

Utkast till

# Strategisk plan för Svenska Seglarförbundet 2015-2025

## Innehåll

- Inledning
- Vision
- Verksamhetsidé
- Värdegrund
- Målområden, mål och strategier
- Utgångspunkter – begrepp, omvärld, sammanhang och nuläge
- Tänkbara framgångsfaktorer och konsekvenser
- Strategisk handlingsplan

## Inledning

**Svenska Seglarförbundet, SSF** är ett idrottsförbund. All verksamhet som inte är själva idrotten segling syftar till att på olika sätt och i olika omfattning stödja och utveckla den – idrotten segling. Andra, högst önskvärda bieffekter av detta förhållande, är bland annat att människor som på olika sätt medverkar och deltar i verksamheten utvecklas socialt såväl som fysiskt och mentalt.

SSF är medlemmar i Riksidrottsförbundet, RF – svensk idrotts paraplyorganisation med uppgift att stödja och leda sina 70 medlemsorganisationer i gemensamma frågor, och att företräda idrottsrörelsen gentemot politiker och myndigheter, nationellt och internationellt. SSF och svensk segling är därmed en del av en samlad idrottsrörelse.

**Svensk segling** är det begrepp vi ofta använder när vi kommunicerar vår verksamhet. Med svensk segling menar vi dels allt det som sker i Svenska Seglarförbundets och dess medlemmars namn och regi, dels vad andra aktörer och intressenter gör och tillför för att utveckla seglingen i Sverige. Vi kommer därför att använda SSF och svensk segling som delvis synonyma begrepp i denna strategiska plan.

Med den strategiska planen som underlag vill vi utveckla svensk segling. För att lyckas med det behöver alla led aktivt samverka – från den enskilda seglaren via seglarklubben till förbundet och alla interna och externa intressenter. På så sätt utvecklas delen såväl som helheten i ett ömsesidigt förhållande.

Vision, verksamhetsidé, värdegrund, målområden, mål och strategier utgör tillsammans vår uttalade vilja och inriktning. De har i sin tur ett antal nulägen inom respektive målområde liksom ett antal viktiga omvärldsfaktorer att förhålla sig till. I avsnittet *Utgångspunkter* har vi samlat dessa. Nulägen och omvärldsfaktorer kommer vi att behöva uppdatera under resans gång för att i sin tur kunna göra nya smarta, medvetna och nödvändiga strategiska vägval. Den strategiska planen är därmed ett levande dokument.

**Slutligen och som en konsekvens av en levande strategisk plan kommer alla som berörs av den att behöva omsätta den i konkreta handlingsplaner – var och en utifrån sina behov och förutsättningar så länge det sker i den gemensamma riktningen. Det ger plats för såväl det unikt lokala som det unikt gemensamma.** Se vidare under rubriken Strategisk handlingsplan.

## **Vision**

### **Svensk segling – bäst för alla!**

Vår vision är ett uttryck för att vi på alla nivåer ska sträva efter att hålla en så hög kvalitet i allt vi gör – från fritidssegling till kappsegling, från utbildning av barn- och ungdomsledare till elitcoacher, från klubbarrangemanget till det stora eventet.

## **Verksamhetsidé**

**Svenska Seglarförbundet vill utveckla ett livslångt intresse för segelsporten – för alla på alla nivåer. Vi vill göra det möjligt och roligt att engagera sig som seglare, tränare, funktionärer och ledare inom allt som har med segling att göra.**

Allt vi gör ska ha någon bäring mot denna idé. Effekten av att uppnå vår verksamhetsidé är bland annat att vi närmar oss visionen.

## **Värdegrund**

Vår värdegrund utgår från den samlade idrottsrörelsens värdegrund så som den beskrivs i Idrotten vill – svensk idrotts idéprogram. När vi omsätter denna värdegrund till vår verksamhet får den följande betydelser:

### **Demokrati och delaktighet**

Vi vill skapa förutsättningar för alla att engagera sig, göra sig delaktiga och skaffa sig förståelse för allt som sker inom Svenska Seglarförbundet.

### **Jämställdhet och mångfald**

Vi ska verka för att det råder jämställdhet inom alla delar av Svenska Seglarförbundet och vår verksamhet. Ingen ska hindras från att engagera sig på grund av saker som nationalitet, etniskt ursprung, religion, ålder, kön eller sexuell läggning samt fysiska och psykiska förutsättningar. Vi vill möta alla, unga som vuxna, på deras kunskaps- och utvecklingsnivå.

### **Upplevelse och glädje**

Vi vill förknippas och förknippa vår verksamhet med begrepp som **frihet, glädje, miljö, laganda, ärlighet** och **uthållighet**. Idrotten segling ger möjligheter för människor att skaffa sig både kontakter och upplevelser för livet. Alla som deltar i verksamheten har och tar ett gemensamt ansvar för det kamratskap som i sin tur bidrar till en trygg och social gemenskap såväl på land som på vattnet.

Vår värdegrund är en beskrivning av ett antal förhållningssätt som vi vill ska känneteckna all vår verksamhet.

## Målområden, mål och strategier

Vi väljer att sortera vår verksamhet inom fyra mål- eller verksamhetsområden. Varje område har sina mål och strategier för att närma sig visionen och leva upp till verksamhetsidéen. Mål och strategier anger i detta dokument huvudinriktningen och behöver omsättas i årliga handlingsplaner på alla nivåer inom SSF. Mål- och verksamhetsområdet Seglare är överordnat de tre övriga mål- och verksamhetsområdena, som därmed snarare är medel och förutsättningar för utveckling av segelsporten. Under rubriken *Utgångspunkter* framgår hur vi i detta sammanhang använder olika målbegrepp.

### Seglare

Mål	Strategier – vi (SSF) ska ...
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alla som kan tänkas vara intresserade ges möjligheten att pröva på segling.</li> <li>▪ Alla som är intresserade av segling kan hitta en form av segling som uppfyller deras behov.</li> <li>▪ Svenska seglare tillhör världseliten på de mest konkurrensutsatta kappseglingssarena och anses allmänt anses vara en av de ledande seglingsnationerna i världen.</li> <li>▪ Alla seglare upplever att SSF skapar eftertraktade och positiva mervärden som ingen annan skapar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identifiera seglingens olika målgrupper – alltifrån elitseglaren till fritidsseglaren och grupper som finns utanför med potential att komma in.</li> <li>▪ Identifiera de olika målgruppernas behov.</li> <li>▪ Säkerställa att SSF verksamhetsinriktning tillgodoser de olika målgruppernas behov. Det kan till exempel innebära att SSF etablerar samarbeten med externa organisationer med samma mål.</li> </ul>

### Tränare, funktionärer och andra ledarroller

Mål	Strategier – vi (SSF) ska ...
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ledare på alla nivåer inom SSF får högsta betyg av seglare och alla andra interna och externa intressenter.</li> <li>▪ Ledare står på kö för att ta del av ledarutbildningen.</li> <li>▪ SSF:s ledarutbildningar är till form och innehåll så attraktiv att andra inom och utom idrotten vill ta del av den.</li> <li>▪ Landslaget har världens bästa coacher.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utveckla vår ledarkultur och våra ledaruppdrag så att fler vill ta steget och bli ledare.</li> <li>▪ Vidareutveckla utbildningsverksamheten så att den i ännu högre grad är och upplevs som nyskapande, attraktiv, professionell och behovsanpassad – till form såväl som till innehåll.</li> <li>▪ a flera att vilja bli ledare genom att i högre utsträckning erbjuda ledaruppdrag med.</li> <li>▪ Hitta en bra balans mellan ideella och professionella krafter för att på bästa sätt tillgodose framtida behov.</li> </ul>

## Arrangemang och anläggningar

Mål	Strategier – vi (SSF) ska ...
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vi genomför och har arrangemang och anläggningar i världsklass.</li> <li>▪ Vi genomför arrangemang som är lättillgängliga och kommunikativa för våra utövare och de som vill följa vår sport.</li> <li>▪ Vi skapar arrangemang med syfte att öka tillgängligheten till vår sport.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Följa en strategi för regionala, nationella och internationella arrangemang och evenemang och därmed skapa en struktur och sammanhang för dessa.</li> <li>▪ Öka möjligheten för fler att ta del av arrangemang och anläggningar, bland annat med hjälp av modern teknik.</li> <li>▪ Bidra till att skapa stadsnära seglarcentra med verksamhet, inklusive Pay &amp; Sailverksamhet, veckans alla dagar – segling, kajak, kanot, rodd, skridsko, isjakt m.m.</li> <li>▪ Skapa en arrangemangs- och anläggningsupport för klubbar och klassförbund samt andra intressenter där vi också tar vårt ansvar inom miljö och hållbar utveckling.</li> </ul>

## Organisation

Mål	Strategier – vi (SSF) ska ...
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klubbarna och dess aktiviteter är den naturliga mötesplatsen för de som älskar segelsporten och de som vill komma i kontakt med den.</li> <li>▪ SSF är det naturliga navet och den givna företrädaren för svensk segling – nationellt såväl som internationellt. SSF är och har en effektiv och ändamålsenlig organisation.</li> <li>▪ SSF ska upplevas som en organisation som är till för alla som på sätt är intresserade av segelsporten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utveckla en organisation med fokus på att öka närheten mellan seglare, klubb och förbund och därmed på att nå seglare och klubbar där de finns.</li> <li>▪ Öka professionaliseringen av organisationen – satsning på starkare centrala/regionala resurscentra som ger bättre stöd och service till den lokala verksamheten.<sup>1</sup></li> <li>▪ Etablera och utveckla fler samarbeten med fler externa aktörer och intressenter. Vi ska utveckla SSF:s affärsmodell och i detta arbete vara mer uppsökande och proaktiva.</li> <li>▪ SSF:s klubbar skall genomföra olika seglingsaktiviteter i stort sett dagligen för att tillgodose behovet av aktiviteter för målgrupperna.</li> </ul>

<sup>1</sup> Med **professionalisering** menas här både en strävan efter att bli mer "professionella" i betydelsen mer kvalificerade och en strävan efter att utveckla en än mer effektiv arbetsfördelning mellan förtroendemannedet/de ideella krafterna och tjänstemannedet/de professionella krafterna.

## Utgångspunkter

### Begrepp

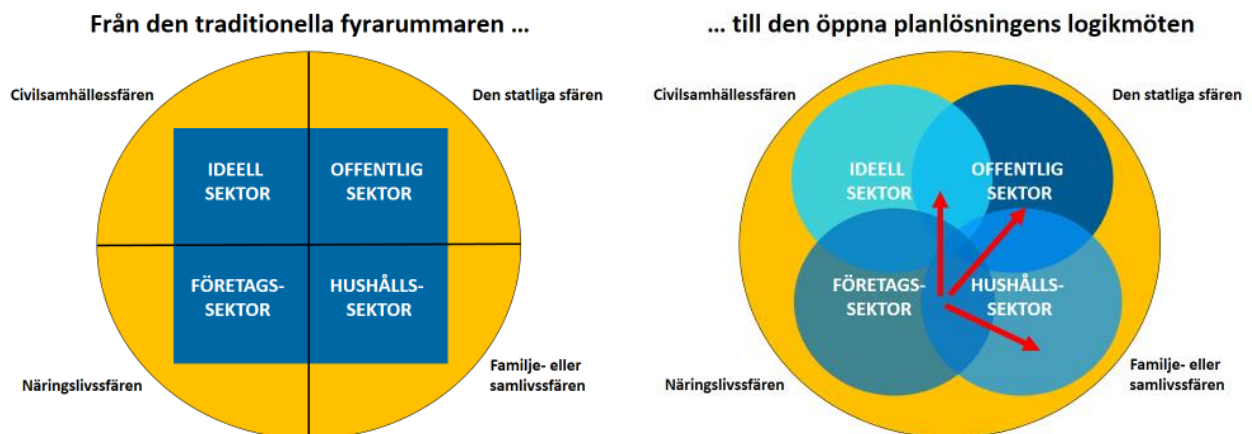
<b>Vision</b>	En beskrivning av ett framtida önskvärt tillstånd. Något att ständigt sträva mot och ha som underlag för olika typer av vägval.
<b>Verksamhetsidé</b>	En beskrivning av varför vi finns till och vilken bakomliggande idé vi bygger vår verksamhet på.
<b>Värdegrund</b>	Ett antal värderingar och förhållningssätt som ska känneteckna all vår verksamhet och det sätt på vilket företrädare, medarbetare och samarbetspartners förväntas agera.
<b>Mål- och verksamhetsområden</b>	Vi sorterar vår verksamhet inom fyra områden: Segling, Ledare, Arrangemang och anläggningar samt Organisation.
<b>Mål</b>	Mål är i detta sammanhang vad vi vill uppnå, hur vi vill att det ska vara. Det är beskrivningar av tillstånd på en övergripande nivå. Målen uppfyller därmed i detta läge och i alla avseenden inte helt de kriterier man vanligen ställer på hur ett mål ska formuleras: Specifikt, mätbart, accepterat/attraktivt, realistiskt och tidsatt (SMART).
<b>Strategier</b>	Strategier är vägval och prioriteringar. Om mål är VAD vi vill uppnå är strategier HUR vi ska prioritera för att nå målen. Strategierna talar om var vi ska lägga fokus, energi, engagemang och resurser.
<b>Omvärld</b>	Omvärlden utgör i detta sammanhang "allt" som pågår utanför vår egen organisation och som påverkar våra möjligheter att lyckas med det vi vill. Självklart pågår saker parallellt – i vår "inre" värld såväl som i vår "yttre" värld. Syftet med omvärldsbeskrivningen, som även den behöver hållas aktuell, är att sätta in svensk segling och vår verksamhet i ett större sammanhang.
<b>Nuläge</b>	För att veta hur vi på bästa sätt ska komma dit vi vill, uppnå det vi vill behöver vi hela tiden veta var vi är. Vi behöver hela tiden ha en aktuell bild av nuläget i relation till vårt önskade nyläge. Nuläget är därmed en beskrivning av ett antal viktiga faktorer och parametrar vi ständigt behöver hålla aktuella.

## Omvärld och sammanhang

Den vision, verksamhetsidé och värdegrund samt de mål och strategier som SSF vill uppnå och leva upp till påverkas av det sammanhang vi finns i. För att lyckas med det vi vill behöver vi därför dels känna till detta sammanhang och så långt som möjligt ha en samsyn (se samma saker) kring det, dels aktivt förhålla oss till detta sammanhang när vi fattar beslut och genomför vår verksamhet. En utgångspunkt som gäller hela organisationen.

SSF och svensk segling befinner sig liksom hela idrottsrörelsen och svensk idrott mitt i en pågående rörelse som bland annat innebär att samhällets olika så kallade sfärer och sektorer alltmer rör sig i en sorts gränsland. I den traditionella fyrarummaren (se nedan) utgick de olika aktörerna från sina respektive verksamhetslogiker. Ideella föreningar var ideella föreningar och företag var företag. Så är det också idag även om framför allt fler och fler ideella föreningar i många avseenden mer eller mindre agerar och kommunicerar **som om** de övertagit den verksamhetslogik som råder inom näringslivssfären och företagssektorn. Även övriga sfärer och sektorer har i olika grad anammat den nu rådande verksamhetslogiken. Att det är så märks inte minst genom språkbruket, som i sin tur gör påverkar vårt sätt att tänka och handla. Hela denna förflyttning är bland annat en effekt av den avregleringspolitik vi har upplevt de senaste decennierna. I Sverige liksom i stora delar av världen.

Begrepp som till exempel varumärke, kund, produkt, affär, säljorganisation och marknad, som traditionellt kommer från och används inom från företagssektorn, används nu av fler och fler inom den ideella sektorn. Även inom vår organisation använder vi av och till dessa begrepp. Omvänt använder aktörer inom företagssektorn begrepp som traditionellt kommer från den ideella sektorn. Medlem och klubb är två tydliga exempel.



Figur 1. Samhällets fyra sfärer och sektorer efter Filip Wijkström i bland annat Civilsamhället i samhällskontraktet (2012). Här något bearbetad. Pilarna symboliserar att den verksamhetslogik som råder inom företagssektorn allt mer används också inom övriga sektorer.

Det här har bland annat betydelse för hur vi uppfattas och hur vi vill bli uppfattade. Det i sin tur är, om inte helt avgörande, så mycket betydelsefulla faktorer när vi exempelvis ska kommunicera både internt och externt.

Vi kan ta begreppen medlem och kund som exempel. Den relation en person har med "sin" organisation skiljer sig åt beroende om man är medlem eller kund. En medlem har möjlighet att påverka vilka vägval en organisation gör genom att själv vara med och fatta beslut om dessa i linje med det demokratiska system det innebär att vara just medlem i idrottsrörelsen och dess föreningar. En kund kan visserligen

på olika sätt försöka påverka vad ett företag gör för vägval, men det är alltid ägaren som slutligen fattar beslutet. Forskning visar att när en förening alltmer bemöter och betraktar sina medlemmar **som om** de vore kunder, börjar fler och fler agera just så.<sup>2</sup> En konsekvens av det är bland annat att viljan att engagera sig som ledare och förtroendevald sjunker. Argumentet låter i korthet så här: Varför ska jag engagera mig när jag mer eller mindre har en kundrelation med föreningen, som ju erbjuder mig saker jag är beredd att betala för?

### Mål och medel

En utmaning för alla (ideella) organisationer som mer eller mindre medvetet rör sig i gränslandet mellan det ideella och det i många avseenden kommersiella, är hur man med hög trovärdighet väljer att hantera de olika verksamhetslogiker som råder i de olika sfärerna och sektorerna. En avgörande skillnad mellan de båda logikerna är vad som, till syvende och sist, är mål och medel. I den ideella sektorn är (ända)målet, själva syftet med verksamheten, aldrig att generera ekonomisk vinst i sig. Eventuellt (och ofta helt nödvändigt) överskott ska användas i verksamheten för att uppnå organisationens verksamhetsidé. Ekonomisk vinst är medel för att uppnå ett annat mål. I företagssektorn är per definition ekonomisk vinst (till ägarna) målet med verksamheten. Medlet för att uppnå detta mål kan sedan uppfylla allt vad vi vanligtvis benämner som "gott". Ett företag kan till exempel ha som sin affärsidé att erbjuda attraktiv och hållbar seglarverksamhet för alla som är intresserade och göra detta med både hög kvalitet och helt i linje med den värdegrund som SSF står för. Med ett undantag. I företaget är det ägaren/ägarna som bestämmer, i föreningen är det medlemmarna. Företaget behöver förmodligen också använda hela eller delar av vinsten i verksamheten för att den fortsatt ska vara framgångsrik och därmed öka möjligheten att vara lönsam. Det ena förhållningssättet är varken bättre eller sämre än det andra i betydelsen bättre eller sämre i förhållande till att utveckla segelsporten.<sup>3</sup> Vi kan "bara" konstatera att det är två olika verksamhetslogiker och att det har betydelse hur man som organisation väljer att förhålla sig till dem.

Den organisation som vill lyckas i gränslandet mellan det ideella och det kommersiella behöver därför vara mycket trovärdig när det handlar om saker som varför och för vem man finns liksom vad som förväntas av dem man vill ha olika typer av relationer med. Först då har man möjlighet att uppnå ett magnifikt både/och i stället för att hamna i ett miserabelt varken/eller.<sup>4</sup>

### Samtid och framtid

Genom att analysera och försöka förstå sin samtid kan man göra mer eller mindre säkra beskrivningar av olika tänkbara framtider. Att göra det är att försöka ta reda på hur den framtid kan tänkas se ut i vilken vi vill uppnå det vi vill. Genom att "besöka framtiden" kan vi stämma av om vi tror på våra strategier för att uppnå det vi vill. Med utgångspunkt i fyra så kallade metatrender kommer vi här att presentera några, som vi tror, viktiga tänkbara framtider/scenarier för SSF och svensk segling att förhålla sig till.<sup>5</sup> Presentationen är "extremt" koncentrerad.

<sup>2</sup> Se bland annat RF-rapporten Den framgångsrika idrottsföreningen (2012). Torbjörn Einarsson.

<sup>3</sup> Någon skulle kunna hävda att det ena förhållningssättet är just bättre än det andra om och när syftet är att till exempel utveckla segelsporten. När denna någon gör det är det viktigt att ta reda på vilka bakomliggande grundantaganden ställningstagandet bygger på. Ett skulle kunna vara att medlemsstyre (demokrati) är att föredra för att det har ett värde i sig och för att det är en del av den svenska modellen. Ett annat skulle kunna vara att det blir lättare att ställa krav på kvalitet om man har ett kund-leverantörsförhållande.

<sup>4</sup> Det var psykologen C G Jung som myntade dessa begrepp, som vanligtvis används inom den del av psykologin som behandlar personlighetstypologier.

<sup>5</sup> Beskrivningen av metatrenderna och de tänkbara framtiderna är bearbetningar och koncentrat av innehållet i bland annat RF-rapporten Framtidens IF (2013) och häftet Framtidens idrottsförening – vansinnigt viktiga vägval (2013). SISU Idrottsböcker.

## 1. En befolkningsammansättning i förändring

Enligt Statistiska centralbyråns (SCB) beräkningar kommer Sveriges befolkning att passera 10-miljonersgränsen år 2021. SCB räknar också med att andelen äldre (80-plussare) kommer att i det närmaste fördubblas till år 2035. Det hänger delvis samman med att den stora gruppen 40-talister, som nu lämnar arbetslivet, utgör den mest hälsosamma och mest ekonomiskt välbeställda pensionärgenerationen hittills. Å andra sidan är den generationsgrupp som föddes i slutet av 90-talet den lägsta på mycket länge. Beräkningar visar också att andelen invånare med utländsk bakgrund kommer att öka från dagens cirka 15 procent till mellan 20 och procent år 2025. Urbaniseringen och koncentrationen till storstadsregionerna och större städer fortsätter, vilket sker på framför allt de mindre tätorternas (5 000-10 000 invånare) bekostnad.

### Tänkbara scenarier år 2025

- Det kommer att finnas en stor grupp pigga pensionärer att möta med olika typer en engagemangsförfrågningar.
- Det kommer att vara svårare att rekrytera och behålla medlemmar (aktiva och ledare) på mindre tätorter.
- Den organisation som öppnar sig för nya grupper har mycket att vinna.

## 2. En ökad individualisering

Att vi lever i en tid där individens behov och värderingar står i centrum är ett känt faktum. Jaget tar allt större plats framför Laget. För många handlar tillvaron mer eller mindre om att bygga sitt personliga varumärke, vilket inte minst är en bekräftelse på att den verksamhetslogik som råder inom näringslivssfären har tagit plats också inom familje- och samlivssfären. En indirekt effekt av denna metatrend är att fler och fler individer ställer allt fler och allt högre krav på de sammanhang de ingår i eller "lockas" att ingå i. För många handlar det lika mycket om att förknippas med "rätt" sammanhang som att inte förknippas med "fel" sammanhang.

### Tänkbara scenarier år 2025

- Allt fler kommer (även i framtiden) att ställa allt högre krav på sitt engagemang.
- Den (organisation) som vill vara en angelägenhet för morgondagens engagemang behöver vara tydlig, trovärdig, modern och professionell (inte att förväxla med kommersiell eller "amatörmässig").
- Det äkta, genuina och autentiska kommer sannolikt att vara eftertraktat.

## 3. Ett ökat behov av att se och synas

I takt med att allt fler gör allt mer för att odla sin individualism och sin unicitet (vilket gäller både individer och organisationer) ökar behovet av att se (vad andra gör) och synas (i rätt sammanhang). När de olika sfärerna rör sig mot varandra ökar dessutom behovet att kommunicera rätt saker, på rätt sätt till rätt målgrupper inom och mellan de olika sfärerna. I kölvattnet av denna trend och dess utveckling i kombination med den förra trenden blir det kanske än viktigare än tidigare att omtalas av andra på ett för den egna organisationen fördelaktigt sätt.

### Tänkbara scenarier år 2025

- Den ideella organisationen (oavsett storlek) kommer att behöva konkurrera om uppmärksamhet på samma villkor som alla andra aktörer på "marknaderna" (eller arenorna) för idrott, fritid, hälsa, upplevelser och livsstil.
- Trovärdighet och tydlighet kommer (även i framtiden) att vara två viktiga faktorer att leva upp till när det handlar om all form av kommunikation.
- Alla som organisationen vill ha någon form av relation med måste känna och uppleva att det finns reella sådana möjligheter – att ha relationer **med** i motsats till relationer **till**.



#### **4. En ökad "marknadifiering"**

I några sammanhang har denna trend rubricerats som en ökad kommersialisering. Även om detta också är ett tydligt kännetecken handlar trenden snarare det som tas upp i inledningen av detta avsnitt – att de olika sfärerna och sektorerna allt mer rör sig i ett gränsland, men ett gränsland som i många avseenden utgår ifrån den verksamhetslogik som råder i näringslivssfären. Vare sig man vill eller inte går trenden allt tydligare mot att "alla" blir aktörer på en eller flera marknader. Omvärldens krav och förväntningar på olika typer av "leverans", produktivitet, effektivitet, resursoptimering och mätbarhet är exempel på denna trends dominans. En dominans vi på goda grunder tror kommer att hålla i sig under den period som denna strategiska plan omfattar.

#### **Tänkbara scenarier år 2025**

- Klyftorna har ökat mellan de som upplever sig ha råd att köpa sig olika typer av tjänster (som de köper av den som levererar på bästa sätt oavsett om det är en ideell förening eller ett företag) och de som upplever att de inte har råd.
- Professionaliseringen har ökat – fler är anställda inom den ideella sektorn, färre är beredda att ta på sig förtroendeuppdrag.
- Nya former av ideell samverkan har uppstått och då i mindre format – snabba beslutsvägar och flexibilitet är nyckelord.

För den som önskar en mer utförlig beskrivning av tankar om samtid och framtid rekommenderas läsning av vad som tas upp i fotnot 3 ovan.

## Nuläge

Med utgångspunkt i våra fyra mål- och verksamhetsområden följer här vad som i korthet kännetecknar respektive område våren 2014.

## Segling

### Rekrytering, junior och ungdom

- Cirka 8000 barn deltar i seglarskolor varje år. Bland dessa är det relativt lika mellan könen.
- Av dessa fortsätter cirka 5 % med regelbunden träning. I stort sett i alla fall är verktyget optimistjolle.
- Under optimisttiden upp till 15 år finns ett relativt omfattande nationellt tävlingsprogram. På lokal nivå skiljer det relativt mycket mellan olika geografiska områden.
- Det finns en stor potential att rekrytera äldre seglare och vuxna till sporten. "A lifetime sport".
- Relativt liten nationell verksamhet efter 15 år, tävling och träning. Få klubbar bedriver träning för 16-20 åringar.
- RIG en bra skola för de som vill utvecklas mot seniorelit. Även i internationell konkurrens.
- Begränsat eftergymnasialt program både för de som vill satsa mot elitsegling och de som vill motionärssegla.
- Varje klassbyte är grund för att seglare slutar.
- Relativt stort antal seglare på JSM.
- Stor andel tjejer inom juniorseglingen men större andel som slutar och generellt något tidigare än killarna.

### Segling på seniornivå. Kölbåts- och jollesegling, elit och motionär

- Bland entypsklasserna på motionärsnivå är deltagandet relativt konstant på seniornivå i modern tid.
- Kappsegling på mindre orter ibland obefintlig.
- Shorthandedsegling har ökat. Äventyret är det som lockar samt att man inte behöver fixa besättning.
- Många kölbåtar ligger i hamnar. Stor potential, men medelåldern bland de som har kölbåtar ökar.
- Båtarna blir allt större vilket kräver fler seglare per båt och större jobb för kappsegling.
- Relativt bra struktur på ungdomsseglingen i internationell jämförelse. Men mindre bra jämfört med andra idrotter.
- OS-framgångar hjälper att lyfta seglingen.
- Svårt/omöjligt att bli elitseglare om man inte har ekonomisk backning.
- Svenska Volvo Ocean Race projekt och Americas Cup projekt ger inspiration till många. Möjligheten finns.

## Ledare

### Tränare

- Antalet tränare o instruktörer är tämligen konstant. Tränare cirka 400 och instruktörer cirka 600.
- Utbildade tränare är en bristvara i svensk ungdomssegling.
- Ersättning och sysselsättningsgrad ger inte utrymme för anställda tränare på mer än ett par ställen och de flesta uppdrag ger bara möjlighet till visstidsanställning.
- Svenska tränare på landslagsnivå är en bristvara. I synnerhet kvinnliga tränare.
- Sailcoacher ger sysselsättningsmöjligheter på längre sikt.

## Funktionärer

- Antalet utbildade funktionärer minskar vilket gör att antalet arrangemang per funktionär ökar. Färre gör mer. Främst är det tydligt bland domare då många arrangemang är mer domarkrävande än tidigare.
- Främst är det tydligt bland domare. Andelen som vill utbilda sig till förhandlingsdomare är i stort sett obefintligt.
- Antalet Tävlingsledare och Seglingsledare relativt konstant. Stor spridning på insatsen, många gör inget, andra gör väldigt mycket.
- Trenden bland mätmän är okänd.

## Arrangemang och anläggningar

- Sverige ligger relativt långt fram som arrangör av kappseglingar.
- Väldigt mycket kappsegling. Alla helger uppbokade under den seglingsbara säsongen.
- Underutvecklad arrangemangstruktur internationellt och nationellt. Tävlingsstrukturen styrs av klasserna och till viss del arrangörerna.
- Effektivare segling efterfrågas av seglarna. Mer segling på kortare arrangemang och seglingsdagar.
- Arrangemang anpassade till målgruppen efterfrågas. Sociala delen allt viktigare för ett lyckat arrangemang. Det är inte timmarna på vattnet som räknas.
- Segling närmare land efterfrågas för att i första hand få kortare seglingsdagar men även få de närmaste att kunna följa seglingen.
- Nya arrangörer utmanar den traditionella klubben på arrangemangsområdet. Nyttänkande arrangemang ersätter gamla.
- Segling i stadsnära miljöer med eventstruktur vanligare för att göra publika arrangemang och därmed attrahera kommersialisera parter. Segling där människor finns.
- Jakten på att standardisera seglingen har kanske gått för långt. Många utmanar befintliga regelverk.
- Mycket segelbåtar som inte kappseglar ens på klubbnivå. Stor potential.
- Färre ideella krafter som vill syssla med daglig anläggningsdrift vilket kräver professionell hantering av anläggningen. Båtar, motorer, bryggor, seglarskolebåtar, klubb båtar, klubbhus mm.
- Anläggningar och bryggor i stadsnära miljöer efterfrågas för att kunna arrangera där.
- Befintliga anläggningar på attraktiva ytor utmanas för bostadsbyggen.
- Arenor byggs varje dag när städer flyttar närmare vattnet. Stor potential att rekrytera på annat sätt.

## Organisation

SSF består av individer som är medlemmar i klubbar, som är medlemmar i SSF.

### Klubbar

Vi kan dela in Sveriges klubbar i tre kategorier:

1. Aktiva kappseglingsklubbar med fokus på kappsegling,
2. Klubbar med litet fokus på kappsegling,
3. Klubbar med segelbåtar men utan fokus på kappsegling.

Anslutningsformen till SSF är densamma men behoven bland dessa varierar.

- Många klubbar har en minoritet kappseglare. Klubben tycker de betalar för mycket.
- Vissa klubbar är rena båtparkeringsplatser
- 140 stycken av dessa klubbar är SSF Ungdomsvänliga.
- 95 klubbar arrangerar SSF Seglarskola.

- Det finns många fler seglarskolor och en del bedrivs av andra organisationer. Ex scoutkår och Kryssarklubben. Andra bedrivs kommersiellt ABC, Gunnars m.fl.
- Två klubbar samlar in relativt stora kommersiella intäkter. Många klubbar tar in kommersiella intäkter för enskilda tävlingar.

### **Distrikt**

SSF är indelat i 17 distrikt. Distriktens verksamhet skiljer sig avsevärt och de har svårt att klara av kontakten med klubbarna på ideell basis. Distriktens roll är relativt otydlig och få av seglare känner till att de finns till. Flertalet av de som engagerar sig i distrikten är män. Det finns idag (februari 2014) 13 Sailcoacher.

### **Klassförbund**

- Relativt konstant antal
- Många intresseföreningar bland de 85.

### **SSF centralt**

Svenska Seglarförbundet består centralt av styrelse, kansli och ett antal kommittéer och arbetsgrupper

- 115 000 medlemmar fördelat på 400 klubbar. Trenden är minskande.
- 50 % av medlemmarna är anslutna till SBU.
- Relativt liten andel medlemsintäkter jämfört med andra idrottsförbund och länder.
- Starkt beroende av SF bidrag.
- SSF har stabil ekonomi. Mindre bidragsberoende än för 10 år sedan.
- Små kommersiella intäkter.
- "Långt" mellan klubb och SSF.
- Stor andel äldre män bland beslutsfattarna.

## Tänkbara framgångsfaktorer och konsekvenser

Mot bakgrund av ovanstående följer här i punktform några av de saker vi tror att ett framgångsrikt SSF behöver lyckas med.

- Vi behöver utveckla en kultur i våra klubbar (och i vår verksamhet) som utgår från individens behov och ambitionsnivå. Det gäller såväl träningens och tävlingens innehåll och utformning.
- Den som, oavsett ålder, vill "satsa" ska kunna göra det. Människor utvecklas i olika takt. Fysisk mög-  
nad och talang förväxlas inte sällan vid olika typer av selektering och satsningar.
- Vi kan idrotten segling. Det ska vi dra nytta av för att kanalisera det stora intresset för träning, hälsa  
och livsstil. Genom att kommunicera vår kunskap om segling och de möjligheter man har som med-  
lem och/eller engagerad kan nå många fler med allt vad segelsport innebär.
- Vi ska göra det möjligt och (mycket) lättare för alla som på olika sätt vill engagera sig inom vår verk-  
samhet. Lust framför plikt ska vara kännetecknande. En positiv effekt av ett sådant förhållningssätt  
är att fler över tid är beredda att ta på sig olika typer av ledaruppdrag.
- Vi ska underlätta klubbarnas vardagliga administrativa arbete (klubbens infrastruktur), så att mer  
tid kan läggas på själva verksamheten.
- I takt med att städerna förtätas och det byggs mer och mer i sjönära områden ska vi öka vårt påver-  
kansarbete så att politiker och stadsplanerare beslutar om byggandet av till exempel bryggor och  
andra viktiga förutsättningar för segelsportens utveckling.
- Vi ska vara modiga och prioritera vilka målgrupper vi framför allt är intresserade av nå i första hand,  
andra, tredje hand och så vidare. Vi ska göra det med utgångspunkt i två (forskningsbaserade) grun-  
dantaganden. Vi ska dels förstärka den inre dialogen och debatten, förstärka dialogen med andra  
organisationer och vi ska öka medlemmarnas inflytande. Vi ska dels öppna upp och öka mångfalden  
(slutna grupper och system uppfinner bara sig själva).<sup>6</sup>
- Vi ska satsa på klubbutveckling med verksamheten i centrum. Vi kan, som sagt, idrotten segling. Med  
den kunskapen som utgångspunkt ska vi bygga en "uppslukande, vibrerande och underhållande"  
klubbverksamhet och mötesplats för alla seglingsintresserade.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Apostolis Papakostas, professor i sociologi och Stefan Einarsson, doktor i företagsekonomi i boken Framtidens idrottsför-  
ening – vansinnigt viktiga vägval (2013). SISU Idrottsböcker.

<sup>7</sup> Citatet om en "uppslukande, vibrerande och underhållande" verksamhet är hämtat ur en rapport från analysföretaget  
Kairos Future. En rapport som ingår i RF-rapporten Framtidens IF.

## Strategisk handlingsplan

Med utgångspunkt i ovanstående behöver alla som berörs – från klubb till förbund – bryta ner mål och strategier i mer konkreta formuleringar. Målen kan med fördel testas med hjälp av SMART-modellen, det vill säga i vilken utsträckning de är **specifika**, **mätbara**, **attraktiva/accepterade**, **realistiska** och **tidsbestämda**. Matrisen nedan kan användas för att åskådliggöra **vad** som ska uppnås inom respektive område och **hur** det i stora drag ska gå till.

VAD?	2017	2019	2021	2023	2025
Segling					
Ledare					
Arrangemang					
Organisation					

HUR?	2017	2019	2021	2023	2025
Segling					
Ledare					
Arrangemang					
Organisation					

### Exempel på området Organisation

Vi har tidigare beskrivit tre övergripande mål för området Organisation. Vi har också beskrivit vad vi tror är rätt strategier för att lyckas nå målen. Frågan är nu – vad vi behöver ha uppnått till år 2017, 2019 o.s.v. och vad behöver vi då prioritera och göra under tiden fram till dessa delmål?

VAD?	2017	2019	2021	2023	2025
Organisation					<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klubbarna och dess aktiviteter är den naturliga mötesplatsen för de som älskar segelsporten och de som vill komma i kontakt med den.</li> <li>▪ SSF är det naturliga navet och den givna företrädaren för svensk segling – nationellt såväl som internationellt. SSF är och har en effektiv och ändamålsenlig organisation.</li> <li>▪ SSF ska upplevas som en organisation som är till för alla som på sätt är intresserade av segelsporten.</li> </ul>

HUR?	2017	2019	2021	2023	2025
Organisation					<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utveckla en organisation och en organisering med fokus på att öka närheten mellan seglare, klubb och förbund och därmed på att nå seglare och klubbar där de finns.</li> <li>▪ Öka professionaliseringen av organisationen – satsning på starkare centrala/regionala resurscentra som ger bättre stöd och service till den lokala verksamheten.</li> <li>▪ Etablera och utveckla fler samarbeten med fler externa aktörer och intressenter. Vi ska vara mer uppsökande och proaktiva.</li> <li>▪ SSF:s klubbar skall genomföra olika seglingsaktiviteter i stort sett dagligen för att tillgodose behovet av aktiviteter för målgrupperna.</li> </ul>