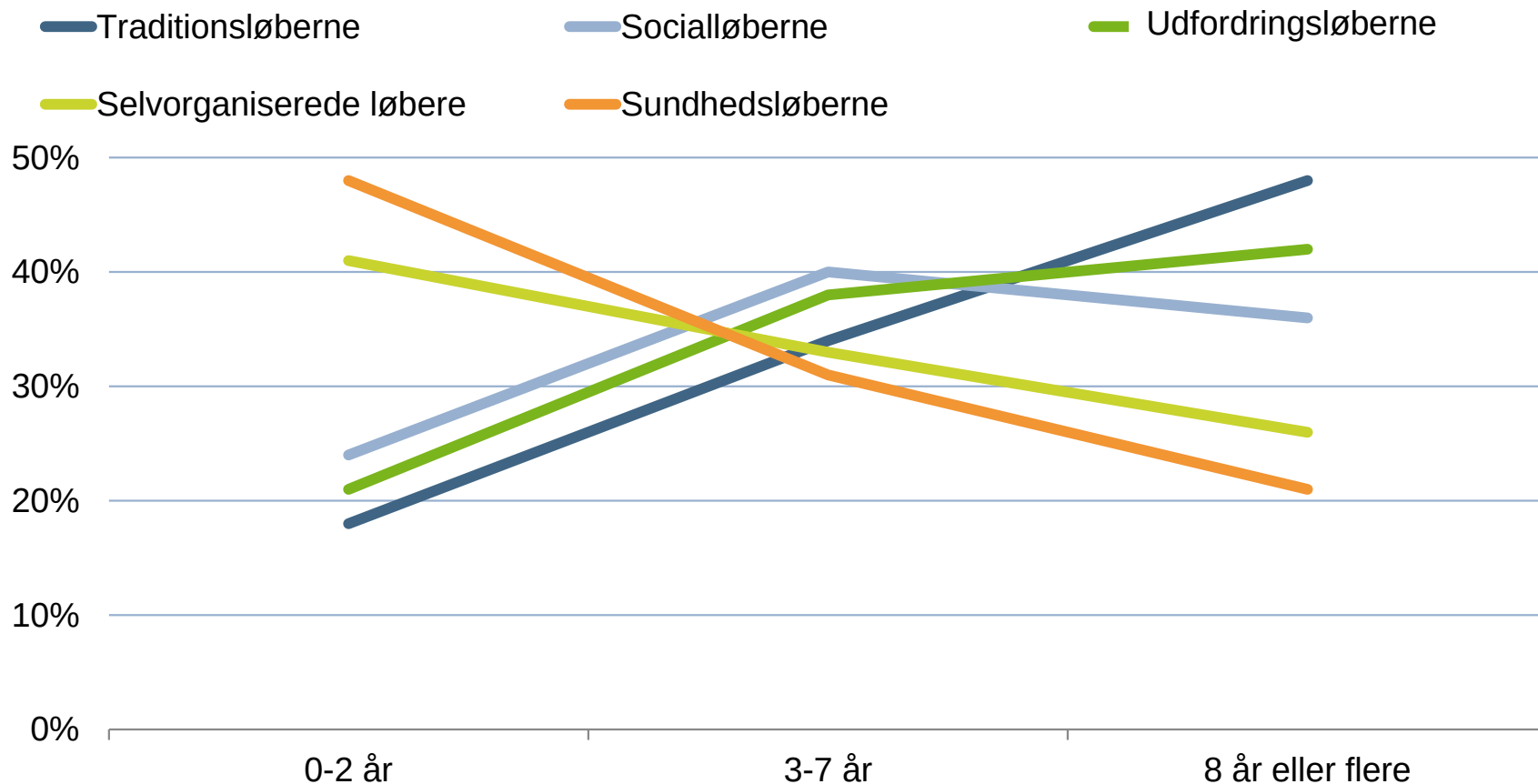
Prøv ikke at organisere alt – hellere få gode træningspas end mange mindre gode

Udfordringsløberen



Verden er ikke statisk

Folk ændrer vaner og motiver i takt med at de bliver mere erfarne
(**motionsløbere kommer til at holde af at løbe!**)



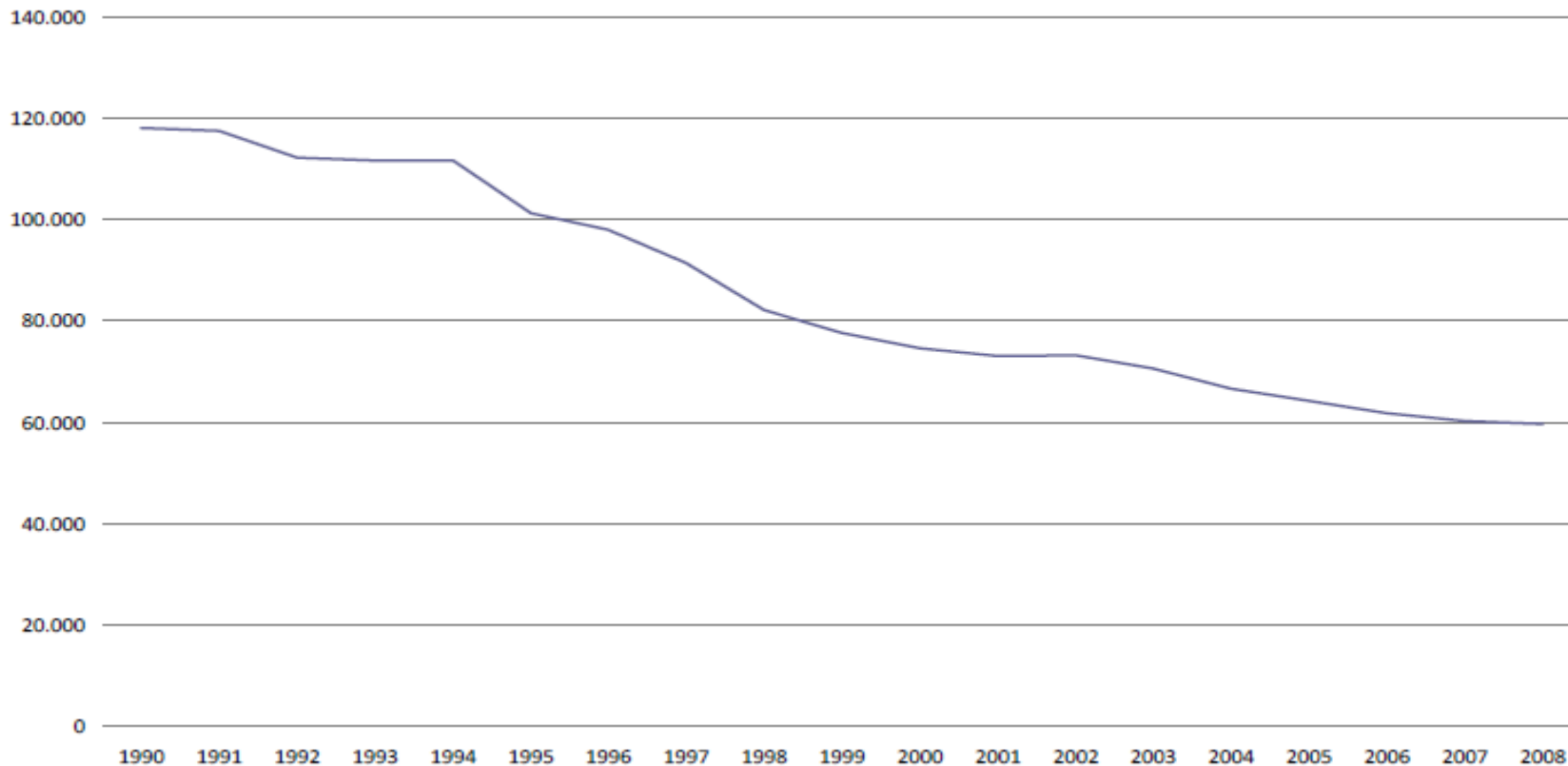
Tennisklubberne har en stærk
kultur og kan noget ingen
andre kan

Eksempel **2**

Tennisklubberne forstår at slippe af med medlemmerne

På 18 år halverede klubberne antallet af medlemmer

Medlemsudvikling i Dansk Tennis Forbund 1990-2008





Download (gratis)
på www.idan.dk

Tennisklubber har et **fastholdelses**problem

Målrettede, skræddersyede og let kommunikérbare tilbud er løsningen

Hvem er tennisspillerne?

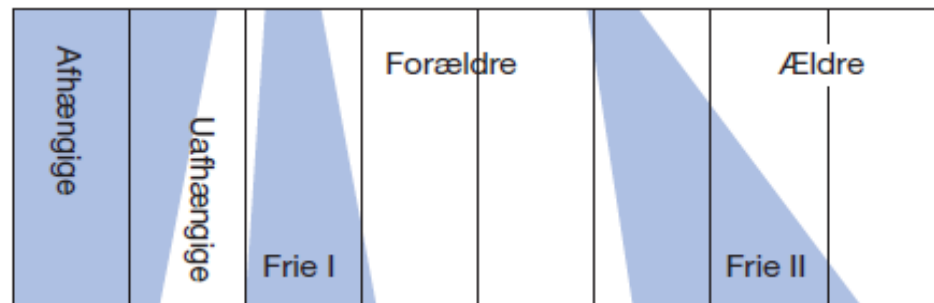
Fire 'tennistyper' findes i alle undersøgte klubber:

1. Konkurrencetennisspilleren
2. Klubtennisspilleren
3. **Træningsmotionisten**
4. **Købetennisspilleren**

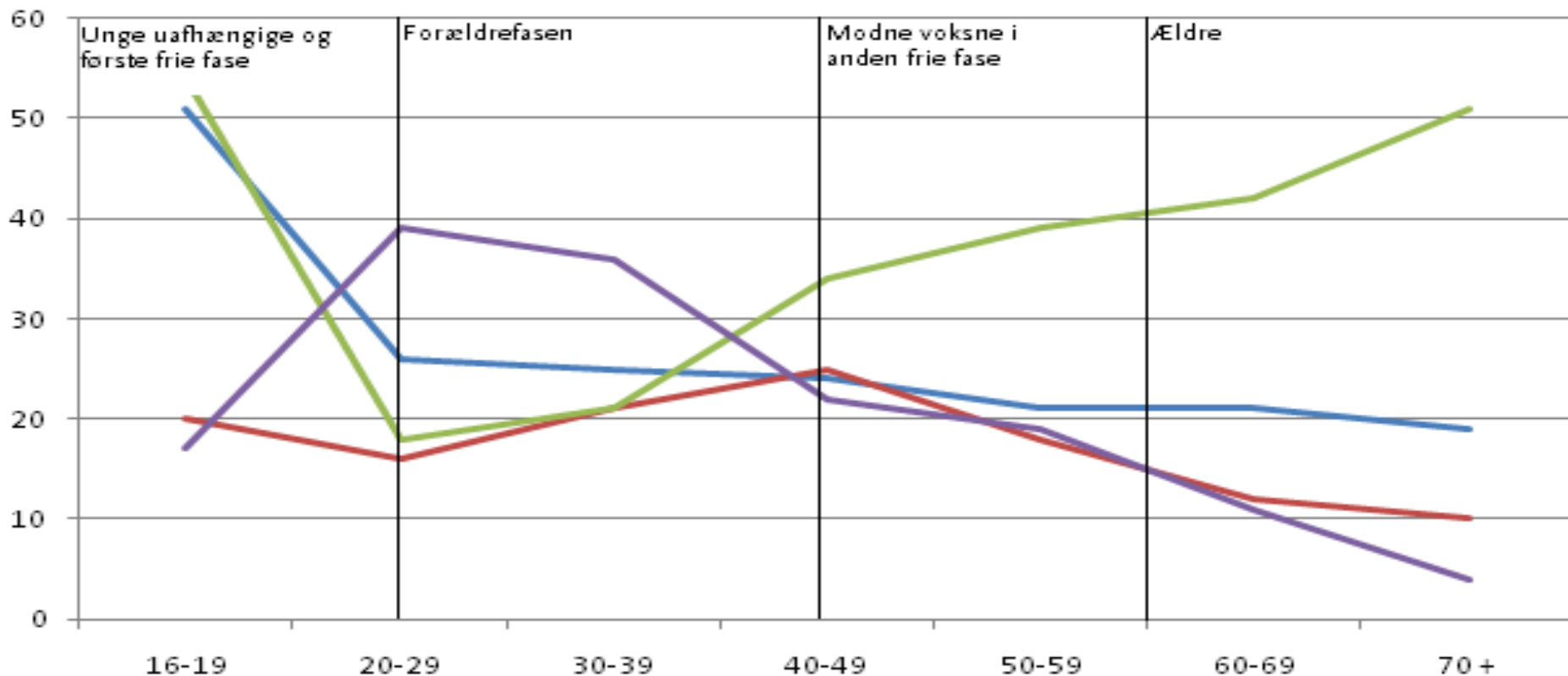
**Frafalds-
truet**



Tennistyper hænger sammen med livsfase



— Konkurrencetennisspilleren — Træningsmotionisten — Klubtennisspilleren — Købetennisspilleren



Tennistyper og tilbud

Vidt forskellige tilbud til at fastholde

Viden om de forskellige typer er afgørende

Fastholdelse af
træningsmotionisten
og købetennis spilleren

	Træningsmotionisten	Købetennis spilleren
Motiv/ årsag	Muligheden for at udvikle spillemæssige færdigheder	Selve spillet og det at kunne spille det med en bekendt, når der er tid og lyst
Alder/køn	30-49-årige, kvinder	20-39-årige, mænd
År som spiller	Få års erfaring	Varierer
Træning/ kamp	Fast makker, fællestræning, individuel træning	Fast makker, spiller kun 'kamp'
Klubliv	Deltager ikke i sociale arrangementer, men fællestræning	Deltager ikke
Fast- holdelse	Træningstilbud	Skabe makkernetværk

Skydeklubber har våben og *aflåste* lokaler

Eksempel **3**

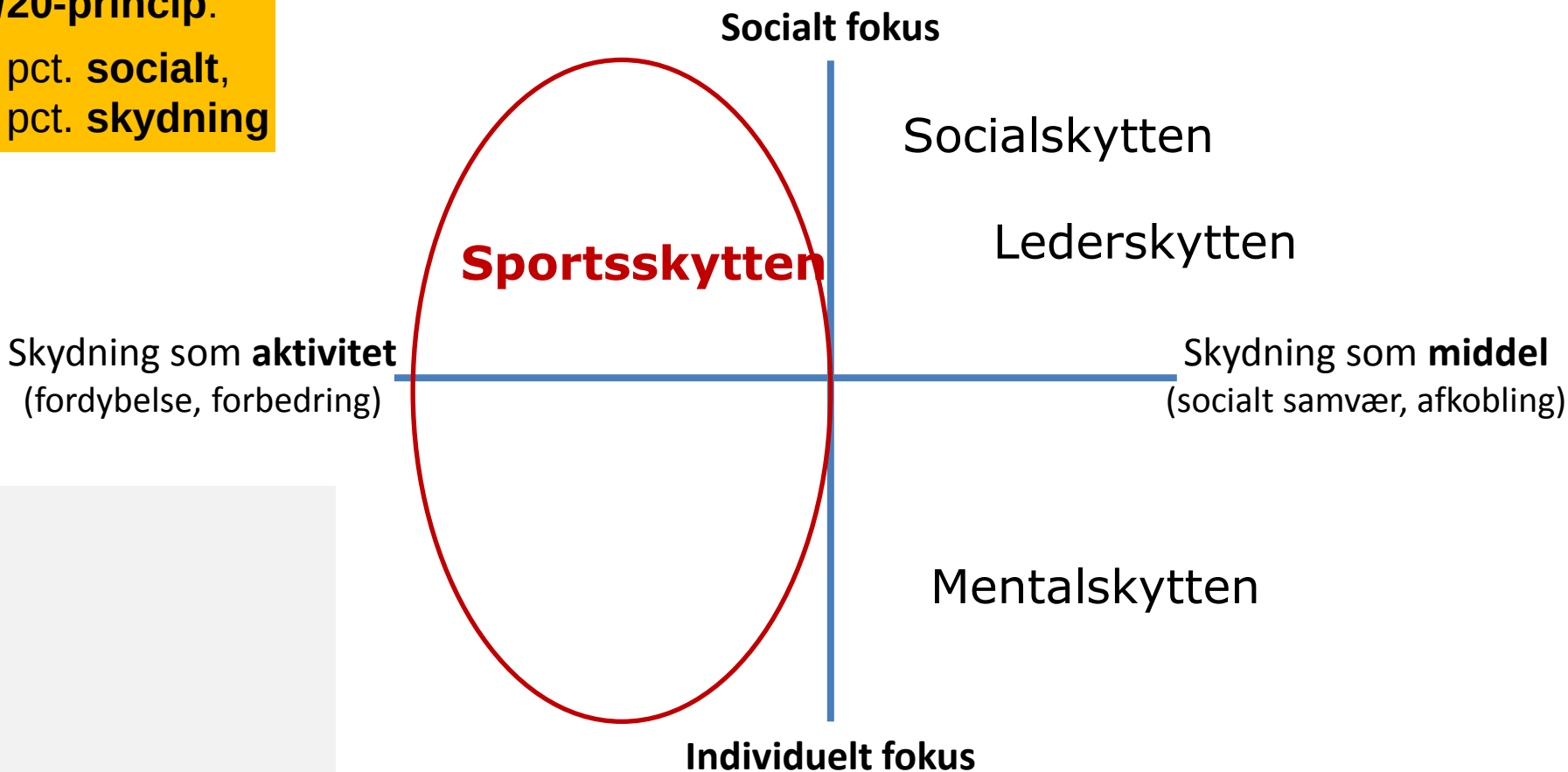
Fire skyttetyper

Begrænset fokus på 'skydning'

80/20-princip:

80 pct. **socialt**,
20 pct. **skydning**

Skytteforeninger har
rekrutterings-
og **frafalds**problemer



Tobenet strategi

Sæt fokus på **skydeaktiviteter** og **åbn** foreningen

**Svæveflyvningens
udfordringer?**

Flere skydeaktiviteter

(især målrettet sportsskytten)

- Aktiviteter med skydning som bærende element
- Fællesture til skyttecentre
- Mere fællestræning
Kun **17 pct.** deltager
32 pct. (der pt. ikke deltager)
vil gerne deltage
- Flere konkurrencer
Kun **51 pct.** deltager
81 pct. vil gerne deltage

Rekruttering

Bedre styr på frivilligheden

(især målrettet social/lederskytten)

- Frivillighedsstrategi
- Gøre det nemmere og sjovere at være frivillig
- Blive bedre til få frivillige blandt medlemmerne
- Definere opgaver
- Fokusér på familien/
familiemedlemsskaber

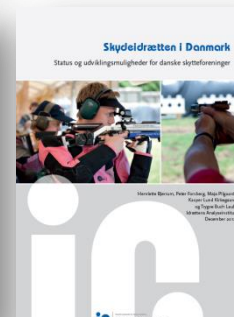
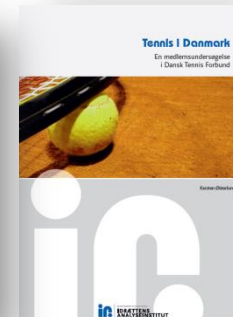
Fastholdelse

Dagens program

1 Lidt om idrætsdeltagelse
(fritidsliv, livssituation)



2 Udøvertyper i idrætten
(skræddersyede tilbud)



3 Hvad kan Dansk
Svæveflyver Union gøre?
(I er allerede i gang)



Tre eksempler (tre ens tilgange)

- Behov for nye og mere målrettede tiltag
- Viden om **livsfaser**, **ønsker**, **behov** og **barrierer** er altafgørende – **omfattende analysearbejde?**
- Typer er en god måde at samle ideerne i – et konkret billede af fremtidens tilbud, der er **enkelt** at kommunikere
- Rekruttering og fastholdelse er to sider af omtrent samme sag

Hvad
gør I ?

Ringer til
Idan (igen) !

Eller udnytter, at
I er eksperterne
(og har gjort en del forarbejde)...

Hvad gør du for at dine medlemmer er glade	Hvad skal der til for at medlemmer, der udvikler sig i forskellig retning, stadig vil kunne få deres forventninger indfriet	Hvad skal der til for at skabe fornyelse og medlemstilgang	Hvad kan breddeudvalget gøre for dine medlemmer
Livsfaser, livssituation → - Handlingsplaner - Synliggørelse af resultater - Involvere medlemmerne - Gode ledere - Prioriteret flyflåde - Flat rate kontingent - Sommerlejre ekspeditioner. - Den gode tone - Fællesprojekter - Imødekommenhed - Mål og Målopfyldelse - Forventningsafstemning - Succesoplevelser - Fjerne bøvl - Åbenhed (nedbryde gruppering) - Sig tak / anerkendelse - Ånd / kultur i klubben - Fester - Med på 2-sædet - Gode flyveoplevelser - Tilbud - At tingene fungerer (materiel, org, Alternative oplevelser til dårlige dage. - Mit andet hjem - Socialt samvær - Klubtræner i stræk og kunstflyvning - Klubarrangementer - TMG/UL - Minimere skuffelser	- Aktiviteter der tilgodeser - Hyggeflyver - Stræk - Konkurrenceflyvning - Kunstflyvning - TMG - Familie og børn - Forskellige kontingentsystemer - Alsidighed - Klubkultur - Erkende og acceptere medlemmernes forskellige behov - hjælp og udnyt hvad andre klubber kan tilbyde - Rummelighed: Forhold i ens liv betyder forskelligt aktivitetsniveau - Det rigtige materiel - Mange gode flyvedage	Typer ↓ - Kigge på andre unioner og forbund. - Involvere nye/unge i udvikling af tilbud - Starte i grupper - PR, men .. - Involvere familien - Se på tidsaspektet ved sporten. - Nogen har penge – nogen har tid - Synlighed - A: udstillinger – unge viser frem. - B: Blive skarpe på den målgruppe vi henvender os til. - Lyt til nye medlemmer, info, hjælp dem på vej. - Hjemmeside - Løbende kontakt til elever - Exit polls og analyse - Personlig snak - Værktøjer (MUS) samtaler - Lederværktøjer - Positiv adfærd og omtale - Positivitet over for andre klubber	Tilbud ↑ - Skabe en kritisk masse på tværs af klubber - Prøve forskellige instruktører - Oplevelser - Mennesker tiltrækker mennesker - Igangsatte emner - Værktøjskasse for klubber - Imagepleje - Svæveflyverkonference for alle - Case story - Erfaringsudveksling - Coaching/Ledelse - Regionsaktiviteter - Viden om folkeoplysning mv. - Inspiration på dsvu.dk - Mere information til klubber og om kurser og tilbud

KOMMUNIKATION...

Kommunikation

- Enkel
- Sjov
- Vovet
- Tydelig
- Forståelig
- Aktiverende
- Målrettet (henvender sig til typerne)...

Se mere på:
[www.skytten.dk/
default.aspx?id=2039](http://www.skytten.dk/default.aspx?id=2039)



DE DANSKE SKYTTEFORENINGER

HVAD ER DIN STYRKE?

DISCIPLIN!
Astrid Rose Steffensen, 17 år
Skytte i Hørne Skytteforening

SKYTTE MED ONTANE VIL HAF FOKUS PÅ SIKKERHED

Scan koden - Og hent vores skytte app. Se filmen om Poul - tag testen eller læs om nutidens skytter og deres værdier.

Hent app'en gratis ved at sende "bliv skytte" til 1272 eller ved at scanne koden med din smartphone.

Opsummering

1-2-3-guide til typificering

1. Forståelse og analyse af den omkringliggende verden

Hvordan er folk i vores lokalsamfund, livsfaser, rekruttering og/eller fastholdelse?

2. Forståelse og analyse af folks ønsker, behov og barrierer ift. svæveflyvning

Hvem vil have hvad ud af et medlemskab hos os?

3. Konkrete skræddersyede tilbud der bygger på 1+2

Hvilke tilbud, hvordan kommunikerer vi dem osv.?



Diskussionsemner og ideer

Naturoplevelser

Naturen i hitter – kan man sælge svæveflyvning som en enestående naturoplevelse helt uden afbrydelser?

Særlige/udsatte grupper

Kan turen i luften være med til at sætte en udvikling i gang hos 'svage' grupper i arbejdet med at opbygge selvværd osv.?

Boot-camp

Warrior-Dash, Mud-race osv. er tidens tendens: bliv-en-kriger. Kan svæveflyverforeninger samarbejde med lokale atletikforeninger, skydeforeninger og sælge en 'mande-pakke'?



www.svaevethy.dk



www.dsvu.dk



www.schmoesknow.com



Danish Institute for Sports Studies

IDRÆTTENS
ANALYSEINSTITUT



Illustration udlånt af Center for Idræt og Arkitektur

Tak for opmærksomheden

Peter Forsberg
Analytiker

Idrættens Analyseinstitut
Play The Game,
Videncenter for Folkeoplysning

Tlf.: 4088 5279
e-mail: peter.forsberg@idan.dk

1

GENERAL- FORSAMLING

Vil vi?

Hvem vil vi
målrette os mod?
Og hvorfor?

Det kræver
diskussioner
og **overvejelser** i
foreningen
før I søger nyt!
Glem det ikke



2

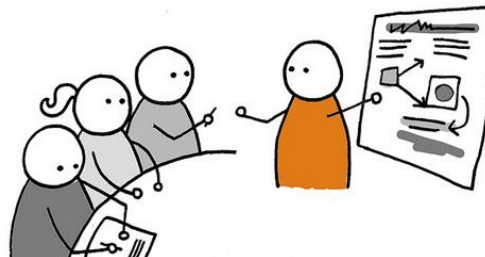
UDVALG

Hvem er
målgruppen?

Hvilke
barrierer/ønsker har
de?

Hvad vil de (hos os)?

Hvordan er deres
hverdag? Idrætsvaner
etc.?



3

INSTRUKTØR



Hvad er det/de konkrete tilbud?

Hvordan får vi
(kommunikeret det til) deltagere?

Fra udvalg til træner til udøver