

Strategi 2025

Friskis&Svettis Strategi
2023-2025





Tre år att framtidssäkra Friskis

Det är inte för intet det är lätt att gilla Friskis. 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.

För att Friskis ska finnas kvar för kommande generationer måste vi jobba hållbart. Miljömässigt såklart, men också organisatoriskt. 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.

Dags att växla upp tillsammans

Den här strategin lyfter inte allt bra som redan görs. Den fokuserar på områden som hela Friskis behöver prioritera. Konkurrensen på träningskartan är tuff och faktum är att vi idag har blivit ett krångligare alternativ för den som vill träna. Tvärt emot vår idé om att erbjuda lättillgänglig träning av hög kvalitet för alla.

Vi vet att både medlemmar och allmänhet ser Friskis som ett och samma varumärke. Det förpliktigar och kräver att vi jobbar mer gemensamt för att hjälpa och inte stjälpa varandra.

Vi är varandras Friskis

Friskis föreningar har varierande styrkor och utmaningar. För att kunna göra de förflyttningar som krävs behöver vi ha ett gemensamt förhållningssätt och gemensamma utgångspunkter att ta avstamp från. Den här strategin utgår från att Friskis ofta är *både och*. Vi befinner oss på en kommersiell marknad OCH vi är ideella. Vi är ett Friskis OCH lokala föreningar. Vi behöver hänga med i utvecklingen OCH göra det på Friskis vis.

Idag är vi mer sårbara än vi behöver vara. Det är hög tid att vi drar nytta av vår storlek och inte dubbeljobbar i onödan. Starkast är vi när vi står enade och är kreativa. När vi använder vår energi på ett smart sätt och inte drar åt olika håll när vi egentligen vill samma sak.

Fokus på tre särskilt viktiga områden

Strategin har tagits fram gemensamt av Friskis föreningar genom delaktighet i ett stort antal workshops, rådslag och digitala dialoger. Under dessa sammankomster har tre områden definierats som särskilt viktiga de närmaste åren.

- 1 Att bli framgångsrika på träningsmarknaden
- 2 Att framtidssäkra vår organisation
- 3 Att stärka Friskis med fler och nya perspektiv

Vissa delar behöver lösas lokalt där verksamheten finns, medan andra hanteras bäst gemensamt – av föreningar i samarbete eller via Riks. Genomförandet av det kommer att förtydligas i Riks verksamhetsplan och i strategins kommande verktyglåda.

Det här är en treårs-strategi. Det kan låta kort, men ett gemensamt ryck behövs för att Friskis ska kunna fortsätta utvecklas. När vi samordnar något ska vi göra det med stor lyhördhet och god förankring. Och när vi väl hittat en bra lösning är det viktigt med uppslutning kring den. Först då kan vi göra de förflyttningar som krävs.

Låt oss gå från ord till handling

Den här strategin är utformad med fokus på Friskis föreningar i Sverige som har stora gemensamma utvecklingsbehov. För föreningarna utomlands, framförallt i Norge, ser nuläget något annorlunda ut. Men behovet av förflyttningar är lika angeläget.

De tre prioriterade områdena rymmer ett antal förflyttningar där olika delar av Friskis bidrar på olika sätt. Uppdraget för förtroendevalda, föreningsledning, medarbetare och funktionärer inom Friskis är att omvandla strategin i verksamhet, för att få saker att hända.



Den här strategin lyfter inte allt bra som redan görs. Den fokuserar på områden som hela Friskis behöver prioritera.



Framgångsrika på träningsmarknaden

Inom Friskis gör vi mycket som är bra. Inte minst gäller det vår träning av hög kvalitet och vårt sätt att möta människor och där ska vi fortsätta framåt. På andra områden har vi halkat efter och en gemensam kraftsamling behövs.

Eftersom Friskis alltid vill att fler ska hitta sin grej inom träningen vill vi alltid växa. Idag innebär det ett nytt förhållningssätt, där människorna, snarare än anläggningen, är Friskis utgångspunkt. Där vi erbjuder träning på fler och nya platser, på fler och nya sätt. Men klassisk expansion behövs också, att se till att Friskis öppnar anläggning på fler och nya platser. Och inspirerande lokaler, oavsett om de är nya eller ej, är viktigt - inte bara för att attrahera fler medlemmar utan också behålla de som redan hittat till oss.

För att fortsätta vara ett attraktivt val måste vi också hänga med i utvecklingen och möta behov och förväntningar hos den som vill träna. Att köpa träning och tjänster online är till exempel en självklarhet för många idag. Men hos oss är det svårt. Vi befinner oss på en marknad där vi inte själva sätter spelreglerna, träningsvanor ändras hela tiden och vi behöver förhålla oss till rådande trender. Vi ska göra på vårt sätt. Friskis är Friskis - vi springer inte på alla bollar, men vill heller inte sticka ut genom att bara avstå.



**Vi ska göra på vårt sätt.
Friskis är Friskis – vi springer
inte på alla bollar, men vill
heller inte sticka ut genom
att bara avstå.**

1

Erbjuda 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 beteendeföreändringar.

Varje förening behöver

- bestämma i vilka sammanhang och på vilka sätt föreningen ska erbjuda träning utanför anläggning
- dela goda exempel, hylla och uppmuntra initiativ
- nätverka lokalt med relevanta organisationer/aktörer
- utveckla uppdrag för anställda, ideella ledare och funktionärer inom Friskis att erbjuda träning på annan plats

Gemensamt behöver vi

- utveckla ett flexibelt träningsutbud som inspirerar och underlättar träning på annan plats än anläggning
- utveckla gemensamma mallade koncept för träning på annan plats inklusive format för att kunna ta betalt

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.

Varje förening behöver

- aktivt se över sina ytor, implementera gemensamma riktlinjer och designkoncept för att stärka både medlemsupplevelse och attraktionskraft
- hålla i Friskis varma och inkluderande bemötande genom löpande kompetensutveckling
- aktivt dela smarta idéer så att det blir lättare att kopiera framgångsrika lösningar. Allt från samarbeten med fastighetsbolag eller andra aktörer till tips på leverantörer

Gemensamt behöver vi

- ha ett gemensamt designkoncept för våra lokaler med konkreta åtgärder för att höja kvaliteten på Friskis anläggningar
- ta fram stöd och riktlinjer för föreningar utan egen lokal att ändå följa Friskis visuella identitet
- ta fram riktlinjer för nya typer av anläggningar och förstärkt Friskis-närvaro närmare människor - det kan till exempel vara på arbetsplatsen eller i bostadsområdet.
- fortsätta det gemensamma arbetet för att ständigt förbättra bemötande och service



3

Öppna anläggningar på fler platser och fler orter

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.

Varje förening behöver

- aktivt undersöka på vilka sätt Friskis kan växa och var vi skulle kunna etablera oss
- aktivt söka möjlighet till finansiering för expansion

Gemensamt behöver vi

- ta fram skalbart stöd för expansion
- utveckla mentorskap, där de som startat förening/anläggning kan rådge

4

Förenkla köp, sälj och hantering av medlemskapet 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 specialösning. 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.

Varje förening behöver

- stärka Friskis säljbarhet genom att aktivt bidra till och följa gemensamma mallar, villkor och korttyper
- samarbeta för gemensamma träningskort inte minst i relevanta pendlingsregioner
- bedriva försäljning mot företag, samordnat med andra föreningar

Gemensamt behöver vi

- enas om gemensamma mallar, korttyper och erbjudanden
- avsätta resurser för ett digitaliserat köpflöde och hantering av medlemskap samt höja Friskis kompetens inom e-handel
- utveckla digital synlighet och sökbarhet samt öka konverteringen på extern webbplats, appar och andra digitala plattformar där köp kan ske
- vidareutveckla vår personifierade kommunikation med medlemmar på Friskis vis i appar och andra digitala gränssnitt

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 träningskompisar 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 kunskapsspridare 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.

Varje förening behöver

- exponera Friskis Go för medlemmar och potentiella medlemmar med samma självklarhet som träning på anläggning
- använda Friskis Go som stöd och inspiration för ledare och funktionärer
- använda innehållet i Friskis Go på ett relevant och kreativt sätt. Till exempel för att uppvakta olika lokala målgrupper och aktörer.

Gemensamt behöver vi

- avsätta resurser för Friskis gemensamma appar och utveckla ett relevant och attraktivt innehåll
- underlätta och malla såväl lokala som nationella aktiviteter med innehåll i Friskis Go som nav.



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.

Framtidssäkra vår organisation

I Friskis är vi engagerade, men vår kraft är väldigt splittrad. För att orka mer än att bara driva verksamheten och hålla näsan över vattenytan, behöver vi bättre nyttja varandra och våra resurser. För Friskis vill mer.

Att växa och engagera är en del av vårt DNA. För att välkomna fler behöver vi attrahera olika ideella krafter, öppna för nya perspektiv och bli starkare rent organisatoriskt.

Mycket av det vi gör lider av att vi inte nyttjar vår storlek. Vi dubbeljobbar och det kostar medlemmarna mer än nödvändigt. Engagemang och kvalitet i Friskis hotas av att få personer förväntas bemästra en allt mer krävande lista av uppgifter. Framtidens Friskis behöver en smartare organisation.

Engagemang och kvalitet i Friskis hotas av att få personer förväntas bemästra en allt mer krävande lista av uppgifter.





Vår strategiska riktning är att

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?

Varje förening behöver

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

Gemensamt behöver vi

- ta fram en process och plan för hur sammanslagningar kan göras på ett bra och effektivt sätt och för hur en ny föreningsstruktur ska fungera
- utarbeta stöd i processen för samgående

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.

Varje förening behöver

- nyfiket utforska möjligheten till externa samarbeten som kan göras på Friskis sätt och samtidigt innebära en intäkt.

Gemensamt behöver vi

- utveckla våra gemensamma ramar för externa samarbeten
- undersöka hur Friskis ska kunna säkerställa finansiering av etableringar på nya platser

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 istället 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.

Varje förening behöver

- vara bra på att både söka upp och ta hand om nya personers engagemang och hitta former för att välkomna dem
- uppmuntra även mindre initiativ, alla kanske inte vill ta ett större funktionärsuppdrag som till exempel styrelseledamot, värd eller ledare

Gemensamt behöver vi

- fortsätta erbjuda tydliga ramar och utbildning av hög kvalitet
- sänka tröskeln till engagemang genom mer flexibla uppdrag och utbildningar
- fortsätta utveckla gemensamma strukturer och stöd för styrelsearbete, kunskapsöverföring och ny teknik
- fortsätta utveckla och implementera den gemensamma funktionärsresan med nya arbetssätt och uppföljning



Även om Friskis är bra på mycket när det gäller engagemang kan vi inte slå oss till ro.



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 uppträffas 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.

Varje förening behöver

- dela med sig och ta del av goda exempel
- delta i rådslag om gemensamma lösningar
- använda gemensamma lösningar när de har lanserats

Gemensamt behöver vi

- utveckla formerna för föreningsråd i, ett urval för hela Friskis, viktiga frågor. Med mål att ta tillvara kompetens och olika perspektiv inom Friskis för att skapa relevanta förankrade lösningar.
- systematisera delandet av goda exempel inom Friskis så att det blir lätt att "kopiera"
- ge Riks i uppdrag att initiera eller samordna processer för gemensamma lösningar inom relevanta områden

Fler och nya perspektiv

Friskis har en stolt tradition av att bjuda in i en avspänd anda. Men Sverige blir allt mer diversifierat. Det syns inte i vår organisation, även om det ofta syns på våra träningsanläggningar. Det ideella engagemanget är Friskis fundament och med ännu fler perspektiv skulle vi berikas och fler skulle känna sig välkomna.

För att vara en aktör i tiden behöver vi rannsaka oss själva. Hur enkelt är det egentligen att närma sig Friskis, börja träna och fördjupa sitt engagemang idag? Hur tar vi vara på människors olikheter och erfarenheter? Och hur välkomnar vi olika typer av engagemang?



Hur enkelt är det egentligen att närma sig Friskis, börja träna och fördjupa sitt engagemang idag?

Vår strategiska riktning är att

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?

Varje förening behöver

- nyfiket utforska nya trender och önskemål från medlemmar och potentiella medlemmar för att möta behov på Friskis sätt
- aktivt bidra i samtalet kring att utveckla Friskis erbjudande och utbud

Gemensamt behöver vi

- löpande utveckla Friskis erbjudande och utbud
- hålla samtalet om vad som är Friskis levande

Vi vill och behöver göra ett urval av rådande
trender och omsätta dem på Friskis vis.
Hitta nya uttryck för vår idé.



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.

Varje förening behöver

- undersöka och sätta mål dels för hur engagerade och anställda speglar föreningens medlemskår, dels för hur medlemmarna speglar befolkningen på orten.
- aktivt rekrytera för att uppnå god och bred representation bland ledare, funktionärer och styrelseledamöter
- aktivt arbeta för att nya perspektiv välkomnas och tas till vara.
- undersöka och ingå samarbeten med aktörer som når målgrupper som inte är representerade hos Friskis idag

Gemensamt behöver vi

- öka kunskapen om normer inom Friskis, som en fördjupning i Röda tråden
- ge ett gemensamt uppdrag till lokala valberedningar om att vidga perspektivet i Friskis beslutande rum
- dela gemensamma insikter som kan stötta nyrekrytering av medlemmar och ideella som ger Friskis en större mångfald av perspektiv

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.

Varje förening behöver

- på olika sätt kartlägga vilka grupper som nås respektive inte nås idag och lära sig mer om båda kategorier
- omsätta insikterna i medlemsresan till utveckling av lokalt utbud, verksamhet och kommunikation

Gemensamt behöver vi

- avsätta resurser för att kunna samla kunskap om olika målgrupper med professionella metoder
- forma Friskis medlemsresa med hjälp av de insikter vi får och göra kunskapen tillgänglig för hela Friskis
- dra nytta av insikterna i allt från tränings- och föreningsutveckling till kommunikation och digitalisering



Lite mer WOW!

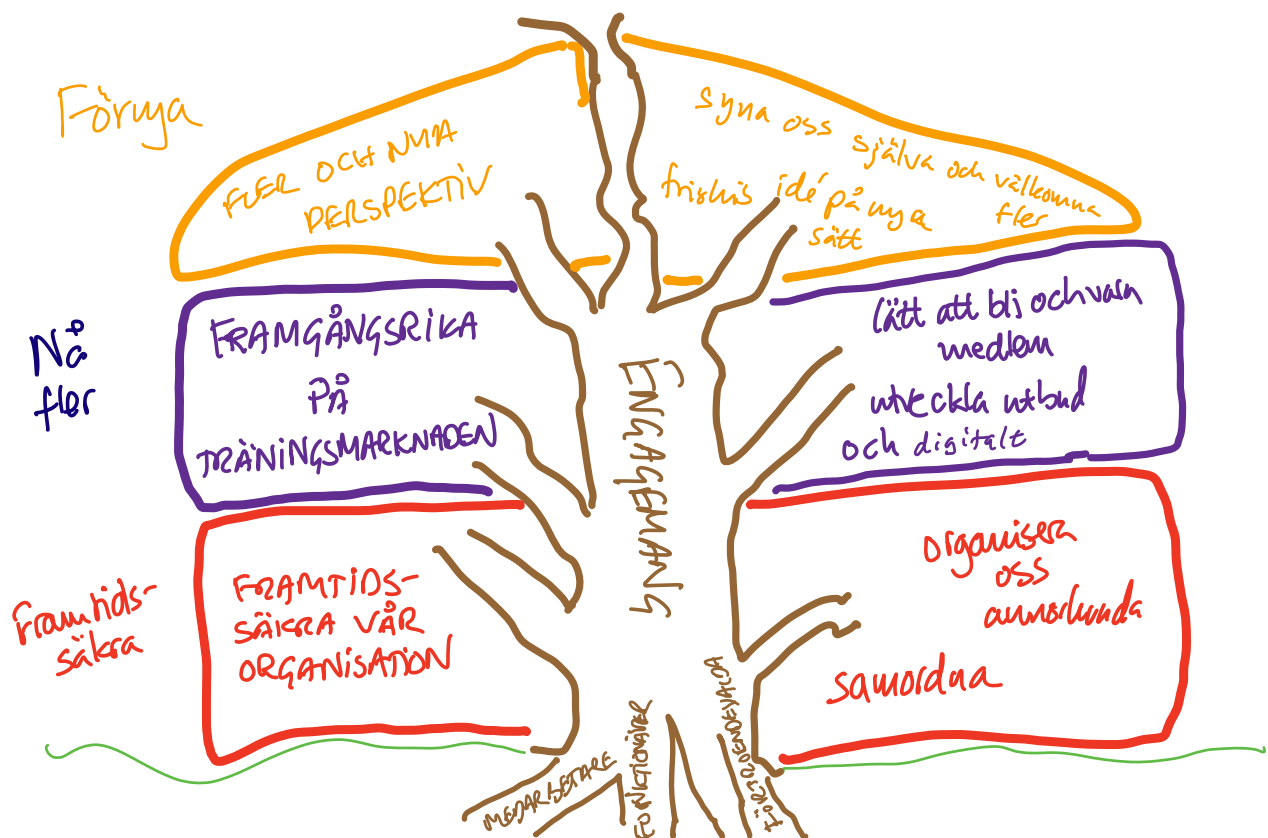
**18 sätt att veta
att strategin
har lyckats**



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

- ha en positiv medlemsutveckling inom hela Friskis. Med tillväxt av medlemmar i samtliga föreningar, jämfört med 2022
- medlemsbasen bättre ska spegla befolkningen på de orter där vi finns, jämfört med 2022
- 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
- 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
- medlemmar i Friskis ska nås av personifierad kommunikation i app och andra digitala gränssnitt
- varje förening, under det senaste året, ska ha erbjudit träning på andra platser och sammanhang än anläggningen, regelbundet och/eller som engångsföreteelse
- 20% av hela Friskis finansiering ska komma från annat än medlemsavgifter
- medlemmarnas benägenhet att rekommendera det lokala Friskis till andra ska vara högre, jämfört med 2022
- funktionärernas benägenhet att rekommendera det lokala Friskis till andra som vill engagera sig ideellt ska vara högre jämfört med 2022
- Friskis ska ha öppnat anläggningar i 10 nya orter jämfört med 2022
- Friskis ska ha öppnat flera anläggningar på de orter där vi redan fanns 2022
- alla medlemmar ska ha loggat in i Friskis Go, 70% av medlemmarna ska ha använt Friskis Go senaste året och 40% regelbundet
- vi inom Friskis ska ha tecknat minst 20 nationella företagsavtal och 400 lokala, avseende träning
- Friskis ska bestå av max 60 föreningar i Sverige och inom kort ännu färre
- vi ska ha lanserat nya funktionärsuppdrag och testat nya plattformar för lokalt demokratiskt engagemang
- vi inom Friskis ska ha erfarenhet av minst 80 punktinsatser från ideella som vill engagera sig men inte vara ledare, värdar eller styrelseledamöter
- vi inom Friskis ska ha minst 30 goda lokala exempel upplagda på Workplace som lätt kan kopieras av andra föreningar
- 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

Bilaga



Strategin har tagits fram gemensamt av Friskis föreningar genom delaktighet i ett stort antal workshops, rådslag och digitala dialoger. Den här illustrationen har använts under processen, då viktiga områden definierats och strategin vuxit fram.

