

A woman with glasses, wearing a dark long-sleeved shirt and black leggings, is holding a black kettlebell with both hands. She has a wide, joyful smile and is looking upwards. The background is a gym with other people and equipment, slightly out of focus. The text 'Verksamhetsplan 2025' is overlaid in white, bold font. Below it, 'Friskis&Svettis Borlänge' is written in a smaller white font. At the bottom, there is a circular logo for 'Friskis & Svettis' in white.

Verksamhetsplan 2025

Friskis&Svettis Borlänge



Innehåll

Friskis&Svettis Borlänge.....	2
Verksamhetsidé.....	2
Varför gör vi detta?.....	2
5 svar på frågan hur.....	2
Vision.....	2
Strategi 2025.....	3
Våra 12 strategiska utvecklingsområden	3
18 indikatorer på strategin 2025	11
Budget 2025.....	12

Friskis&Svettis Borlänge

Människor i alla åldrar, engagemang, expertis och nyfikenhet. Vi förändrar inte världen, men bidrar varje dag till en hållbar utveckling genom fler, bättre och roligare träningsupplevelser. Folkhälsa och föreningsliv.

Vi har stor potential att fortsätta engagera, nå nya grupper, på nya platser och vara en samhällsaktör att räkna med. Men för att kunna hantera de utmaningar Friskis står inför behöver vi rannsaka oss själva, våga förändra det som inte fungerar och förstärka det som är bra. Det speciella med oss har aldrig varit att vi håller hårt i det som varit utan att vi löpande formulerar vad Friskis är idag och imorgon. Vår idé hittar ständigt nya uttryck och vi vill alltid växa - för vi är en rörelse för rörelse.

Friskis&Svettis Borlänges verksamhetsplan fokuserar i första hand på prioriterade områden som F&S Borlänge planerar att genomföra under 2025.

En stor del av verksamheten består av löpande verksamhet, som tex planering av träningsverksamhet, schemaläggning, träffar, utbildningar och kommunikation. De anställda ansvarar för den löpande verksamheten tillsammans med de ideella funktionärerna.

Verksamhetsidén

Lustfylld och lättillgänglig träning av hög kvalitet för alla

Varför gör vi detta?

- Vi vill få så många som möjligt att träna och uppleva rörelseglädje
- Vi vill erbjuda olika former av träningsaktiviteter med Friskis&Svettis värderingar och kvalitet som grund
- Vi vill öka insikten om motionens betydelse för välbefinnande och hälsa

5 svar på frågan hur

Våra värderingsområden ringar in vår värdegrund genom att komplettera, nyansera och bredda idé, vision och ändamål.

- Friskis&Svettis skapar träning som berör och ser till hela människan
- Friskis&Svettis är ett sammanhang där människor kan mötas
- Friskis&Svettis släpper lös människors engagemang
- Friskis&Svettis har en avslappnad, tillåtande och personlig attityd
- Friskis&Svettis är en modig utmanare som ständigt hittar nya och bättre vägar

Vision – År 2025 tränar och ler 12 000 Borlängebor

Strategi 2025

Friskis&Svettis gemensamma strategi gäller under åren 2023-2024-2025.

Strategin består av tre övergripande områden:

- Bli framgångsrik på träningsmarknaden
- Framtidssäkra vår organisation
- Stärka Friskis med fler och nya perspektiv

I de tre övergripande områdena finns det 12 förflyttningsområdena där vissa är övergripande för hela Friskis - dessa aktiviteter tar F&S Riks ansvar för att leda. Andra aktiviteter har mer lokalt fokus, dessa ansvarar föreningarna för.

Våra 12 strategiska utvecklingsområden

Framgångsrika på träningsmarknaden

1. Erbjud mer Friskis.

Friskis har stor potential att nå nya grupper genom att ta träningen utanför anläggning. Det kan handla om att etablera samarbeten med till exempel idrottsföreningar eller arbetsplatser. Men också om en återkommande närvaro där Friskis inte har en anläggning idag, kanske i bostadsområdet eller på biblioteket.

En av Friskis styrkor är det stora ideella engagemanget och det ger oss goda förutsättningar att nå fler på nya sätt. Att kliva utanför anläggning och ta med träningen till nya arenor handlar om många saker. Det är ett sätt att göra skillnad och möta dem som inte naturligt söker sig till träning. Det är också en form av marknadsföring där de som är nyfikna på Friskis kan få ett smakprov. Parallellt vässar vi vårt utbud och erbjudande och svarar på nya önskemål, behov och beteendeförändringar.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- att fortsätta erbjuda träning utomhus på andra platser som i parker, eller i olika områden i Borlänge eller på andra orter där det inte finns Friskis idag.
- aktivt arbeta för att skapa möjligheter att Friskis Borlänge kan komma ut till företag och erbjuda träning och kurser
- inspirera och utbilda funktionärer som kan leda träning på sitt arbete
- utforska idén med träningsambassadörer på företag
- att nätverka med företag genom att delta i företagsträffar och vara engagerade i Borlänge stadsliv
- ordna egna företagsträffar i våra anläggningar
- samverka med olika organisationer och event för att genomföra uppvärmningar och träningsaktiviteter utanför anläggningarna

- aktivt samarbeta med RF Sisu Dalarna för att skapa projekt och aktiviteter för att nå fler målgrupper. Aktivt delta i projektet Idrottsklivet. En satsning på idrotten i Västra Borlänge
- samverka med andra föreningar/idrottsföreningar kring gemensamma aktiviteter
- samarbeta med olika organisationer och Borlänge kommun med fokus på folkhälsa och för att möta olika målgrupper. Tex Verdandi, Familjecentralen, Dagliga verksamheter och Folkuniversitetet
- arrangera friskvårds- och friluftsdagar för företag och skolor
- erbjuda föreläsningar med teman utanför vår egen Friskisverksamhet
- utöver vårt ordinarie utbud kontinuerligt under året erbjuda event med olika innehåll som tex after work, temapass, kurser. Skapa upplevelser för medlemmarna

2. Lyfta Friskis träningsanläggningar

Inspirerande lokaler och bra träningsutrustning är viktigt både för den som ska välja ny träningsaktör och för att medlemmar ska trivas och vilja stanna kvar. Det handlar såklart om en känsla och inte sällan ett mänskligt möte, men också om inredning, skyltar och färgval. Här har vi ett gemensamt jobb att göra.

Målet är att upplevelsen ska bli bättre och mer enhetlig genom en högre lägstanivå på våra fysiska träningsanläggningar, som idag ser väldigt olika ut. På så sätt drar vi nytta av Friskis storlek och stärker vårt varumärke.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- implementera Friskis gemensamma designkoncept i anläggningen på Skomakargatan
- fortsätta utveckla verksamheten på Cityanläggningen
- genomföra träffar med funktionärerna där Friskis värdegrund och inkluderande bemötande ligger i fokus
- samarbeta, inspireras av och dela med oss av smarta idéer till övriga Friskisföreningar
- Se över våra ytor och produkter som skapar mervärde för medlemmarna

3. Öppna anläggningar på fler orter och platser

Nya anläggningar är viktigt för att Friskis ska växa och kunna välkomna fler. Att som idag, bara förlita oss på att eldsjälar som flyttar ska starta en ny förening, är inte hållbart i längden.

Expansionen kan se olika ut – via små eller stora anläggningar, i orter där Friskis redan finns eller på nya platser. För en lyckad expansion behöver vi dra nytta av de erfarenheter som finns inom Friskis, stötta varandra och dela erfarenheter.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- aktivt undersöka på vilka sätt Friskis kan växa och var vi skulle kunna etablera oss
- aktivt undersöka var våra medlemmar bor. I Djurås, Gagnef, Säter eller på annan närliggande ort
- aktivt söka möjlighet till finansiering för expansion

4. Förenkla köp, sälj och hantering av medlemskap digitalt

Att kunna köpa tjänster och göra ärenden online är något folk förväntar sig. Medlemmar behöver på ett smidigt sätt kunna köpa kort digitalt, uppgradera, pausa och byta medlemskap. Nya medlemmar ska enkelt hitta oss och snabbt komma igång med träningen. Det är en hygienfaktor, som vi idag inte lever upp till.

Friskis är ett välkänt och uppskattat varumärke, träning ger alltid ett mervärde och vi har en stark hållbarhetsprofil. Det innebär att vår potential att sälja träning och inleda samarbeten med till exempel företag är stor. Men vi behöver skapa strukturer som gör att vi bättre kan möta marknaden.

Målet är att medlemmar ska kunna köpa i stort sett allt online, både kort och tjänster, även om deras medlemskap är rabatterat eller har annan speciallösning. Och att företagsförsäljningen ska öka. För att nå dit behöver vi agera snabbt och avsätta resurser gemensamt.

Det ska vara lätt att använda våra plattformar och digitala verktyg, som även ska frigöra resurser för medarbetare och funktionärer i hela Friskis.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- att följa gemensamma mallar, villkor och korttyper och vara med i att utveckla ett mer digitaliserat köpflöde med allt vad det innebär på webb, i app och andra digitala plattformar
- bedriva försäljning mot företag, samordnat med andra föreningar
- att ny webbsida lanseras vår 2025
- ny gemensam kommunikationsplattform för Friskis anställda och funktionärer ska lanseras under 2025

5. Öka medlemsvärdet med hjälp av digitala Friskis

Idag tränar folk på fler sätt och fler platser än tidigare. En spännande utveckling som väcker en ny förväntan på Friskis utbud och närvaro utanför anläggning.

Träningsappen Friskis Go ska erbjuda medlemmar ett mervärde, guidning och inspiration i träningen hemma, på löprundan, resan eller gymmet. Vi laddar den med träning men också andra uppskattade funktioner. Att kunna följa sin träningsstatistik, ha kontakt med

träningsskompisar och få mer kunskap digitalt är självklarheter för många idag. Med tiden väcks också nya behov och då behöver Friskis hänga med.

Den digitala träningsappen har också en viktig funktion som kunskapspridare bland Friskis ledare och tränare. Friskis Go blir en inspirerande verktygslåda att jobba med. Det blir lättare att ta både nationella och lokala initiativ med innehållet i Friskis Go som utgångspunkt. När vi snabbt kan sprida och dela kunskap blir vi mer flexibla och smartare resursmässigt.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- fortsätta exponera och kommunicera Friskis Go för medlemmar och potentiella medlemmar. Kommunicera en tredje anläggning. Skomakargatan, City och Friskis Go
- använda Friskis Go som stöd och inspiration för ledare och funktionärer
- skapa egna lokala "tävlingar och utmaningar" i appen
- skapa egna Borlängegrupper i appen
- inspirera företag till träning och utmaningar i appen, Teamboost
- inspirera till användande av Friskis Go både när medlemmar tränar på anläggning som på annan plats
- försöka öka antalet digitala pass inne i vår anläggning på Skomakargatan
- mål att under 2025 få 35 % av våra medlemmar att logga in och använda Friskis Go
- arrangemang, erbjudanden och kampanjer ska vara en självklarhet i att sälja via webbshopen

Framtidssäkra vår organisation

6. Färre och starkare föreningar

Friskis vill göra mycket - växa, engagera fler och öka vår närvaro i människors vardag. Då behöver vi kraft. Det räcker inte att bara samordna vissa saker via Riks eller att utbyta goda erfarenheter - vi behöver starkare föreningar som jobbar mer professionellt.

Idag dubbeljobbar vi för mycket. Verksamheten bedrivs i liten skala fast vi är många och stora. Det är inte försvarbart ur ett medlemsperspektiv och belastar både anställda och ideellt engagerade på ett ohållbart sätt. Vi behöver jobba smartare tillsammans, bli färre och starkare föreningar - genom att föreningar går ihop.

Administration går snabbare och lättare om den görs för fler medlemmar. Att öppna nya träningsanläggningar blir inte ett lika stort steg med samlad erfarenhet. Och idag ställs höga krav på olika typer av spetskompetens som en liten förening har svårt att svara upp mot.

Att slå ihop föreningar är en omvälvande förändring internt. Samtidigt vet vi att medlemmar och allmänhet ser Friskis som ett och samma varumärke. Hur vi är

organiserade är ingen stor sak för dem, förutom när det innebär begränsningar till exempel vid önskemål om att träna på två sidor om en föreningsgräns. Likväl krävs mod för att vi ska göra denna förändring. Vi behöver hitta former för att behålla och utveckla det lokala engagemanget som är livsnerven i Friskis och blir ännu viktigare om en förening spänner över flera orter.

I dialoger inom hela Friskis behöver vi också söka svar på viktiga frågor. Hur många och hur stora bör Friskis föreningar vara? Vilka ska gå ihop med vilka? Hur bygger vi vidare på det lokala engagemanget? Hur sker samgående på bästa sätt?

Under 2025 kommer vi att fortsätta undersöka:

- möjligheten att gå ihop med närliggande föreningar och vara delaktiga i utvecklingen inom Friskis och hitta kloka svar på viktiga frågor om samgåendet

7. Öppna för nya finansieringslösningar

För att få en bättre ekonomisk stabilitet och möjliggöra långsiktigt och strategiskt utvecklingsarbete behöver Friskis ha fler intäkter än medlemsavgifter. Inte minst de senaste åren har visat hur sårbart det är. Andra typer av intäktskällor skulle till exempel kunna vara sponsring, gåvor och olika företagssamarbeten.

Att bli starkare ekonomiskt är inte bara en fråga om överlevnad, utan också om att kunna göra lokala satsningar som bidrar till en enhetlig och högkvalitativ upplevelse av Friskis.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- att hitta fler och större samarbeten för externa finansieringar
- skapa kontakter med olika företag för olika samarbeten

8. Utveckla och boosta det ideella uppdraget

Även om Friskis är bra på mycket när det gäller engagemang kan vi inte slå oss till ro. Många olika utvecklingstrender påverkar människors benägenhet att lägga sin tid och kraft på ideella uppdrag. Det gäller inte minst yngre som behövs för att fortsätta utveckla Friskis.

Vi behöver göra insteget till Friskis enklare och välkomna fler initiativ än vad vi gör idag. Det kommer gynna vår förenings- och verksamhetsutveckling och göra att engagemanget räcker även på sikt. För att vara ett attraktivt val för nya målgrupper behöver vi inom Friskis löpande utveckla våra roller och mötesformer.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- att uppmuntra mindre initiativ, alla kanske inte vill ta ett större funktionärsuppdrag som till exempel styrelseledamot, värd eller ledare
- fortsätta utveckla och arbeta med funktionärsresan. Vara bollplank, stötta varandra, ha check-in tillfällen för nya och "gamla" funktionärer, fadderskap

- utbilda och utveckla våra funktionärer genom funktionärsträffar, föreläsningar och workshops
- ordna gemensamma träffar med olika teman, kickoff, sommar och julfest
- uppmuntra till funkisträffar som funktionärerna ordnar själva
- att funktionärer från olika träningsformer möts och inspireras i varandras träning
- skapa relationer och vara i sammanhang där vi kan mötas
- ordna olika kampanjer och event under året för att få fler nya funktionärer
- lyfta våra medlemmar och funktionärer i sociala medier
- ta in inspiratörer utifrån för att boosta både funktionärer och medlemmar

9. Jobba smartare tillsammans

Parallellt med arbetet för färre men starkare föreningar behöver vi utveckla gemensamma funktioner för hela Friskis inom områden där det är resurssmart, till exempel ekonomi eller administration.

Friskis består av många föreningar på olika platser – överallt provas och uppfinns det. Om vi gör det enkelt att kopiera framgångsrika arbetsformer kommer det att gynna hela Friskis.

Representanter från olika delar av Friskis behöver identifiera behov och hitta lösningar via rådslag eller föreningsråd. Det är en förutsättning för att framtagna lösningar används.

Under 2025 kommer vi att:

- vara aktiva och uppdaterade på Workplace och under året den nya interna kommunikationsplattformen, följa ansvarighetsområden
- dela med oss och ta del av goda exempel
- delta i rådslag om gemensamma lösningar
- använda gemensamma lösningar när de har lanserats
- styrelsen deltar på Årsstämmor och Föreningskonferenser

Fler och nya perspektiv

10. Uttrycka Friskis idé på nya sätt

Friskis är en idéburen och ideell aktör på träningsmarknaden. Det skiljer oss från många andra, men får inte bli en anledning att stå vid sidan av utvecklingen. Vi vill och behöver göra ett urval av rådande trender och omsätta dem på Friskis vis. Hitta nya uttryck för vår idé.

Ett exempel är att många idag ser på sin hälsa ur ett bredare perspektiv än tidigare. Utöver träning inkluderas sådant som kost, stress och sömn. Det kan kännas ovant men är också en möjlighet att möta en efterfrågan och prata bredare om hälsa på Friskis vis.

Ett annat exempel är en växande önskan om flexibel träning hela dygnet. Låt oss fundera på hur vi bäst möter den. Hur bibehålls Friskis-känslan på en obemannad anläggning?

Vilken funktion kan vårt digitala utbud i Friskis Go, och digitala lösningar på anläggning, fylla?

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- att fortsätta samarbeta med Läkarhuset och andra fysioterapeuter, utveckla samarbete med Region Dalarna med flera
- följa trender, våga lyfta in trender i sociala medier och på föreläsningar samt lyssna in önskemål från medlemmar och potentiella medlemmar för att möta behov på Friskis sätt
- att göra en strategi kring hur vi kan utveckla vårt utbud kring kost och stresshantering
- kommunicera Friskis på nya sätt, berätta mer om träningsformerna, annonsera om träningsformerna
- använda sociala medier för att öka inspirationen för Friskis träning och engagemang
- ordna kurser för specifika målgrupper och träningsformer som till exempel yoga
- utforska möjligheten att ha kurser hos företag

11. Syna oss själva och välkomna fler

Hela Friskis idé är att vara ett alternativ för alla, men idag speglar vi inte samhället. För att bättre göra det behöver vi löpande inventera vilka som är funktionärer och förtroendevalda hos oss. Det handlar om att synliggöra och luckra upp de normer som styr vem som blir inkluderad på riktigt och vem som inte känner sig hemma. I förlängningen handlar det om att ständigt vässa vårt goda bemötande och våra träningsmiljöer så att fler känner sig välkomna.

Friskis funktionärer och förtroendevalda ska spegla hela medlemsgruppen. Och en målsättning för medlemsgruppen är att den ska ha god representation från befolkningen på orten. Det gäller exempelvis kön, ålder och ursprung, men också träningspreferenser. När till exempel gymmet ökat kraftigt under flera år, behöver det synas i de rum där beslut om Friskis verksamhet fattas.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- att kartlägga Borlänges befolkning, våra befintliga funktionärer och medlemmar
- aktivt rekrytera för att uppnå god och bred representation bland ledare, funktionärer och styrelseledamöter
- att nya perspektiv välkomnas och tas tillvara
- ingå samarbeten med aktörer som når målgrupper som vi inte har idag

12. Ta reda på mer och dra nytta av insikter

Friskis varumärke är starkt. Många förknippar oss med värden som välkomnande, avslappnat och för alla – det vet vi. Men vi vet mindre om varför någon faktiskt väljer att

köpa träningskort, stanna som medlem, engagera sig mer eller tvärtom avsluta sitt medlemskap.

Det behöver vi ändra på. För i de insikterna finns många svar på vilken utveckling som krävs av anläggningar, kommunikation, utbud och digital upplevelse. Vi behöver gemensamt samla och systematiskt dela kunskap som kan stärka hela Friskis medlemsresa.

Under 2025 kommer vi att fokusera på:

- att kartlägga vilka grupper som nås respektive inte nås idag och lära oss mera om dessa kategorier
- utveckla vårt utbud, verksamheten och kommunikationen utifrån insikterna utifrån kartläggningen
- genomföra en medlemsenkät för att få insikt i hur nöjda medlemmarna är med vår verksamhet samt och ge medlemmar möjlighet att tycka till och komma med utvecklingsmöjligheter för föreningen

18 indikatorer framtagna av Friskis Riks

För att se om vi är på rätt väg och för att följa upp hur väl vi lyckats inom Friskis kan de här indikatorerna användas. År 2025 siktar vi på att:

1. Ha en positiv medlemsutveckling inom hela Friskis. Med tillväxt av medlemmar i samtliga föreningar, jämfört med 2022
2. Medlemsbasen bättre ska spegla befolkningen på de orter där vi finns, jämfört med 2022
3. Ideellt engagerade på alla nivåer bättre ska spegla föreningens medlemsbas och dess intressen, jämfört med 2022. Det handlar om diskrimineringsgrunderna men också om medlemmarnas träningspreferenser
4. 90% av försäljningen ska ske online. Medlemmar ska kunna köpa i stort sett allt digitalt, både kort och tjänster, även om deras medlemskap är rabatterat eller har annan speciallösning
5. Medlemmar i Friskis ska nås av personaliserad kommunikation i app och andra digitala gränssnitt
6. Varje förening, under det senaste året, ska ha erbjudit träning på andra platser och sammanhang än anläggningen, regelbundet och/eller som engångsföreteelse
7. 20% av hela Friskis finansiering ska komma från annat än medlemsavgifter
8. Medlemmarnas benägenhet att rekommendera det lokala Friskis till andra ska vara högre, jämfört med 2022
9. Funktionärernas benägenhet att rekommendera det lokala Friskis till andra som vill engagera sig ideellt ska vara högre jämfört med 2022
10. Friskis ska ha öppnat anläggningar i 10 nya orter jämfört med 2022
11. Friskis ska ha öppnat flera anläggningar på de orter där vi redan fanns 2022
12. Alla medlemmar ska ha loggat in i Friskis Go, 70% av medlemmarna ska ha använt Friskis Go senaste året och 40% regelbundet
13. Vi inom Friskis ska ha tecknat minst 20 nationella företagsavtal och 400 lokala, avseende träning
14. Friskis ska bestå av max 60 föreningar i Sverige och inom kort ännu färre
15. Vi ska ha lanserat nya funktionärsuppdrag och testat nya plattformar för lokalt demokratiskt engagemang
16. Vi inom Friskis ska ha erfarenhet av minst 80 punktinsatser från ideella som vill engagera sig men inte vara ledare, värdar eller styrelseledamöter
17. Vi inom Friskis ska ha minst 30 goda lokala exempel upplagda på Workplace som lätt kan kopieras av andra föreningar
18. Samtliga föreningar med egna lokaler ska ha sett över dem utifrån gemensamt designkoncept för höjd attraktionskraft. Och att samtliga föreningar, även de utan egen lokal, säkerställt igenkänning av Friskis visuella uttryck

BUDGET 2025

<i>Intäkter</i>	F&S		BFS
Medlemsavgifter	1 162 500		-
Träningsavgifter			19 568 000
Övriga intäkter	20 000		1 362 000
SUMMA INTÄKTER	1 182 500		20 930 000
Kostnader			
<i>Direkta kostnader</i>			
Funktionärsrelaterade kostnader		-	690 000
Leasing maskiner, utrustning och serv./rep.		-	1 570 000
Övriga direkta kostnader	-	25 000	-
Summa Direkta kostnader	-	25 000	-
Lokalhyra & övriga lokalkostnader		-	10 085 000
Övriga externa kostnader	-	568 000	-
Medl.avg F&S Riks	-	600 000	-
Summa övriga externa kostnader	-	1 168 000	-
Personalkostnader		-	5 850 000
Summa övriga personalkostnader	-	-	5 850 000
Avskrivningar		-	1 020 500
Summa avskrivningar	-	-	1 020 500
SUMMA KOSTNADER	-	1 193 000	-
Vinst avyttring inventarier		-	-
Finansiella poster	40 000		60 000
Summa avskrivningar	40 000		60 000
RESULTAT	29 500	-	459 500