



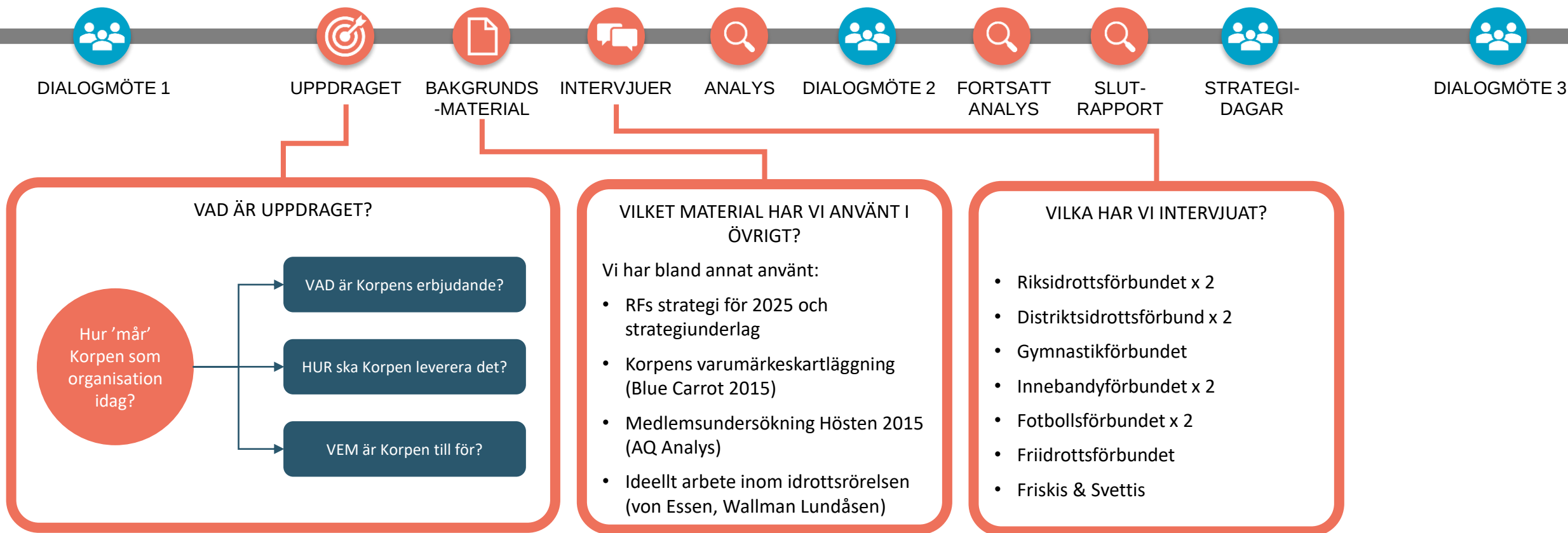
Korpen - Dialogmöte 2

Pass 1

2017-06-02 – 2016-06-03

Aronsborgs konferenshotell

Vad är det då vi håller på med?



...och vad är målet med arbetet?



FOKUS
KORPEN
2025

Det arbete vi gjort kommer att presenteras i två olika pass...

...där passen ska ses som uppvärmningsövningar eller tankeväckare inför de diskussioner som kommer genomföras senare under lördagen

Hur ser övriga idrotten på Korpen?

Hur 'mår' Korpen?

Hur ser övriga idrotten på Korpen?

Korpen fyller en viktig funktion idag i att erbjuda idrott för att må bra hela livet



Korpens bredd lyfts fram som en styrka för att erbjuda idrott för hela livet.
Samtidigt skapar det en utmaning för Korpen i att kommunicera och sammanhålla sitt erbjudande.

Bilden av Korpen har enligt de externa respondenterna förändrats över tid

Historiskt finns det en tydlig bild av Korpen...



Korpfotboll
Arbetsplatser
Finns överallt

Förut hängde mycket på arbetsplatser, nu tror jag knappt att det finns något kvar av det – i stället har man ungdomsverksamhet.

...som nu håller på att förändras...



Allt möjligt
Fokus på unga
Saknas på vissa ställen

Förr fanns man lite överallt, nu tror jag att de saknas på vissa ställen.

...men man vet inte riktigt hur, och vart man är på väg.



Man har gått från Korpfotboll och företagslag till allt möjligt.

Korpen upplevs stå för stor glädje och gemenskap, men också som spretiga och utan ett tydligt erbjudande

Motion
'Äldreverksamhet' Gym Tävling
Spretiga
Företagslag 'fotboll för unga som lämnar föreningen' Glädje
Olika i hela landet Lägre ambitionsnivå Folkhälsa
Social funktion Vad står Korpen för? Korpfboll
Bredd Idrott hela livet Beror på var man bor
De måste positionera sig! Demokrati Gemenskap Allt för alla
Man köper en tjänst Innebandy Deltagande på egna villkor
En odefinierad föreningsrörelse



Till skillnad från andra idrottsföreningar ser man på Korpens medlemsrelation som en kundrelation...

...och att Korpens erbjudande finns i gränslandet mellan idrottsföreningar och den kommersiella marknaden.



Enkelheten i kundrelationen ses som en möjliggörare för Korpen - man erbjuder en tjänst. Samtidigt skapar denna syn på Korpens erbjudande en osäkerhet kring var Korpen platsar.

Frågor för diskussion



VAD ÄR KORPENS STÖRSTA KONKURRENSFÖRDELAR
JÄMFÖRT MED ANDRA IDROTTSFÖRENINGAR OCH
KOMMERSIELLA AKTÖRER?

Vad är Korpens största konkurrensfördelar?



30 SEKUNDER

Instruktion

Skriv det du tycker är Korpens viktigaste konkurrensfördel.

Vad tycker jag är Korpens största konkurrensfördel?



Vad är Korpens största konkurrensfördelar?



3 MINUTER

Instruktion

Enas kring bordet vilken ni tycker är den starkaste fördelen.

Den starkaste konkurrensfördelen enligt gruppen

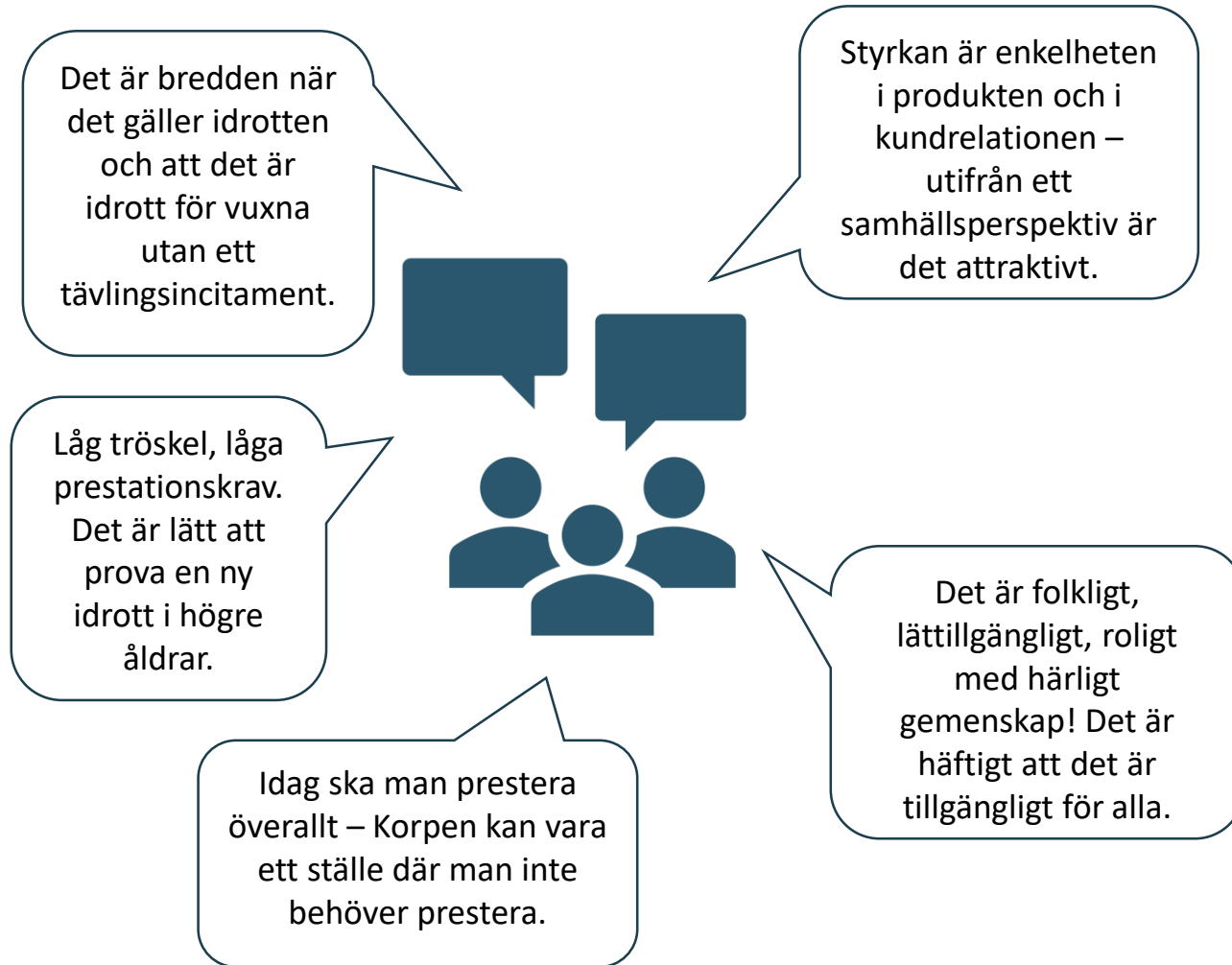
Varför är den viktigast?

Frågor för diskussion



VAD ÄR KORPENS STÖRSTA KONKURRENSFÖRDELAR
JÄMFÖRT MED ANDRA IDROTTSFÖRENINGAR OCH
KOMMERSIELLA AKTÖRER?

Vad säger då de externa respondenterna om Korpens konkurrensfördelar?



ENKELHETEN
LÄTTILLGÄNGLIGHET
BREDDEN
FÖR VUXNA
LÅGT PRESTATIONSFOKUS
ROLIGT
GEMENSKAP

Sammanfattning: Korpens erbjudande

Korpen upplevs ha ett mycket viktigt uppdrag i att erbjuda idrott för hela livet.

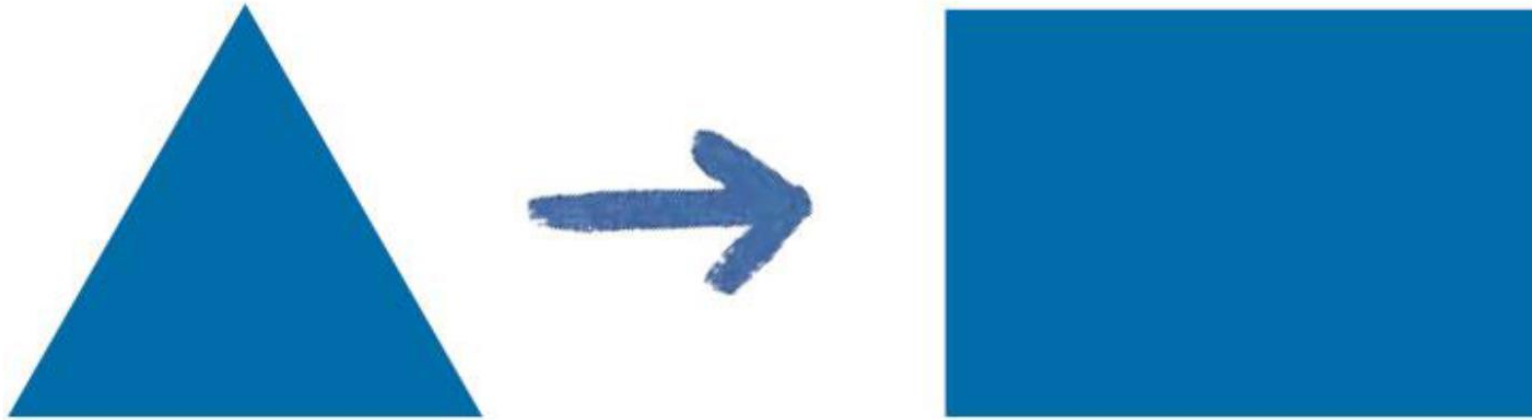
Bilden av Korpen håller på att förändras. Bilden av företagsidrotten och Korpfbollen suddas ut, men det är inte tydligt vad som växer fram i stället.

Man uppfattar Korpens medlemskap mer likt en kundrelation än ett medlemskap i en förening. Det ses både som en styrka i och med enkelheten som det erbjuder, samtidigt som det skapar utmaningar kring föreningen som form från ett värderingsperspektiv.

Man upplever att Korpens styrkor centrerar kring icke-materiella attribut: tillgängligheten, gemenskapen och att kunna idrotta på egna villkor.



Det pågår en förändringsprocess inom RF som innebär en särskild utmaning/möjlighet för Korpen



Bilden visar en förflyttning från den traditionella bilden av idrottsrörelsen med en bred bas av barn och unga och spetsig topp av elitidrottare – en triangel, till en idrottsrörelse där alla kan vara med under hela livet och träna och tävla på olika nivåer inom såväl bredd- som elitidrott – en rektangel.

Vilken roll ska Korpen ha i rektangeln?

Synen på Korpens plats i rektangeln varierar beroende på förbund

"SAMARBETA"

Om alla idrotter ska göra resan mot rektangeln så har ju Korpen en enorm erfarenhet och kompetens att dela med sig av. Man kanske ska fundera på en liknande modell som parasporten för att dela med sig av sin kompetens.

Man kanske kan samverka med Korpen när man inte mår med... Ska vi förändra oss och nå grundtanken i strategin måste vi vara modiga och öppna upp för samarbete.

"KORPEN HAR NÅGON SLAGS ROLL I REKTANGELN"

En utmaning på riksnivå är att finna sin plats i idrottsfamiljen. Korpen har en plats längst ut på ena sidan ut mot samhället.

I rektangeln är väl Korpens roll ganska stor. Vi kommer tillbaka till Korpens nisch: folkhälsan. Korpen borde älska rektangeln!



EXTERNA RESPONDENTER

"KORPEN BLIR ÖVERFLÖDIG"

Korpen har hittills fyllt ett glapp. Men lyckas omställningen från triangel till rektangel så kommer inte Korpen att behövas.

Om vi själva klarar av att erbjuda motionsidrott så minskar Korpens betydelse för oss. Helt försvinner deras roll nog inte.

En del förbund är redo att 'ta tillbaka' sina idrotter och utövare, medan andra ser stora möjligheter för Korpen och för ett positivt samarbete med Korpen.

Riksidrottsförbundets syn på Korpens plats i rektangeln



KORPEN HAR EN VIKTIG ROLL I REKTANGELN! IDROTT HELA LIVET OCH FOLKHÄLSA ÄR JU REDAN KORPENS NISCH.

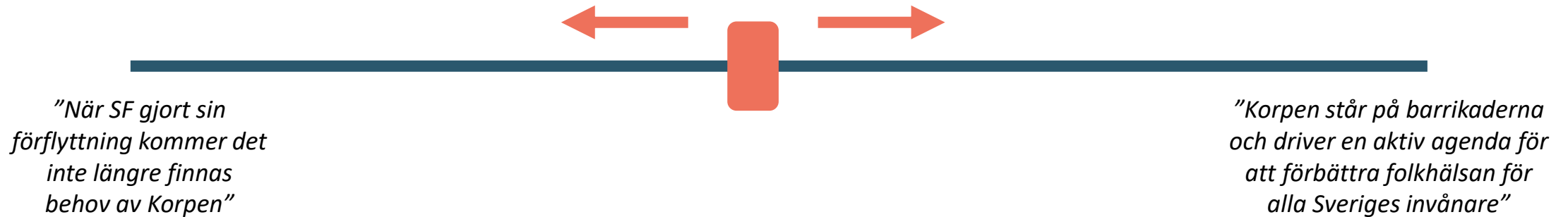
UPPLEVER ETT ÖVERDRIVET FOKUS PÅ KONKURRENS OCH ATT "TA SIN PLATS".

MAN MÅSTE BETONA KORPENS KOMPLETTERANDE ROLL OCH HITTA NYA MÅLGRUPPER.

KORPEN OCH ANDRA SF MÅSTE SAMARBETA MED VARANDRA FÖR ATT FÅ FLER ATT IDROTTA.

Olika aktörer har olika åsikter kopplat till vad rörelsen mot "Rektangeln" egentligen betyder...

...där de olika åsikterna kan symboliseras genom ett "skjutreglage" med två extremer och där sanningen förmodligen kommer att ligga nånstans emellan dessa.

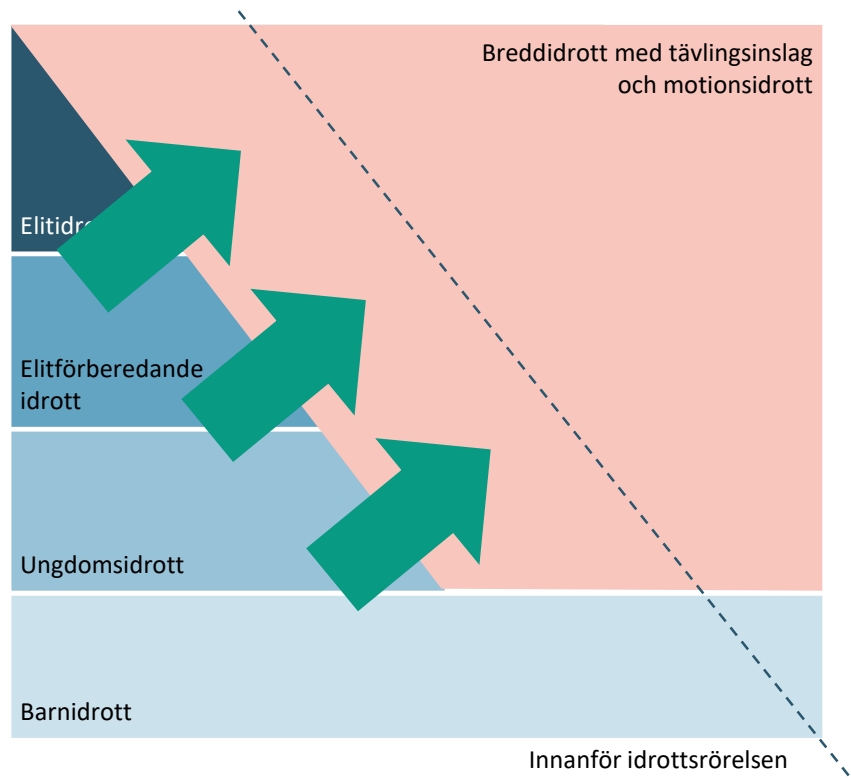


Men utrymmet "nånstans där emellan" kan innebära väldigt många olika saker vilket också påverkas av åt vilket håll man drar skjutreglaget – och det här ses som en viktig fråga utifrån ett strategiskt perspektiv. **Vilken position vill och bör Korpen ta och vad krävs för att komma dit?**

Respondenterna har föreslagit olika roller som Korpen skulle kunna ta framöver – låt oss titta på dem!

Några tänkbara roller för Korpen som har utkristalliserats i intervjuerna med de externa respondenterna

KORPEN TAR DEN ROLL SOM 'BLIR ÖVER'



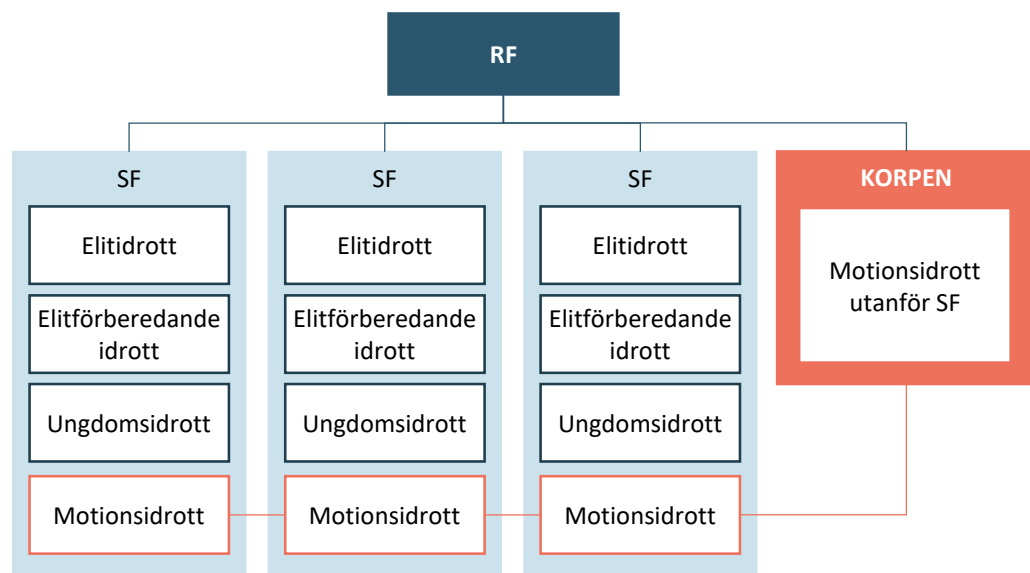
När specialidrottsförbunden börjar arbeta mot motionsidrott eller breddidrott med tävlingsinslag kan Korpen fortsätta att aktivt arbeta med den målgrupp och det erbjudande man redan har. Det kommer troligen att finnas ett utrymme för Korpen. Man samarbetar där det finns möjlighet.

Vi kommer att ha föreningsanknutna motionsaktiviteter – man är kvar i föreningen men vill inte spela på samma nivå som tidigare. Detta handlar framför allt om att behålla medlemmar, inte locka nya.

Det är bättre att de spelar i Korpen än att de inte spelar alls. Men vårt synsätt är att om man en gång startar men sedan lämnar så lever inte föreningen enligt visionen att alla som vill kan spela men på en annan nivå.

Några tänkbara roller för Korpen som har utkristalliserats i intervjuerna med de externa respondenterna

'PARASPORT-MODELLEN'



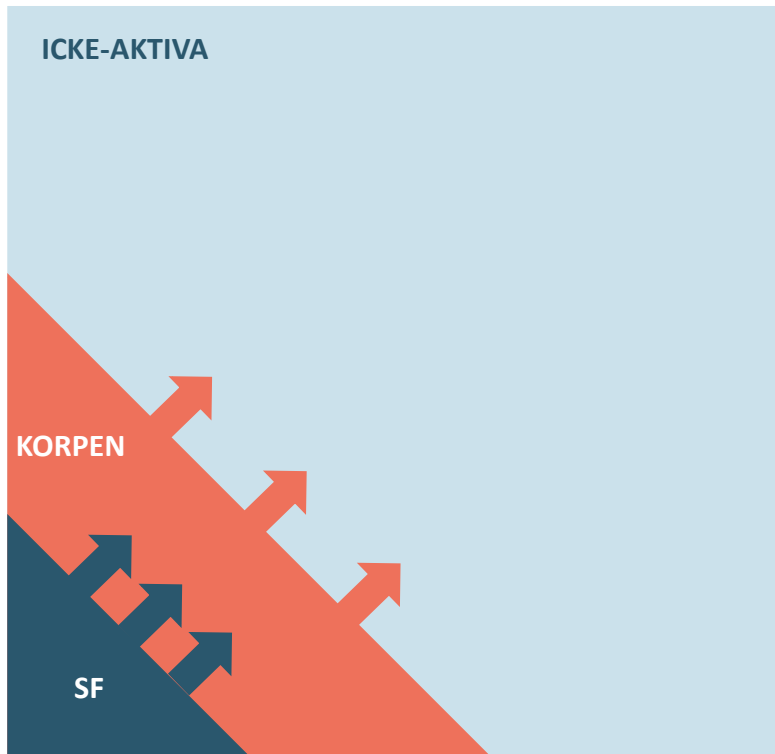
Fokus är att möjliggöra snarare än att utföra.
Korpen flyttar till del sin aktivitet in i specialidrottsförbunden
men behåller en organisation som kan sprida kunskap och stötta
arbetet med motionsidrott.

Finns det ett existensberättigande för Korpen? Det tror jag, men inte nödvändigtvis samma existensberättigande som nuvarande form givet idrottens förändringsresa, men kanske en liknande roll som parasportförbundet.

Vår framtida relation beror på hur Korpen ser på sig själva – är man som parasportförbundet och tycker att verksamheten ska bedrivas inom förbunden blir det inga konstigheter och då kommer vi överens.

Några tänkbara roller för Korpen som har utkristalliserats i intervjuerna med de externa respondenter

PORTEN IN TILL IDROTTEN



Korpen fokuserar på den stora massan som idag inte är aktiva: **äldre**, lägre **socioekonomiska** grupper, **invandrare**. Man ser att det finns en stor möjlighet för Korpen att jobba med **integration** och vara en 'port' in i svensk idrott för de som inte har tillgång till organiserad idrott idag.

Det borde räcka för alla – Korpen kanske ska fokusera på att få ännu fler som idag inte är aktiva att bli engagerade.

Man måste hitta andra målgrupper än ungdomar – äldre målgrupper. Det finns stora motionsbehov hos andra än ungdomar

Några tänkbara roller för Korpen som har utkristalliserats i intervjuerna med de externa respondenterna

'FOLKHÄLSO-KORPEN'



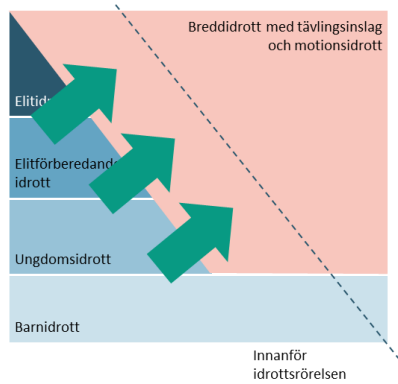
Korpen kan utveckla sitt erbjudande och fokusera på sin roll som folkhälsoaktör. Detta kan involvera att hitta nya målgrupper, men framför allt att arbeta med sitt erbjudande för att sprida kunskap och utveckla andra typer av aktiviteter som aktiverar på nya sätt: till exempel familjeaktiviteter eller rörelse med den egna kroppen utomhus.

Pratar vi folkhälsa i stort så borde Korpen fylla en jättestor funktion. Det finns mycket verksamhet riktad mot den breda massan som man inte kan lägga i ett specialförbund där man kan göra ett jättearbete.

Det finns ju ett jättestort behov av att folk behöver röra på sig och behöver få kunskap om hur man ska röra på sig.

Barn rör inte på sig utanför organiserad idrott. Där ser jag Korpens roll, även på barn- och ungdomsnivå. Man skapar aktiviteter för hela familjen under lättsamma former.

VI TAR DEN ROLL SOM 'BLIR ÖVER'

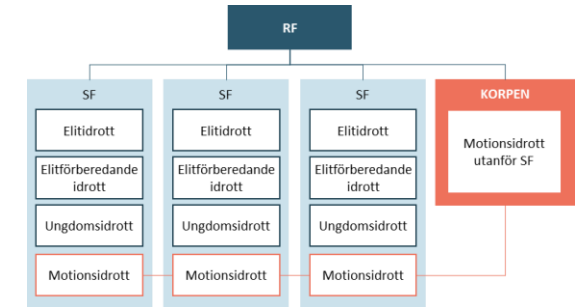


I VILKEN AV DESSA ROLLER TROR DU
ATT KORPEN KAN GÖRA MEST NYTTA
FRAMÖVER?



PORTEN IN TILL IDROTTEN

'PARASPORT-MODELLEN'



'FOLKHÄLSO-KORPEN'

Sammanfattning: Korpens roll i rektangeln

Korpen sitter på mycket kunskap om hur man ska bedriva motionsidrott, vilket ses som en möjlighet i resan mot rektangel.

Synen på Korpens roll varierar från att Korpen är en självklar aktör inom svensk idrott som står på egna ben till att de inte längre behövs om SF lyckas med att ta över motionsidrotten.

Många SF är öppna för att samarbeta med Korpen, något som också RF betonar vikten av, men det är inte självklart vem som ska ta initiativ till denna dialog.



Korpen - Dialogmöte 2

Pass 2

2017-06-02 – 2016-06-03

Aronsborgs konferenshotell

Igår pratade vi om hur övriga idrotten ser på Korpen...

...och idag fortsätter vi med ett mer internt perspektiv på hur Korpen 'mår'

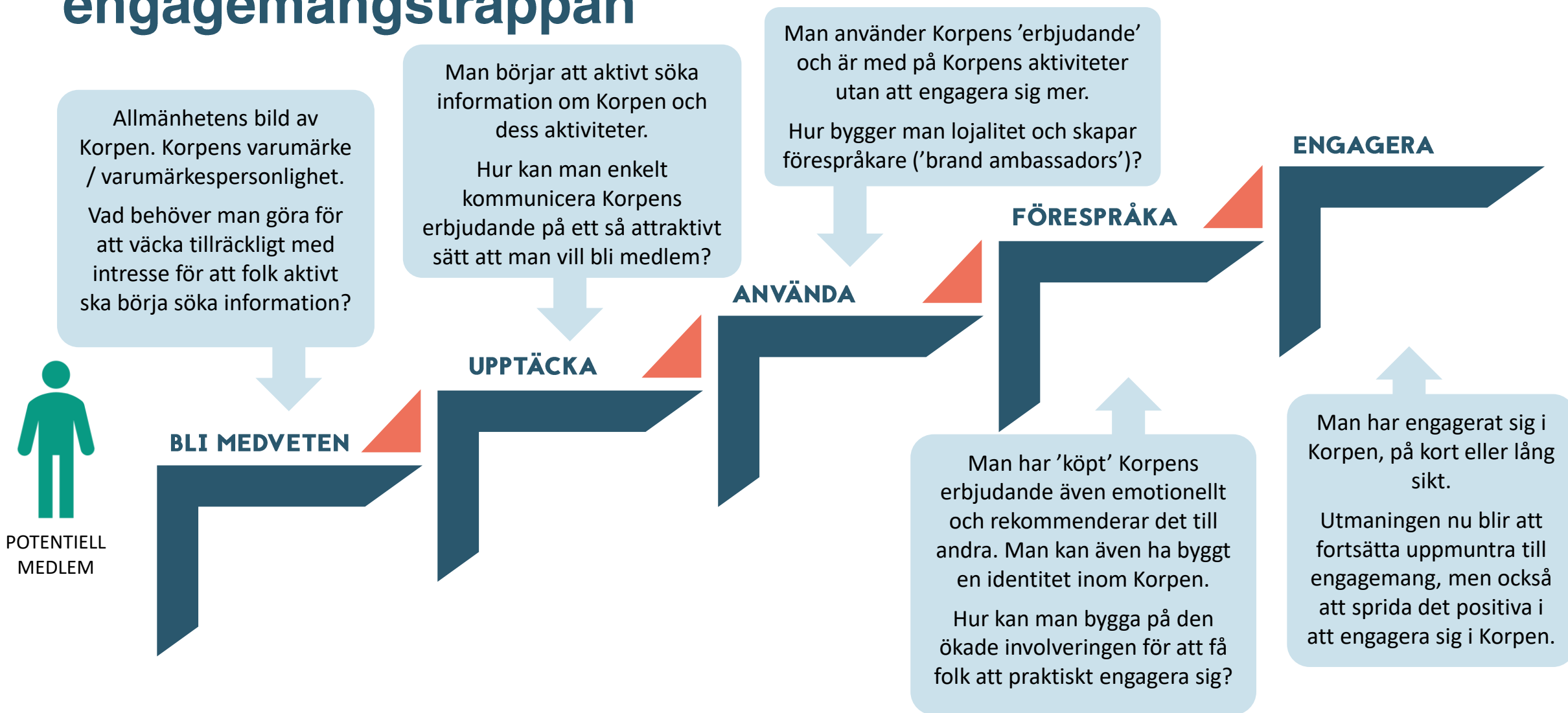
Hur ser övriga idrotten på Korpen?

Hur 'mår' Korpen?



Hur 'mår' Korpen?

Ett sätt att förstå hur Korpen mår är att använda 'engagemangstrappan'



Man har en positiv bild av Korpen som roligt och lättillgängligt, men som spretiga och otydliga

För att växa behöver man marknadsföring, folk ska veta att man finns.

Jag tror att vi är dåliga på att marknadsföra oss, det är nog något vi måste jobba med.

BLI MEDVETEN

UPPTÄCKA

ANVÄNDA

FÖRESPRÅKA

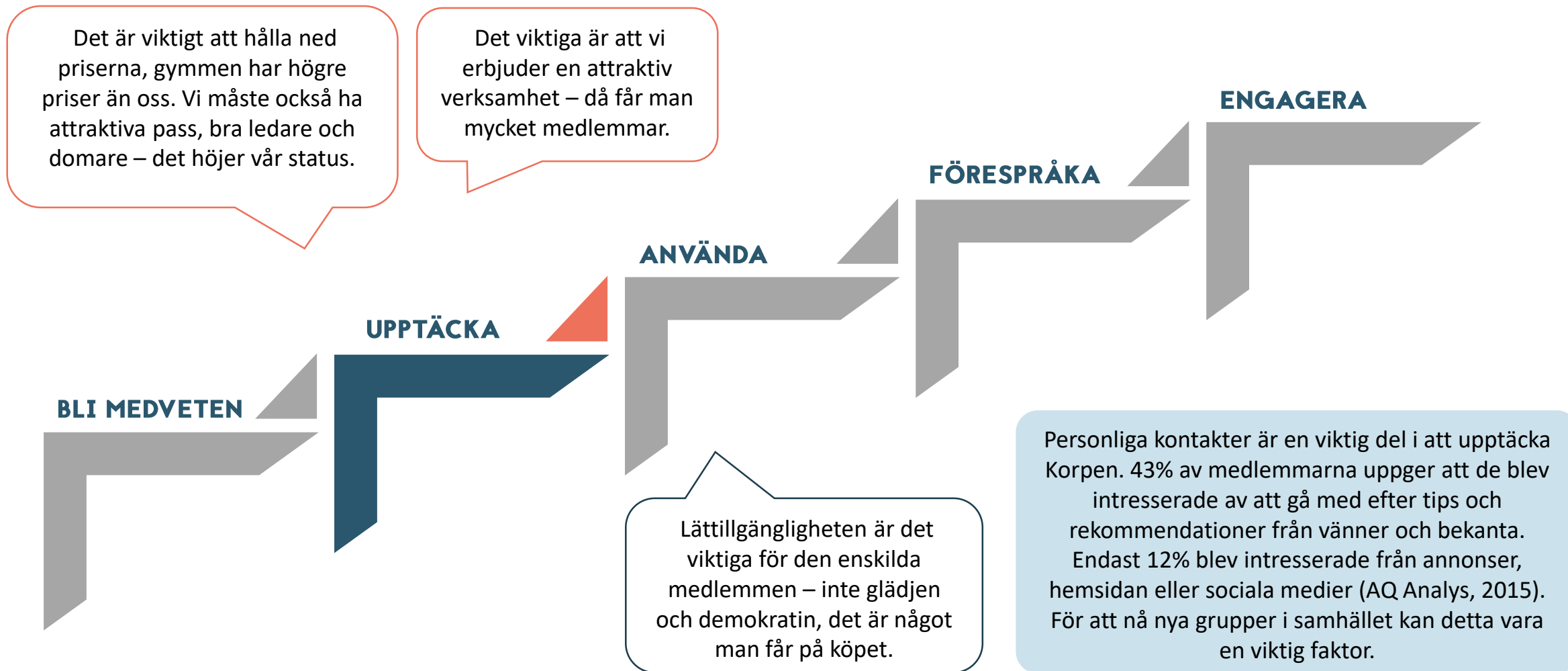
ENGAGERA

Jag uppfattar Korpen som rätt spretiga. De har jobbat med varumärket de senaste åren, de var mer mossiga tidigare.

Nu skulle jag säga att Korpens varumärke är starkt: roligt, enkelt, hälsofrämjande.

Den allmänna inställningen till Korpen är positiv och har gått i en positiv riktning, men samtidigt är kännedomen om Korpen låg och den har sjunkit från 2011 till 2015. En tredjedel av de tillfrågade har ingen kännedom om vilka aktiviteter Korpen erbjuder (Blue Carrot, 2015).

Majoriteten blir intresserade av Korpen genom personliga kontakter eller rekrytering till Korplag



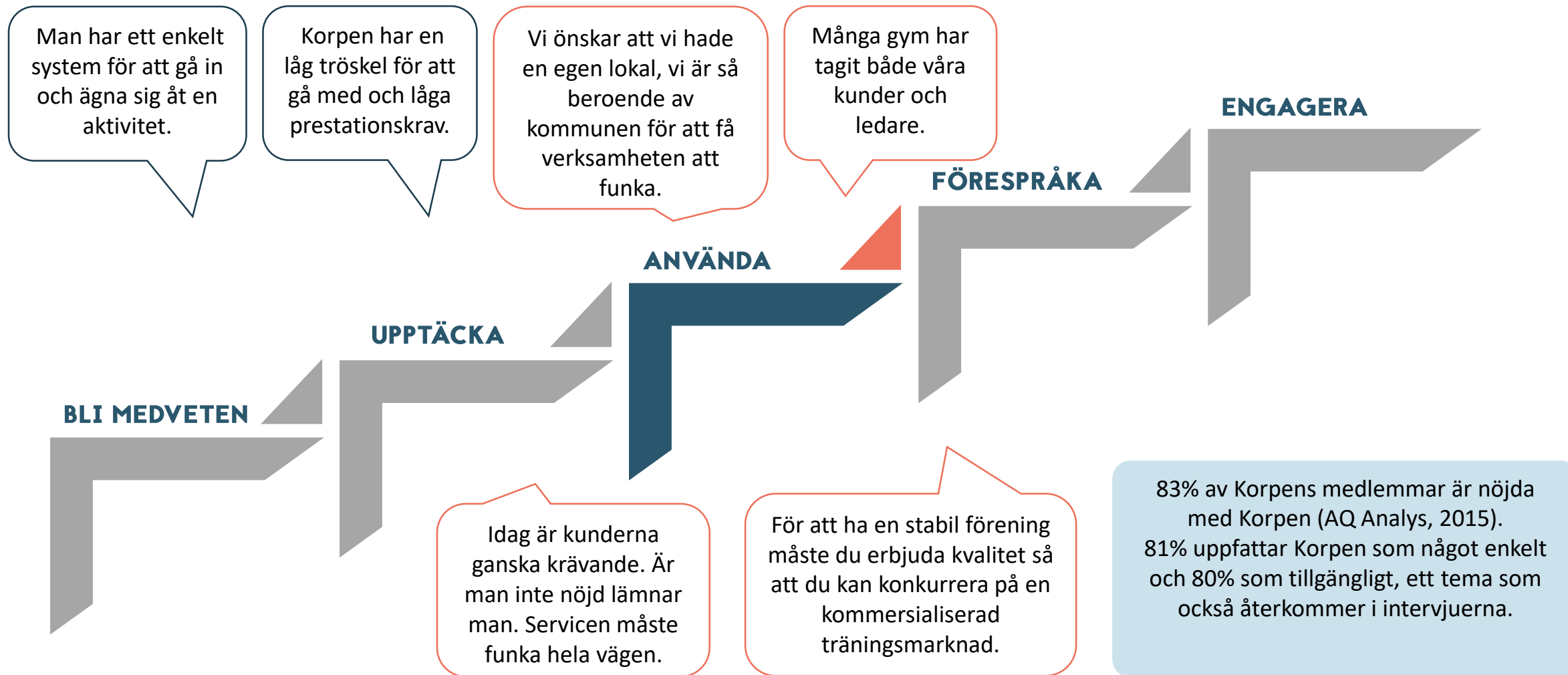
Erfarenheter från en ganska ny Korpförening...

En av möjligheterna i att gå med i Korpen som ny förening är att man uppfattas som mer seriös. Kommer man utifrån så vet man att det är 'på riktigt'.

Det jag gillar är flexibiliteten vi fått inom ramen för Korpens namn. Vi får ägna oss åt det vi vill men får samtidigt legitimitet från varumärket.



Medlemmarna är nöjda med Korpen och uppfattar Korpen som enkelt och tillgängligt



Erfarenheter från Korpföreningar som upplever medvind...

Vi verkar på en kommersiell marknad, men vi är inte en kommersiell aktör. Vi har inget vinstdrivande syfte, men vi kan inte agera annorlunda än de kommersiella aktörerna om vi vill vara relevanta.

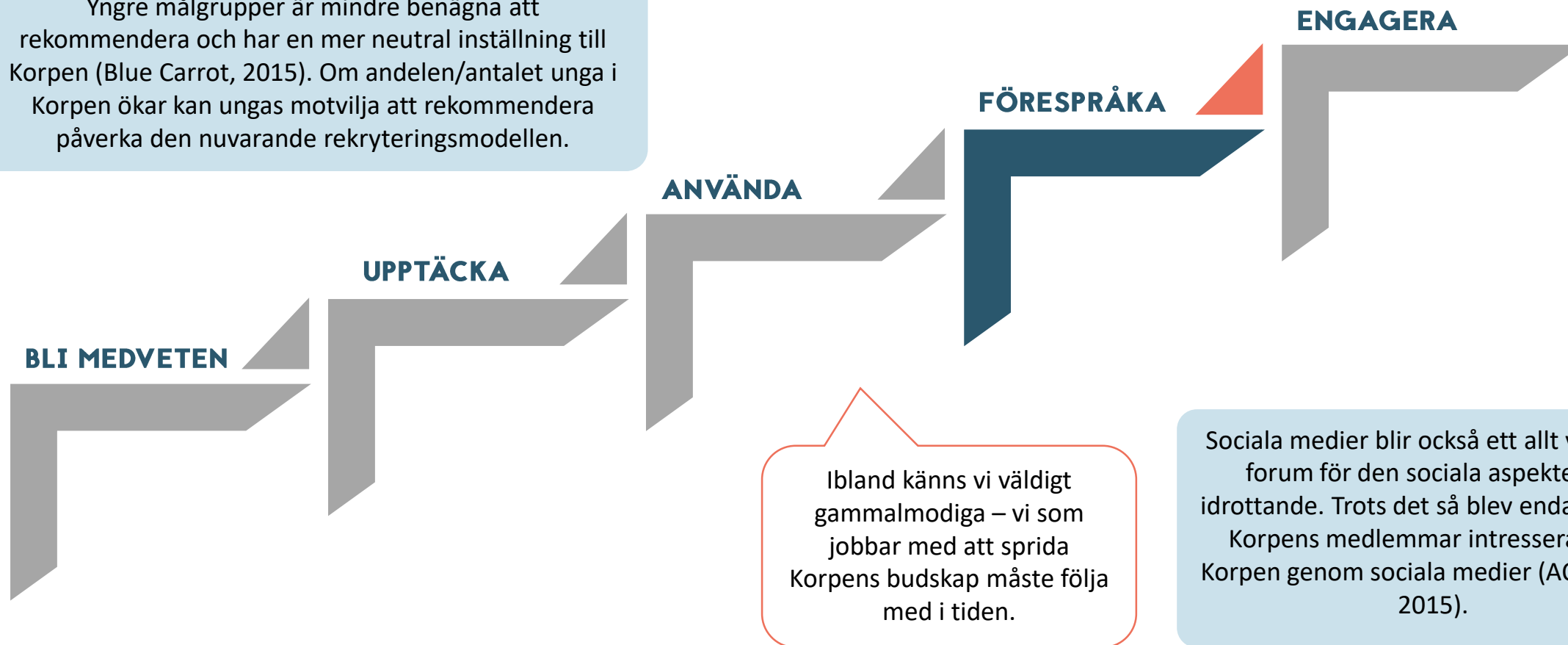
Till exempel så har tillgång till egna anläggningar gjort att vi har kunnat kvalitetssäkra vår verksamhet när det gäller tider, städning och utrustning. Detta har varit ett framgångsrecept.



Många är villiga att rekommendera Korpen, men yngre är mindre benägna att rekommendera

90% av Korpens medlemmar är positiva till att rekommendera Korpen till andra (AQ Analys, 2015).

Yngre målgrupper är mindre benägna att rekommendera och har en mer neutral inställning till Korpen (Blue Carrot, 2015). Om andelen/antalet unga i Korpen ökar kan ungas motvilja att rekommendera påverka den nuvarande rekryteringsmodellen.



Det upplevs som svårt att engagera folk ideellt trots att det faktiska engagemanget inte nämnvärt gått ned

En utmaning är att vi måste få igång medlemmarna och de som jobbar i sektionerna och få folk att engagera sig.

Det funkar hyfsat att engagera folk ideellt, men det är svårt och tar tid. Jag tror att vi måste påvisa värdet av engagemanget, det kan vi inte göra bara genom att förutsätta att folk vet värdet av det vi gör.

BLI MEDVETEN

UPPTÄCKA

ANVÄNDA

FÖRESPRÅKA

ENGAGERA

Idrotten har stora problem med det ideella engagemanget. Vi vill ha in unga vuxna idag, det är en jättesvår utmaning. Jag tror inte att det ideella engagemanget kommer att öka på kort sikt i alla fall.

Det upplevs som svårt att engagera folk inom idrotten idag. Studier visar dock att engagemanget inom idrottsrörelsen har varit nästan konstant sedan 1992 (mellan 17-19% av den vuxna befolkningen). Av de som är engagerade i en idrottsförening har endast 38% barn i samma förening. För Korpen är detta relevant eftersom det visar att merparten är villiga att engagera sig utan kopplingen till sina barn i föreningen.

Erfarenheter från Korpföreningar som upplever motvind...

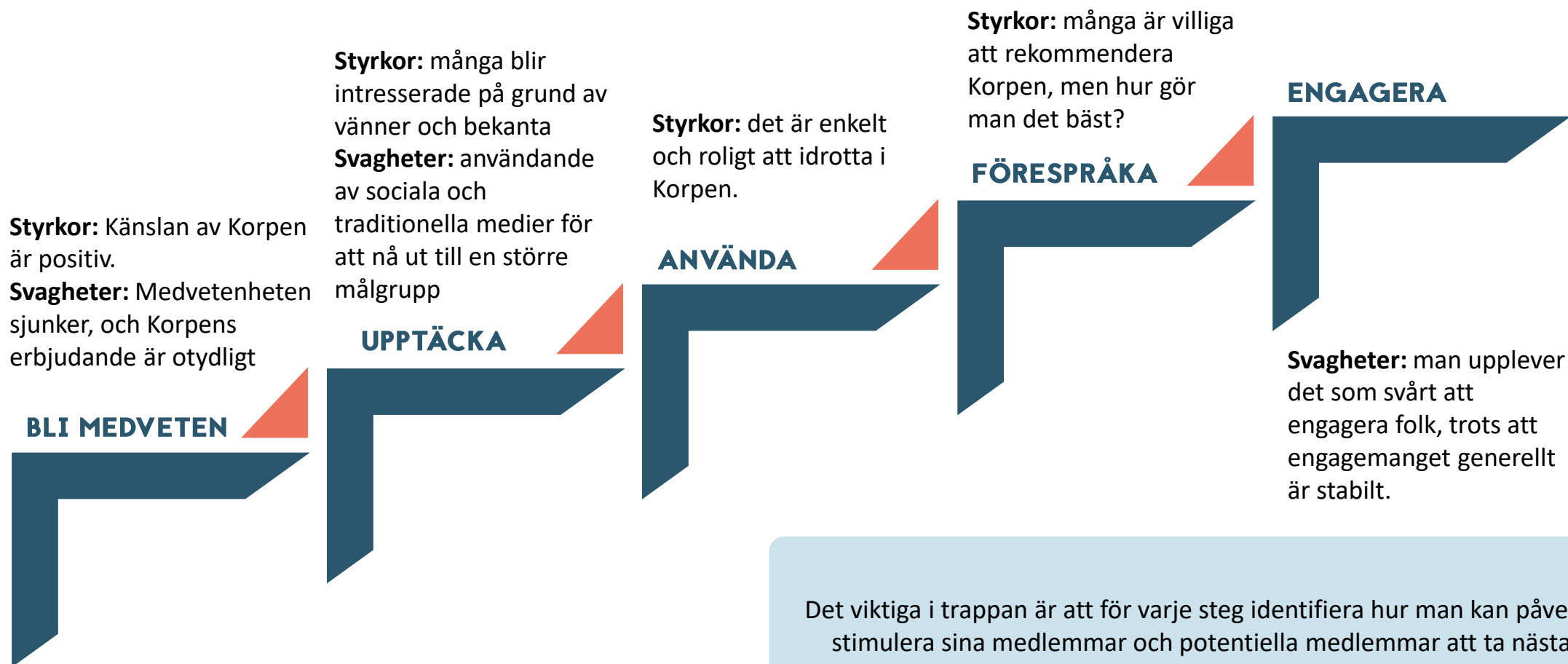
En svårighet är att upprätthålla engagemanget.

Det finns många ledare som vi utbildar, och efter några år går de till gymmen. En del lämnar på grund av att det är svårt med sammanhållningen – man ska täcka ett så stort område i så många olika lokaler, det blir svårt att hinna träffa kollegor.

Det blir så svårt med den dagliga sammanhållningen när man inte har några egna anläggningar.

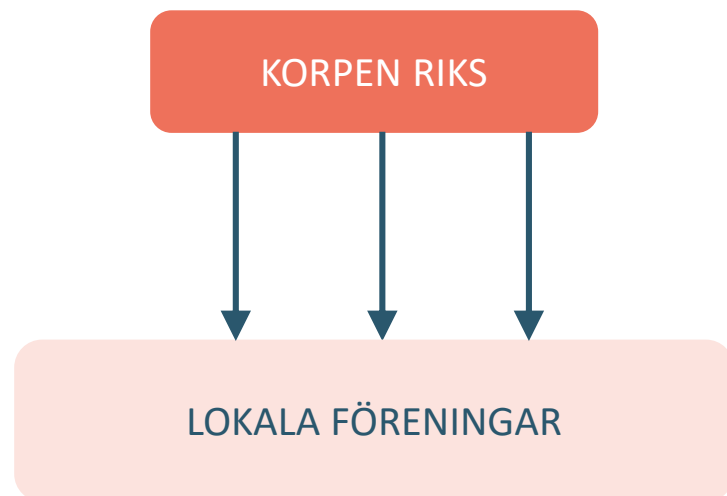


Man behöver kommunicera Korpens styrkor mer för att öka intresset av Korpens erbjudande och engagera



Var i trappan behöver man centralt stöd, och hur ska man bäst tillgängliggöra rätt stöd?

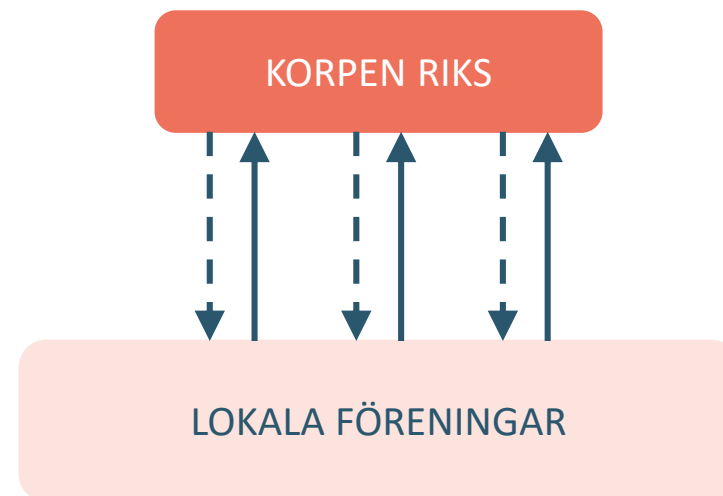
Synsätt 1:



Korpen centralt sätter en strategi och driver frågor som implementeras och efterlevs lokalt, med stöd från kansliet.

- Vad har kansliet för ansvar och för roll att påverka medlemsföreningarna i en riktning?
- Vilka initiativ ska drivas centralt, och vilka ska drivas lokalt? (ex. marknadsföring)
- Ska kansliet erbjuda stöd och expertkunskap på förfrågan från lokala föreningar?
- Har Korpen över lag en roll i att se till att man har en närvaro överallt i landet?

Synsätt 2:



Lokala föreningar efterfrågar stöd där de själva uppfattar behov och kansliet ger råd och stöd utefter de förutsättningar som finns lokalt.

Jag tycker att vi har bra stöd av Korpen Riks.

Ställer jag frågor så får jag svar, men Korpen behöver mer aktivt fråga vad föreningar behöver stöd med i stället för att vänta på att folk kommer till dem.

Jag upplever att det finns få människor inom Riks som verkligen har kunskap och kompetens om hur man utvecklar en bra idrottsverksamhet från grunden. Man tittar för mycket på organisationsfrågor och medlemskapet – man lägger så mycket värderingar i medlemskapet.

Frågor för diskussion

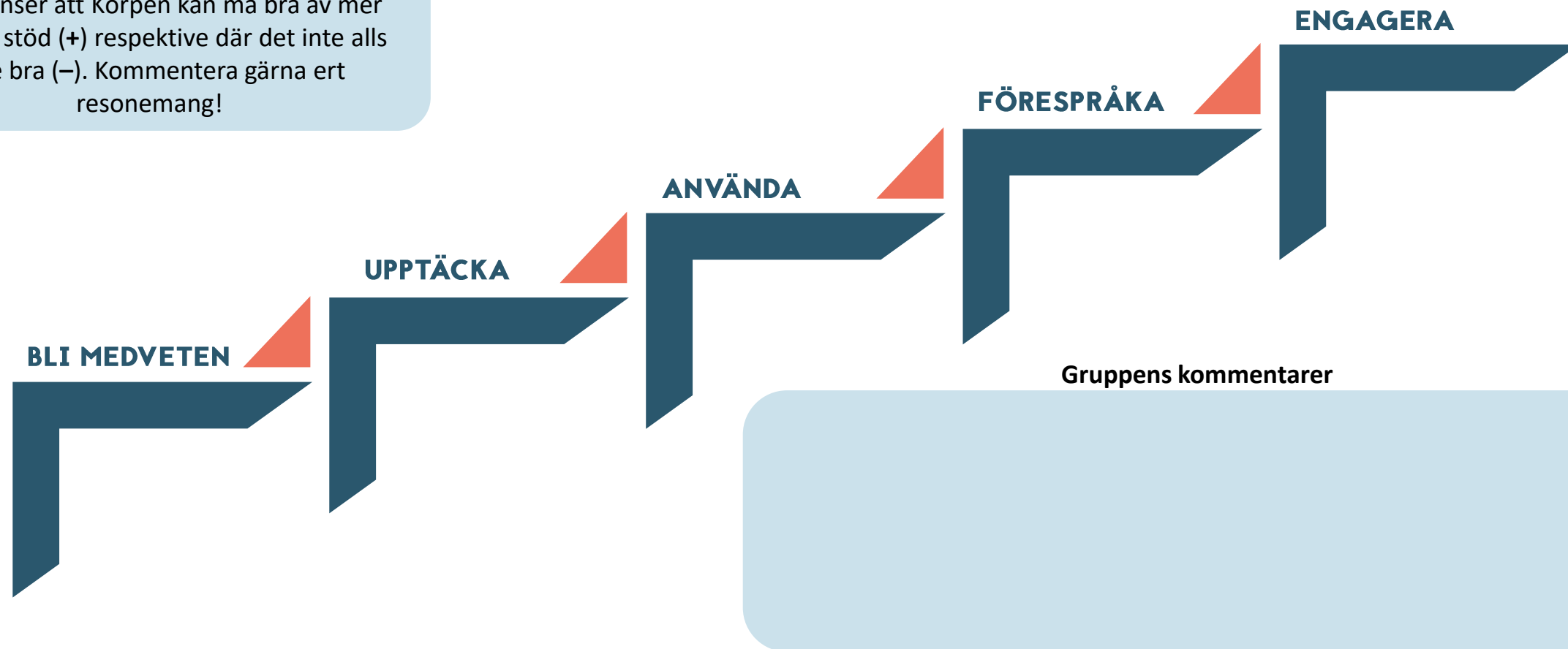


VAR I 'TRAPPAN' KAN KORPEN MÅ BRA
AV MER CENTRALT STÖD OCH VAR
SKULLE DET INTE ALLS VARA BRA ?

Var i trappan mår Korpen bra/dåligt av centralt stöd?

Instruktion

Sätt ett tydligt **+** respektive **–** vid de trappsteg där ni anser att Korpen kan må bra av mer centralt stöd (**+**) respektive där det inte alls vore bra (**–**). Kommentera gärna ert resonemang!



Sammanfattning: hur 'mår' Korpen?

Allmänheten har en positiv, men spretig, bild av Korpen. Det finns ett behov av att förtydliga och förstärka Korpens erbjudande och öka medvetenheten om Korpen.

Medlemmarna är generellt sett nöjda, men många föreningar kämpar med att med små medel driva en attraktiv verksamhet med hög kvalitet som står sig mot kommersiella alternativ. Tillgång till lokaler lyfts som en viktig fråga här.

Trots att engagemanget inom svensk idrott generellt sett inte minskat nämnvärt, så upplevs det inom föreningarna som att det är svårt att få folk att engagera sig i styrelsen och i sektionerna. Upplevelsen är en indikation på att det behövs en tydlig strategi för hur man ska engagera människor och kommunicera värdet i Korpens arbete.

Det finns ett behov av att komma överens om hur man bäst nyttjar de centrala och de lokala resurserna så att man inte riskerar att använda de redan knappa resurserna på fel sätt.



Presentation



HENRIK HERMANSSON
KORPEN KRONOPARKEN,
KARLSTAD

RESAN TILL NY KORPFÖRENING OCH
MEDLEMSKAP – VI FÅR BÅDE EN
EXTERN OCH INTERN SYN PÅ KORPEN