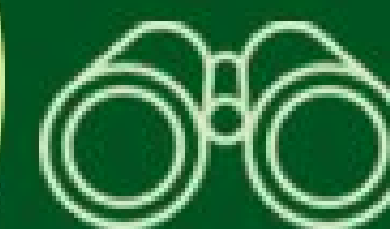


**NU
KÖR
VI!**



**Mötesplats
för framtiden**



Resultat och inspel från samtliga grupparbeten den 13-14 maj 2023:



Stort tack till alla som varit med och bidragit med inspel så här långt inför det fortsatta arbetet med Strategi 2032.

Här följer resultat och inspel från de grupparbeten som genomfördes den 13-14 maj som visar vad deltagarna på mötesplatsen tycker är viktiga områden att prioritera kommande period. Svaret på varför man tycker just det området är viktigt blir vägledande för styrelsens fortsatta arbete med kommande strategi tillsammans med den in- och omvärldsanalys som genomförts. Dialogen kommer att fortsätta under hösten och förslag på ny strategi ska läggas fram på förbundsmötet i maj 2024 för beslut i demokratisk ordning.

Hälsningar

Eva Bjernudd, GS Korpen Svenska Motionsidrottsförbundet

Grupparbete



- Diskutera i gruppen vilka av de 10 områdena ni tycker borde vara mest prioriterade kommande strategiperiod
- Välj 3 som ni kan komma överens om – svårt men strategiskt arbete handlar om att prioritera och välja bort
- En person i gruppen utses till rapportör. Hen skriver i Menti vilka områden ni väljer och kommenterar varför med en mening. (OBS! Ett område med kommentar i varje ruta)
- Fundera även på vilka tre områden som är viktigast för dig

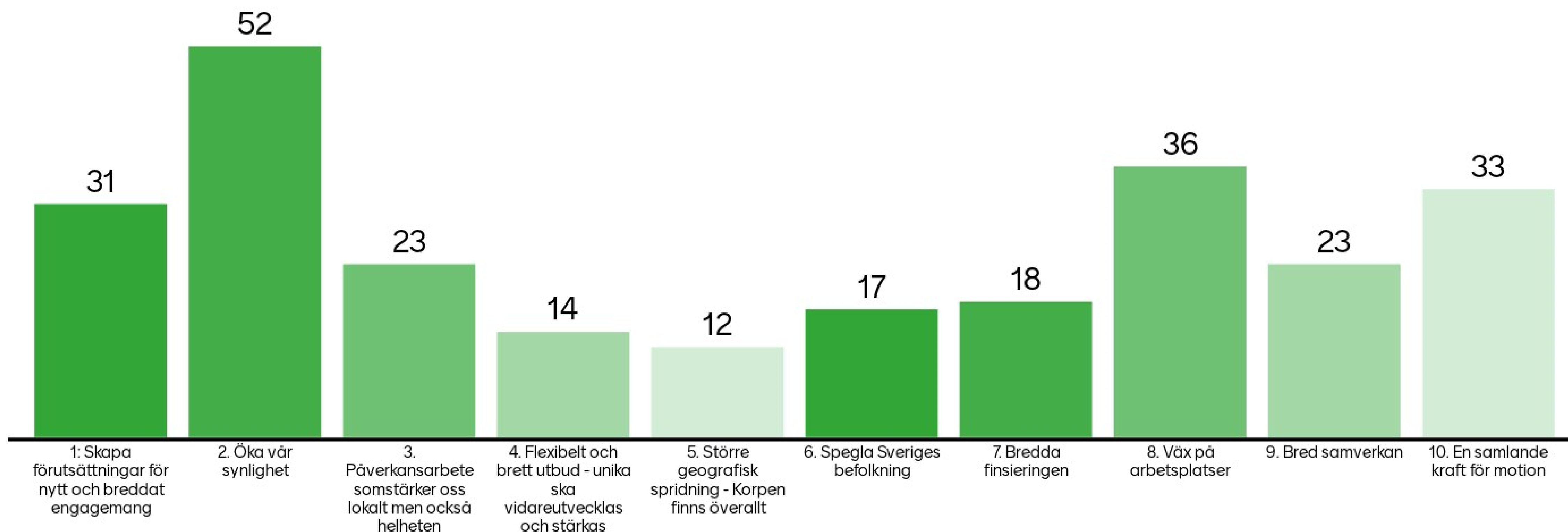
De tio prioriterade områdena som diskuterades:

1. Skapa förutsättningar för nytt och breddat engagemang
2. Öka vår synlighet
3. Påverkansarbete som stärker oss lokalt men också helheten
4. Flexibelt och brett utbud – unika ska vidareutvecklas och stärkas
5. Större geografisk spridning – Korpen finns överallt
6. Spegla Sveriges befolkning
7. Bredda finansieringen
8. Väx på arbetsplatser
9. Bred samverkan
10. En samlande kraft för motion



Grupparbete 1 (87 individuella svar)

Om **du** måste prioritera, vilka tre områden tycker **du** blir viktigast under kommande strategiperiod?



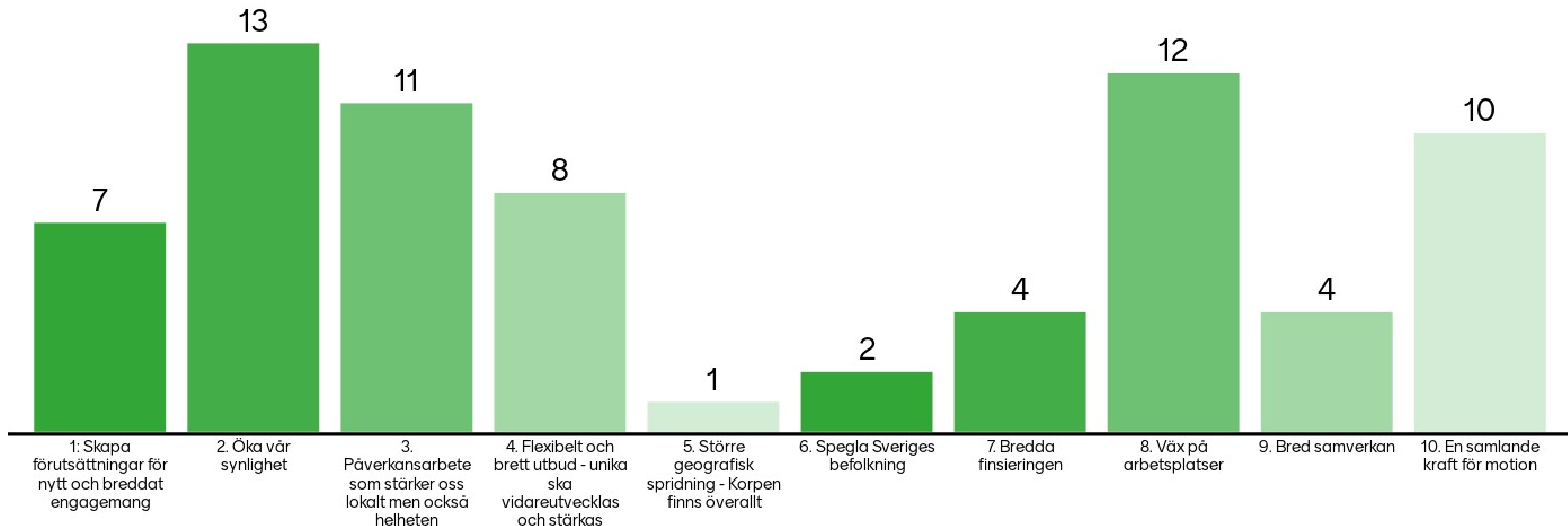
Grupparbete 2



**Strategi
2032**

Grupparbete 2 (24 gruppsvar)

Om **ni** måste prioritera! Vilka 3 områden tycker **ni** blir extra viktiga kommande strategiperiod?



Grupparbete 2. (Svarskluster 1/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod?



Test #1

Öka synlighet

Nummer 4. Flexibiliteten är vår stora styrka. Friheten gör det roligt och enkelt att starta upp o

8. Enkelt sätt att komma in och nå en ny och stor målgrupp .
Möjliggör daglig träning.

2. Nya digitala kanaler, ta hjälp av ungdomar, gymnasium, universitet.

Nummer 10. Vi är ju bäst på motion litet och mycket. Alla kan träna på sitt sätt och sin nivå.

Nummer 6. Alla platser i Korpen. Unga, gamla, glesbygd, stad, sen börjar, ombörjare,

8. ArbetsplatserFörändring av hur vi arbetar är både möjlighet och hot. (Arbete på distans etc)

Område 2: för att en ökad synlighet ger en påverkan på det politiska och ger nya målgrupper

Grupparbete 2. (Svarskluster 2/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



3. Förtydliga vad korpen är, vad vi står för, vad vi erbjuder och vår samhällsnytta.

Bredda finansiering Ett krav för överlevnad

Område 1 finns inga ideella krafter så finns det ingen förening. Bättre med fler personer som har färre uppdrag än tvärtom.

Öka synlighet. För att få flera medlemmar. Flexibilitet brett utbud. För att locka flera åldersgrupper. Bred samverkan. För att få större möjlighet att bredda utbudet och nya ideer.

Område 7 ha stöd när man ska söka nationella pengar. Cash is King...

8. Växer vi på arbetsplatser kommer det förhoppningsvis leda till fler medlemmar. Skap en social gemenskap på arbetsplatsen.

1. För att det är föreningens motor, utan den fungerar inget annat.

2. Skapar förutsättningar för mer finansiering, bättre lokaler och större engagemang. Syns vi inte finns vi inte.

Område 5: Ta ut data från motionslandslaget, vart finns de som är registrerade? Kan vi bli verksamma i det området om Korpen inte finns där idag ?

Grupparbete 2. (Svarskluster 3/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



Område 10 Jobba vidare på att vi är bäst på motion.

1. Vi vill koppla ihop detta med Strategi 2. Använda våra ungdomar, gymnasiet, universitet även här.

4. Flexibelt och brett utbud. Vi ska finnas och välkomna alla samt få alla att känna sig välkomna och att de passar in.

9. Där vi saknar kompetens kan vi få hjälp av andra föreningar. Starka tillsammans och lära varandra.

Bord 12: syns vi så finns vi. 4- finns det en grupp så startar vi 9- dela så blir det win win

Väx på arbetsplatser Öka folkhälsan där folk är samlade

Nr 3. De ser inte samhällsnyttan med oss än. Vi vill att det ska vara familjärt och kvalitet på människorna och verksamheten är viktig! Smidighet är också viktigt.

Område 3: Vi behöver bli bättre på påverkansarbete som stärker oss lokalt men också helheten. Vi behöver öka kännedomen om Korpen hos politiker/tjänstemän, kommuner och regioner.

8. Ett område som kan växa enormt för att bidra till ett välmående samhälle. Det är Korpens DNA.

Grupparbete 2. (Svarskluster 4/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



1. Ett måste för att göra verklighet av övriga prioriterade områden. Överlevnadsfråga.

1 - område 10. Skriv om till aktiv form. Ex. Aktivera o engagera motionsidrott för alla.

Nr 2. Syns vi inte finns vi inte. Det kan även öka medlemsantalet som är prioriteten hos oss.

4. Leder till att vi speglar befolkning och breddar finansiering.

2 - öka vår synlighet. Syns vi inte, finns vi inte (i vart fall för de som inte känner till vår fina verksamhet)

8. Företagen är Korpens ursprung och vi behövs fortfarande!

Nr 3 måste vara med. Trean ger 2an..att synas. Mer nationell profilering o underlag. Tex fotbollsäsongen startar nu på reklamen tv4. Underkag att uppvakta politiker o tjänstemän. Hjälpa föreningarna attsynas

10. Går att prta in mycket av de andra frågorna. Se en väg för alla som ger helhet.

Nr 6. Steg i att fler ska bli engagerade, vi vidgar våra vyer. Synlig gör mer att alla är välkomna, för oss är det ett sätt att växa! När du kommer in till oss ska du känna att du är på korpen!

Grupparbete 2. (Svarskluster 5/8)



Om ni måste prioritera!
Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?

Område 2: Öka vår synlighet. Ta plats för att just öka kännedomen.

3. Lokaler och bidrag är en grundförutsättning för många föreningar.

3 - flexibilitet o brett utbud. Flexibilitet och egen möjlighet efter förutsättningar o önskemål

1. Skapa förutsättningar engagemang- grunden för att fortsätta utvecklingsarbete och att utföra arbetet framåt. Tänka nytt för att få in nya människor!

1. Ett måste för att genomföra det övriga.

Område 4: För att spegla samhället, bli mer attraktiva och öka i medlemsantal.

3. Påverkansarbeteldrottsförvaltningen/politiker. Viktigt med personlig kontakt. Ett bra möte kan ge stor effekt.

1,3,10

2 - De rör viktigt att synliggöra korpen, stärka varumärket, marknadsföring, nå fler personer, reklamer, vad vi står för och vad vi gör

Grupparbete 2. (Svarskluster 6/8)



Om ni måste prioritera!
Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?

9. Skapar större möjligheter.

2. Syns så finns vi.

1. Hitta föreningens egen attraktion för att få ledare. Skapa förutsättningar för att hitta ledare.

Öka vår synlighet - behöver vara ett självklart val för människor att välja oss och veta att vi finns.

8. Väx på arbetsplatser - finns potential och bra att växa. Bra med resurser. Hitta tillbaka dit

Nr 10. Förstätta vara bäst.

9. Samarbete mellan korpföreningar för att dra nytta av hela Korpen, samarbeta med andra förbund för att stötta dem med breddidrott. Större effekt med många som vill samma sak.

Nr 8 är superviktig. Är en del i synlighet. Förening Behöver var mer flexibla. Riks förhandla om friskvårdsportaler. Företag har egna anläggningar. Nationella föreningarna. Hjälpa till med storföretag

7. Hjälp med att underlätta hur man söker medel.

Grupparbete 2. (Svarskluster 7/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



4 Fylleunikas behov som finns lokalt.

3 - vi bör göra oss kända inom politikens, verkligen nå igenom, synliggöras

Område 8: Sprida kunskap gärna i digital form som kan samla anställda och ge fler medlemmar

8 Naturligt varumärkestärkande. En genuint folkhälsoarbete.

3. För att få stöd ifrån de vill ha stöd av måste måste Sverige veta hur jäkla bra vi är! Och vad vi gör!

Område 2 korpen måste upplevas som coolare och sexigare. Ses som lite tontiga

8 - växa på arbetsplatser, bättre tillgänglighet för ytor att använda, öka rörligheten på arbetsplatser

10. Extremt starkt varumärke om vi äger motion.

Område 7 utefter lokala behov som är väldigt olika. Stöd med breddad bidragssökningen.

Grupparbete 2. (Svarskluster 8/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför??



10. Vi måste våga vara stolta över det vi gör och berätta det för alla så man vill stöda oss, välja oss, häng med oss! Vi är fantastiska!

10. Ta platsen!

2. Om vi bygger varumärket o synliggör så kommer flers andra att gå i uppfyllelse ixå

3. Tar vi plats lokalt så kommer vi att få ytterligare finansiering oxå

Område 8 svårt att nå dessa (oavsett var i landet). Tar mycket tid att nå arbetsplatser, måste trumfa andra aktörer.

10. Bäst på motion.!!! Tar vi den platsen så självförverkligar vi många andra områden oxå.

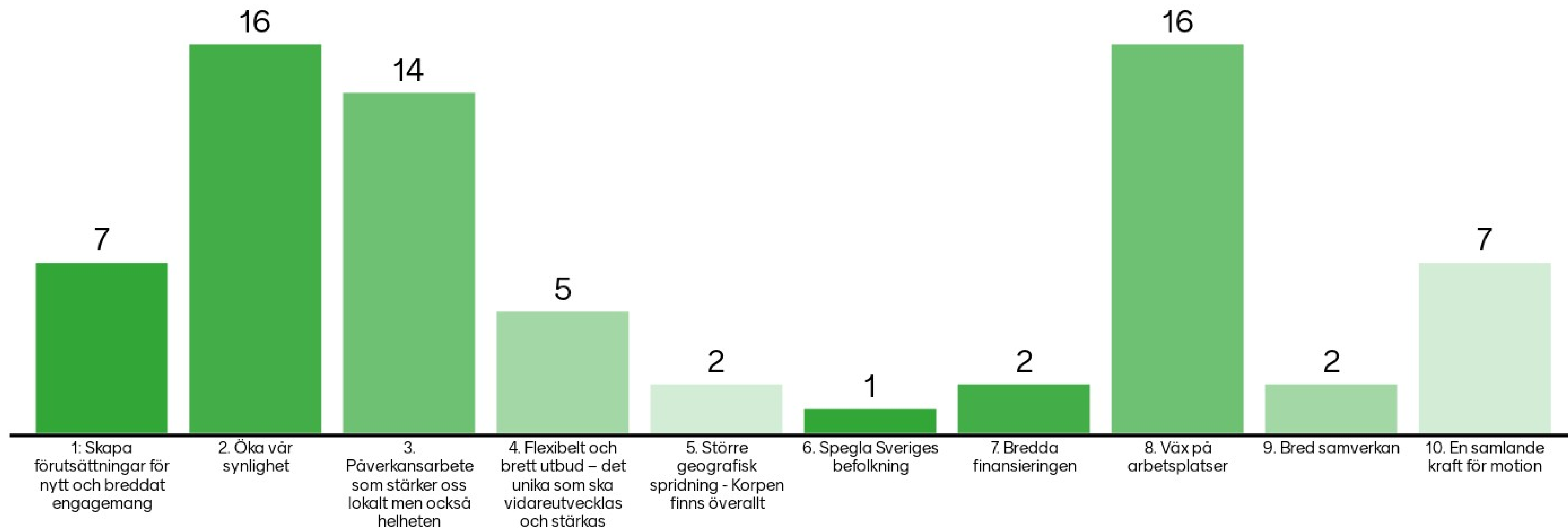
Grupparbete 3

Strategi
2032



Grupparbete 3 (24 gruppsvar)

Om **ni** måste prioritera! Vilka 3 områden tycker **ni** blir extra viktiga kommande strategiperiod?



Grupparbete 3. (Svarskluster 1/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



#2 synliggöra glädjen att delta i Korpen.

Nr.2 syns vi så finns vi.

8: Outnyttjad potential. Många företag vill satsa. Nå de som inte tränar.

#3 Förändra bilden av Korpen. Påverka politiker lokalt att vi är viktiga.

Nr6. Vi måste erbjuda något och välkomna alla. Samt få de att känna sig välkomnad oavsett ex. Handikapp eller ekonomisk situation

8 vi når människor lättast på den platsen de befinner sig största delen av dagen.

2. Prio, syns man inte så finns man inte

#8 hitta nya sätt att komma in på arbetsplatser. Synliggöra oss som friskvårdsleverantör

2. tydliggöra vad korpen är, gör och vill.

Grupparbete 3. (Svarskluster 2/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



4 öppna för möjligheten till att ha olika nya aktiviteter

2. stärker vår position, såväl som varumärke och finansiering

Område 3. För att få samma förutsättningar som andra idrotter. Tydliggöra samhällsnyttan.

Område 2. Lyfta fram, ännu mer, att vi är Svenska Motionsidrottsförbundet för positioneringen inom Svensk idrott

8. För att trycka på och visa på att vi kan annat än "gubbig fotboll" som många tänker.

1. Det ger förutsättningar för Korpens verksamhet.

5. Vi måste finnas på flera platser för att bli tagna på allvar.

Nr. 8 Mer stöd från riks med kontakter för olika företag. Större krav om tydligare samarbete på de nationella organisationerna

1. Grunden, personer med det gröna hjärtat på rätt ställe.

Grupparbete 3. (Svarskluster 3/8)



Om ni måste prioritera!
Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?

10

Nr 2. Rikstäckande kampanjer o gemensamt material för marknadsföring. Viktigt att synas för att nå mål nr.3

1. Grunden för att komma vidare i Korpen. Man måste våga förnygra och visa för ungdommar vilka vi är.

1. Grunden, vi behöver ledare för att kunna bedriva verksamheten.3. Öka kännedomen om vilka vi är för att öka informationen 10. Det här är vårt mål, vår riktning där vi ska följa

2 syns vi så hörs vi

Område 2, en enig bild av vad Korpen står för och vilken samhällsnytta vi kan bidra med

1 - rekrytering av nya ledare, styrelseledamöter, kunna behålla ledare, bygga relationer

Nummer 10. Vi är bäst på motion för alla. Sen börjar, nybörjare, den är enkelt och roligt att vara med i Korpen.

3 - marknadsföring, mera ögon/öron, synliggöra vad korpen är och vad vi gör. Det finns så många sätt att marknadsföra, både digitalt och i person.

Grupparbete 3. (Svarskluster 4/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



8. Det finns mycket potential om man bara tar sig in på arbetsplatserna. Arbetsplatsen ska knytas till den lokala föreningen.

1. Föryngra. Barnen är framtiden och vi vill behålla dem. De får en fin bild av Korpen Även att få in ungdomar som kan sprida vidare genom alla sociala medier.

Nr. 5 Bredden i det geografiska gör oss starkare i RF och som nationell organisation. Hjälp att täcka områden från tex data från motionslandslaget

Område 8. Hjälp arbetsgivare att satsa på fysisk aktivitet. Skapa en hälsosam arbetsplats. Nya medlemmar.

2. Öka synligheten i hela landet men även lokalt. Syns vi så finns vi. Ta till vara på vad medlemmarna tycker och få ut det.

Område 8: Vi behöver finnas där vuxna finns och syns vi där kan vi locka hela familjen. Företagen är angelägna att deras anställda ska ha god hälsa.

2. Öka synligheten på lokal nivå

1: Anpassa förutsättningarna till det lokala. Behövs motor alltid, engagerade ledare är avgörande. Gör Korpen attraktivare utåt, coolt att vara med.

8. Få med vuxna och även kunna erbjuda andra aktivitet för hela familjen. Bra finansiering.

Grupparbete 3. (Svarskluster 5/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



8. Det är en underutnyttjad potential .

8. Vi gör en insats för dem som inte tränar själva. Ringarna på vattnet gör att man kanske väljer oss i fler sammanhang.

Område 3: Få politiker att förstå vad vi kan bidra med, vilket otroligt utbud vi har, att vi kan inkludera de som bor i utsatta områden, de som inte vill elitsatsa. Vi är lika värdefulla som andra!!

3. Oavsett vem så kunskap om vad vi gör på riktigt och vad det innebär för så många. Gör det mer rättvist när det kommer att bedöma bidrag, stöd, val av träningsaktör bättre.

3. PÅVERKANSARBETE. Befinna oss i sammanhang där vi kan påverka politiker och tjänstemän. Korpen riks kan gärna ta lead gnm att uppvakta SKR.

3. Synas/höras mycket ger nya ledare och medlemmar.

8 - växa på arbetsplatser, den a punkt går hand i hand med resten. Mer rörlighet i arbetsplatserna och i vardagen.

1. Grundförutsättningen för att lyckas med allt annat.

8. VÄX PÅ ARB PLATSER. Därför att vi når ut, och lockar in.

Grupparbete 3. (Svarskluster 6/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



3. Vi behöver synas mer för att nå strategi 5& 10

10. Visionen/målet måste finnas med för att peka ut vägen.

2. Öka vår synlighet. Vi tycker att den hänger tajt ihop med nr 3. Syns vi inte finns vi inte!

10. Våga vara bäst och låta världen få veta vad åstadkommaer TILLSAMMANS!

8. Väx på arbetsplatser. Potentialen är enorm. All verksamhet kan gynna också arbetsplatser.

4 synas och visa för alla att vi finns. Anpassa vårt utbud efter vad folk vill ha. Alla ska kunna delta oavsett ekonomisk situation och handikapp exempelvis.

10. SAMLANDE KRAFT FÖR MOTION. Själva essensen för att Korpen finns - och behövs.

2: Viktigt att de lokala föreningarna syns och lockar. Mun-mot-mun lockar mest. Namnet ska synas på fler ställen.

3. Påverka våra lokala politiker

Grupparbete 3. (Svarskluster 7/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



7. Bredda finansieringen. Att från centralt håll stötta föreningarna att hitta andra finansieringsmöjligheter.

2. Viktigt att synas vill fler gå med. Marknadsföring av Korpen.

2. Digitalisering. Korpen ska vara ett självklart val att tänka på. Man ska välja oss! Även bilden av korpen är för alla!

Marknadsföring riktat mot de styrande. Vi vill synas!

8. Möjlighet att nå många nya medlemmar.

Öka vår medlemsbas. Fortsätta på arbetsplatser och vara lätt tillgängliga.

Nummer 4. detta är Korpens själ

3. Påverkanarbete - att få förutsättningar att utföra våra aktiviteter. Viktigt då vi är beroende av det.

Nummer 3. Viktigt för att synliggöra det fina med Korpen

Grupparbete 3. (Svarskluster 8/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



Område 8: finns behov av att samla och dela goda exempel mellan föreningar

3,2,9

4. Flexibelt - att hänga med på vad som händer och kunna anpassa sig. Snabba ändringar och vad som är populärt och egna intressen.

2. Locka deltagare, sprida verksamheten och förändra synen på Korpen.4. Med flexibilitet och bredd når vi både arbetsplats och Sveriges befolkning i ett.7. Mer lokalt fokuserade finansieringar!

Område 10: grunden och kärnan i rörelsen är viktig att lyfta

Område 9: hjälp med bättre internt lärande mellan föreningar. Hjälp från centralt håll av "moderatorer" typ verksamhetsutvecklare

Grupparbete 4

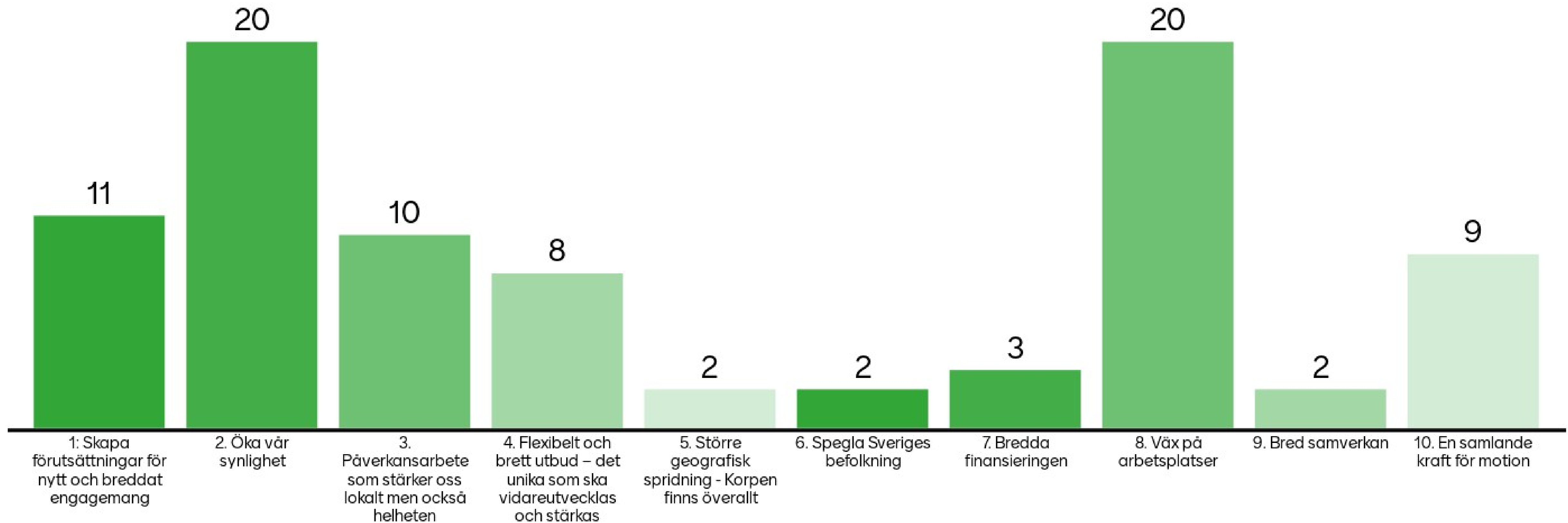
Strategi
2032



KORPEN

Grupparbete 4 (29 gruppsvar)

Om **ni** måste prioritera! Vilka 3 områden tycker **ni** blir extra viktiga kommande strategiperiod?



Grupparbete 4. (Svarskluster 1/8)

Om ni måste prioritera!
Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



8. Stor målgrupp, stora möjligheter.

1. Förutsättning för att finnas kvar

2. Lyfta fram det unika med med den lokala föreningen

1. Få in nya/fler ögon, öron och synvinklar

2. Syns vi så finns vi.

3. Öka kunskapen

8. Det finns fler "arbetsplatser", elever på universitetet, gymnasium. Vidgat arbetsplatsbegrepp.

2. Syns vi så finns vi

2. Vidgar man synligheten så kommer politikerna se oss. Marknadsföring. Hur nyttjar vi de 22 000 som är med i Motionslandslaget. Är de på en "vit fläck".?

Grupparbete 4. (Svarskluster 2/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



2. Kommuniera bredden i vår verksamhet och möjligheterna för individen, gruppen eller arbetsplatsen.

1, skapa förutsättningar för nytt o breddat engagemang - är förutsättningar för allt

Område 2. öka vår synlighet på lokalt plan. Desto mer vi syns, blir vi också ett självklart val.

3. Marknadsföra för fler.

8. Ge kunnskap om korpen till arbetsplatser så vi Framhäver folkhälsan

Nr. 2 En BRA APP (inte hemsida) där våra aktiviteter är samlade tex mitt Everest, bli medlem etc. Lätta att konvertera till olika språk och målgrupper

5 Det finns för många vita fläckar

Nr 1 En bra fungerande lokal verksamhet är grunden som vi måste ha

3. Vara lite "kaxigare" i vår framtoning. Med stolthet berätta om och synliggöra vår bredd.

Grupparbete 4. (Svarskluster 3/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



Område 7. Bredda finansieringen lokalt för att säkra verksamheten utifrån lokala förutsättningar.

8. Stor potential, hitta fler och öka kunskapen

8. Inkörsport till fler medlemmar och vi anser oss se en stor potential inom området

10. Att bli bäst på motion.

4. Aktiviteter för alla åldrar.

6. Långsiktigt, ska finnas något för alla.

1. Är en grund och förutsättning för allt annat .
Medlemmarna kommer för instruktörerna och aktiviteten.
Här i ligger också nr 6

3. Centralt arbeta med underlag, forskning och hjälp som i sin tur kan nyttjas i påverkansarbete till kommuner och så vidare.

3. Påverkansarbete som stärker samarbete oss lokalt också helheten, hänger ihop med synlighet

Grupparbete 4. (Svarskluster 4/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



Det är vår uppgift inom idrotten

3. Att fortsättningsvis vara intressanta och relevanta.

10. Vi är BÄST på motion!!! Varför inte ändra till, Svenska Motionsidrottsförbundet (KORPEN)

Område 8. Väx på arbetsplatser. Snälltolka in allt föreningen gör för att synas och verka gentemot arbetsplatser. Skäddarsy och var flexibel i samarbete.

1. Föryngra, överföra kunskap, inspirera och öka engagemang. 2. Spridning och ökad synlighet är A och O. 4. Som ett paraply, anpassningsbara med samarbetsmöjligheter.

Nummer 10. Vi är bäst på motion för alla i gemenskap. Vi ska vara det självklara valet. Alla ska veta vilka vi är.

2. Öka vår synlighet. Är vi synliga så har vi lättare att komma in på arbetsplatser, växa på arbetsplatser, påverka t ex kommunen.

Nr 3. Här syns vi och kan påverka omgivning. Vi behöver dock stöd i aktiviteter och underlag. Stora satsningar på tex fotbollsreklam på tv önskas n nrc2 här in här.

Nr 2 Viktigt att vi är kända på rätt sätt både på riksnivå men inte minst på lokal nivå

Grupparbete 4. (Svarskluster 5/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



4 vår styrka är att vara flexibel

2 större social spridning, "enkelt" och effektivt

8. Folkhälsan, få hjälp att hitta rätt nycklar till att nå företagen, få forskning och utbildning i hur vi ska nå ut med vårt budskap.

1. Utan stabil grund inget fortsatt arbete framåt med resten av strategierna..

6. Spegla Sveriges befolkning. Om vi lyckas med det här underlättar vi för generationsväxling, fler aktiva, fler ledare osv.

1 - bredare engagemang, mer fokus på att behålla erfarna ledare och folk som tar ansvar och inte lämnar efter något år.

10. Vårt mål - korpen är motion!

1. Grunden i allt. Inkörsporten till Korpen..

Nr 8. Synligheten ökas vi uppmuntar till motion (10an störs). Får fler medlemmar som kan blivdel i vår veksamhet. Nytt engagemang

Grupparbete 4. (Svarskluster 6/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



Nr 10 Vi måste profilera oss så folk har rätt uppfattning om oss. Glöm inte grönt och skönt

2 - öka vår synlighet, mer ögon/öron. Marknadsföring både digitalt och i person. Denna punkt går i hand med punkt 3.

Nr 7 centralt stöd för ansökningar och uppsökning.

7. Bredda finansieringen. En förutsättning både centralt och lokalt för att kunna göra förflyttningar på nästan alla andra områden.

2- stärka varumärke ,förändra synen på vad korpen står för8- korpens uppdrag att jobba med arbetsplatserna 4- viktigt med flexibilitet och trender

3. Synas o nå nya målgrupper

Nummer 4. Korpens själ. Alla kan starta motionsaktiviteter som alla kan vara med. Snabba på förändringar och fånga engagemang. Vi är rätt i tiden

3 påverka beslutsfattare för ta position

8 företag, Där kan vi nå många!

Grupparbete 4. (Svarskluster 7/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



8 outnyttjad potential +våran grej

10. Kärnan! Visa upp

10 En stark vision ger oss kraft att utveckla och förverkliga.

9 - samarbeta mer med organisationer som kan hjälpa men också internt mellan korpen föreningar så vi kan hjälpa varandra!

2. Måste synas. Bidra till att alla (även små föreningar) syns.

Nr 8

Nummer 2. Vi måste visa vad Korpen är, det unika och fördelarna med Korpen. Få Korpen coola 😊

1 2 8

3. Varumärket stärks när fler vet vilka vi är. Speciellt kommunen, personliga möten för att få ett ansikte. Personliga relationer.

Grupparbete 4. (Svarskluster 8/8)

Om ni måste prioritera!

Vilka tre områden (av 10) tycker ni blir viktigast under kommande strategiperiod och varför?



8. Kan nå Sveriges befolkning, vuxna och deras barn.

Nr2

10. Helt övergripande målet!

10. Utan vision - inget mål. Vi måste veta våra medlemmar vill.
Alla är välkomna.

10. Korpen äger motion

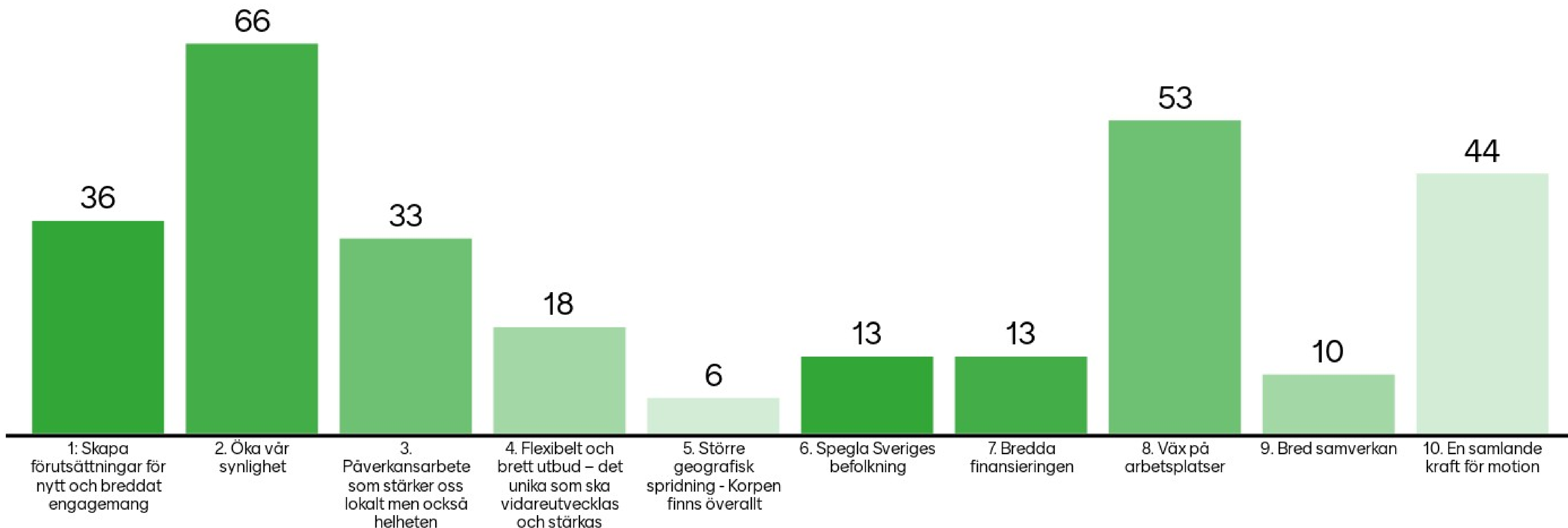
2. Viktigt att finnas aktivt i sociala medier för att visa vilka
positiva saker Korpen gör.

8 Största potentialen att växa Korpen.

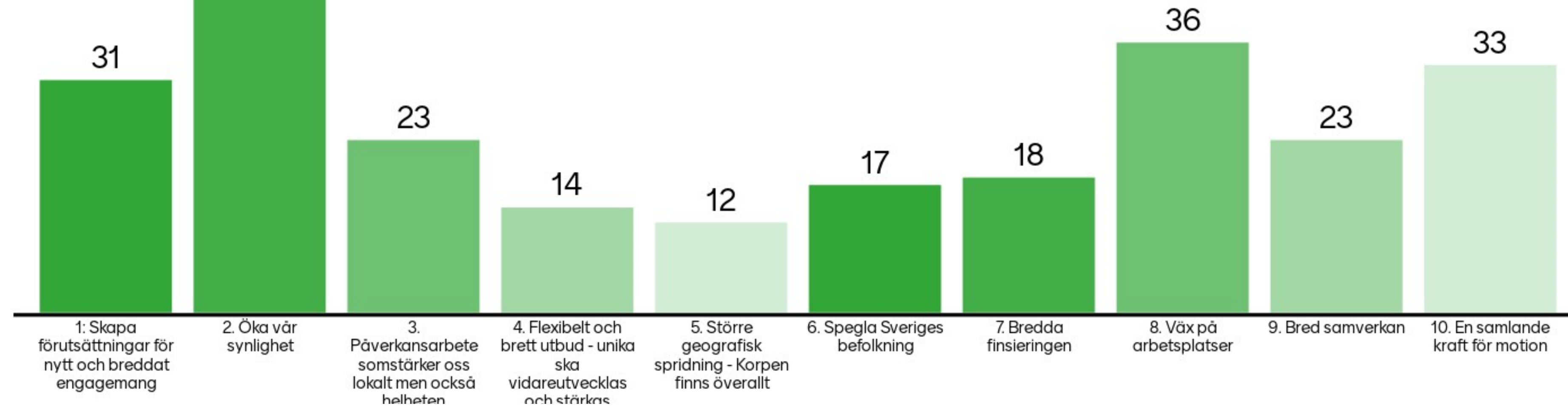
7

Grupparbete 4 (98 individuella svar)

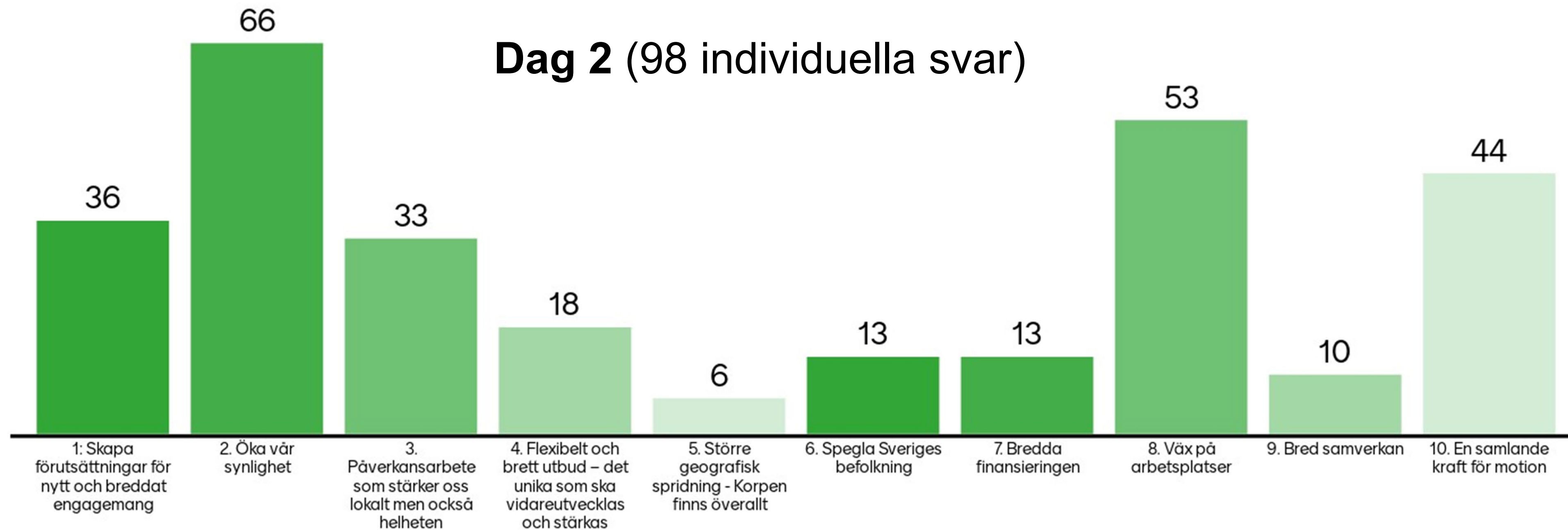
Om **du** måste prioritera, vilka tre områden tycker **du** blir viktigast under kommande strategiperiod?



Dag 1 (87 individuella svar)



Dag 2 (98 individuella svar)



NU
KÖR
VI!



KÖR PEN



Svenska Motions-
idrottsförbundet

