

# Skärmfullt

-en guide för ungdomsverksamhet

## REKRYTERA-BEHÅLLA-KEDJAN



VÄCKA INTRESSE -  
JAG VILL PROVA  
ORIENTERING!



FORTBILDNING -  
JAG VILL LÄRA MIG MER  
OM ORIENTERING!



ENKEL TÄVLING/HAPPENING/  
ARRANGEMANG -  
JAG VILL TESTA VAD JAG KAN  
OCH DET SKALL VARA ROLIGT!



MEDLEM I FÖRENINGEN -  
JAG VILL FORTSÄTTA  
MED ORIENTERING  
I KLUBBEN!

# Textbok



**SISU**  
Idrottsutbildarna

# Skärmfullt

## Hej orienteringförening!

Kul att ni tagit er an Skärmfullt och är redo att satsa på ungdomsverksamheten i er förening. Det kommer bli en spännande resa och med er insats, en mycket lyckad och rolig!

Syftet med Skärmfullt är att initiera, stödja och underlätta förningsverksamheten kring behålla och rekrytera medlemmar. I konceptet finns allt möjligt stöd, från tips på upplägg och övningar till mallar för annonsering med mera.

Arbetsmaterialet som finns framtaget för Skärmfullt är delat i två delar. En del för text och en del för det praktiska arbetet i föreningen. Tanken med arbetsmaterialet är att det ska hjälpa er med klubarbetet utifrån era egna möjligheter och ambitionsnivåer. Planen följer en tänkt arbetsgång i kronologisk ordning och ska ses som ett stöd under vägen. Det är dock möjligt att fritt frångå den om ni vill ta in något annat eller möblera om efter egna förutsättningar.

### Tips

### Kom ihåg

### Arbetsbok

På vissa sidor i den här textdelen finns det små färgikoner infällda från vänsterkanten. Dessa uppmärksammar er på sådant som är särskilt viktigt att komma ihåg eller tips av olika slag. Det finns också en ikon "arbetsbok", som anger när det är dags att ta fram och arbeta med frågorna i den tillhörande arbetsboken.



# Innehåll

1

## Uppstart

En inspirerande uppstart med genomgång av arbetsmaterial och en del tillhörande material och litteratur. Olika finansieringsmöjligheter presenteras också.

Arbetsmaterialet bjuder på en genomgång av fem framgångsfaktorer och en nulägescheck av dessa. Även ett avsnitt om vision, målsättningar och målgrupp inkluderas.

2

## Behålla aktiva & Rekrytera nya

Den andra delen i materialet innefattar två viktiga delar under vårens ungdomsverksamhet. Den första delen handlar om att behålla redan aktiva och bedriva attraktiv ungdomsverksamhet. Den andra delen handlar om nyrekrytering av nya aktiva. I båda delarna ges utrymme att planera verksamheten för våren.

3

## Tävling/ Happening

I rekrytera- behålla kedjan är den här punkten en viktig länk för att behålla nyrekryterade men i Skärmfullt inkluderas även de redan aktiva i planeringen av tävlingar och olika happenings. Här presenteras även alternativ samverkan i kretsar och/eller mellan klubbar i form av enkla kretsungdomstävlingar. Ett stort utbud av olika happenings presenteras också.

4

## Behålla Alla

Att planera och genomföra attraktiv ungdomsverksamhet under hösten utgör den fjärde länken i kedjan. I den här delen ges utrymme för att planera verksamheten för både nya och redan aktiva gemensamt och även här ges förslag till olika tävlingar och happenings att inkludera i verksamheten för att behålla aktiva.

5

## Avslutande ord

Den sista delen innehåller ett par medskick för framtiden. Det rör framförallt utvärdering och planering samt några tips kring ledarförsörjning och ledarvård.

Vår

Sommar

Höst

## 1

# Uppstart

## Idén med Skärmfullt

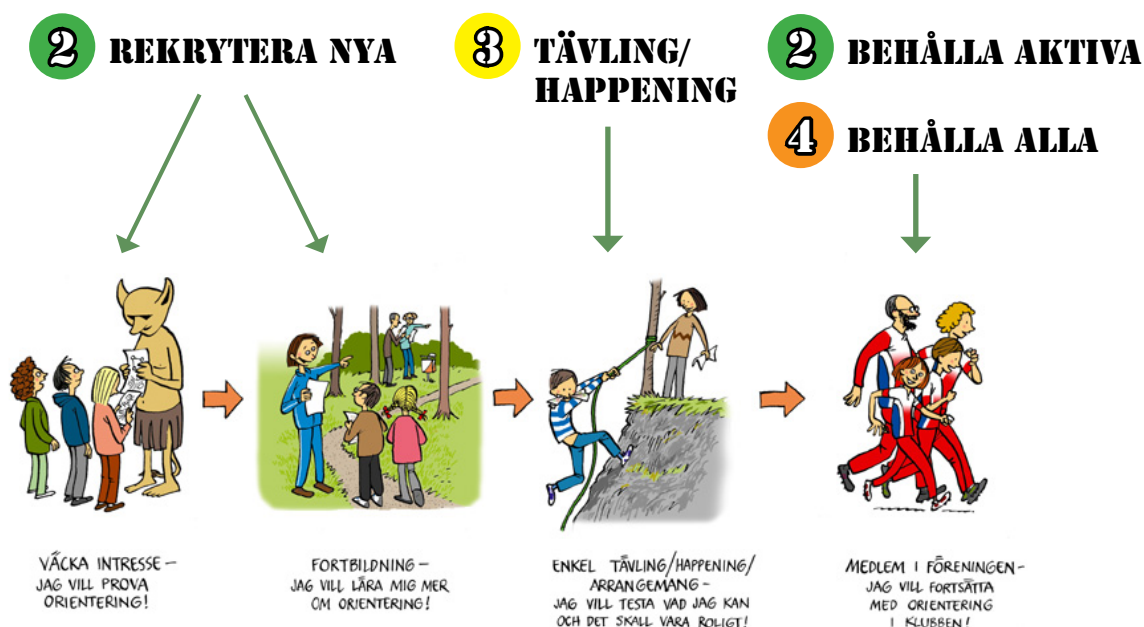
Skärmfullt är en omarbetad version av projektmaterialiet för Checkpoint 2011 som genomfördes i Västergötland 2011 och 2012.

För föreningen är idén med att satsa på Skärmfullt att få tillgång till ett genomtänkt material, tips och råd kring olika möjligheter samt stöd längs vägen.

## Arbetsmaterial

Det här dokumentet är textdelen av arbetsmaterialiet för Skärmfullt. Det innehåller både information, tips och en tänkt arbetsgång. Tanken är att det ska följa med er under hela året och, tillsammans med den tillhörande arbetsboken, stödja er genom både planeringsfaser och mer praktiska genomförandefaser.

Nedan följer en skiss över vilken/vilka delar av arbetsmaterialiet som avser respektive delar i rekrytera-behålla kedjan.



Arbetsplanen finner ni också på Västergötlands Orienteringsförbunds hemsida under rubriken Skärmfullt. Där kan ni när som helst skriva ut hela eller delar av den, efter ert behov.

## **Material**

För Skärmfullt blir en hel del material relevant. Här beskrivs de kort i fyra kategorier, Litteratur, koncept-, grafiskt- och orienteringsmaterial.

### *Litteratur*

Ni hittar orienteringrelevant litteratur via Svenska orienteringsförbundets nätbutik på [www.orientering.se](http://www.orientering.se). Där finns en mängd aktuell litteratur. Det finns även läsvärd litteratur på [www.idrottsbokhandeln.se](http://www.idrottsbokhandeln.se), bl a rörande ledarskap. På Västergötlands OFs hemsida finns även en litteraturlista med tips på relevanta böcker att förkovra sig i.

### *Konceptmaterial*

Det finns flera bra konceptmaterial att hämta inspiration, övningar eller hela genomförandet ifrån. Svenska orienteringsförbundet har i huvudsak tre, nämligen

- Skogsäventyret
- Äventyr i Bombmurkland
- Skattjakten

Ett antal föreningar i Västergötland har tagit fram egna koncept för rekrytering. Ett par av dessa går att läsa om på Västergötlands OFs hemsida under rubriken Skärmfullt.

### *Grafiskt material*

Västergötlands OF har tagit fram mallar för marknadsföring av aktiviteter inom ramen för Skärmfullt. Dessa är fria att använda och anpassas enkelt till den egna föreningens önskemål. Detta är t ex inbjudan, webbannonser, annonser och affischer.

Profilmaterial, t ex T-shirts, flaskor, namntags, kepsar för Skärmfullt är ej framtaget men originallogotyp för tryck tillhandahålls av Västergötlands OF.

### *OL-material*

Orienteringsmaterial för praktiskt genomförande såsom kartor, skärmar, kompasser, SI-enheter och pinnar mm behövs också naturligtvis. Det kan vara bra att i ett tidigt skede se över eget material och göra nödvändiga kompletteringar.

## Vårt rekrytera- behålla läge

I den här delen beskrivs ett antal framgångsfaktorer för en livskraftig rekrytera-behålla verksamhet i föreningen.

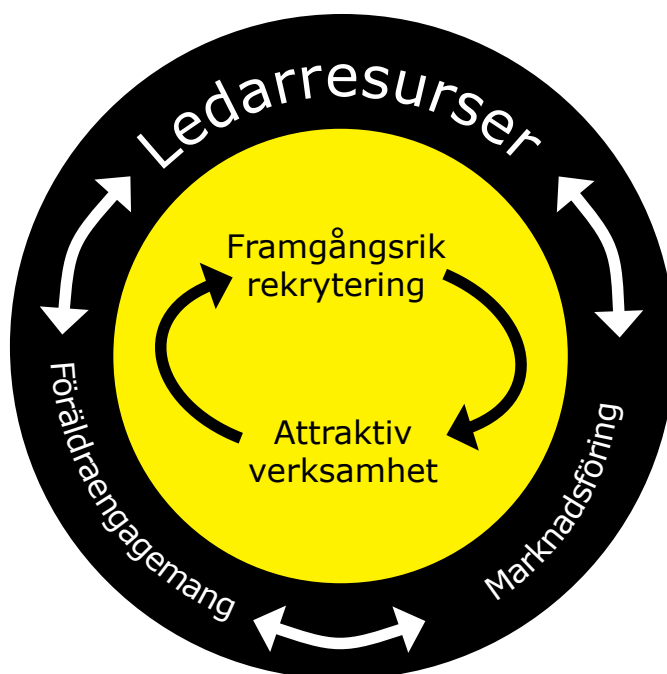
I arbetsboken ges ni också utrymme att fundera över och diskutera om hur er verksamhet fungerar idag samt vilka värden och aktiviteter som är viktiga att ta med sig in i arbetet med Skärmfullt. Möjlighet att diskutera eventuella delar som kan tas bort och/eller behöver läggas till finns också.

Avsikten med den här delen är att underlätta för er att senare i projektet ta kloka och strategiska beslut över vad ni avser att satsa på utifrån nuläge och egna möjligheter.

### Fem framgångsfaktorer

Konceptidén för Skärmfullt bygger i huvudsak på fem framgångsfaktorer, vilka presenteras på kommande sidor. Dessa är:

- Attraktiv verksamhet - behålla aktiva
- Framgångsrik rekrytering - rekrytera flera
- Ledarresurser - förverkliga visionerna
- Föräldraengagemang - skapa varaktighet
- Marknadsföring - väcka intresse, skapa nyfikenhet



Modellen ovan åskådliggör konceptidén för Skärmfullt. Ledarresurser, föräldraengagemang och marknadsföring kan ses som skalet som håller ihop kärnan, bestående av framgångsrik rekrytering och attraktiv verksamhet.

**Attraktiv verksamhet**

Riksidrottsförbundets skrivelse "Idrotten vill" beskriver Idrottens verksamhetsidé och följer FN deklARATION om mänskliga rättigheter och FN:s barnkonvention.

All verksamhet bör utgå från barnens/ungdomarnas perspektiv och en tydlig gemensam grundsyn och vision i klubben påverkar klubbens verksamhet på ett positivt sätt

Vår verksamhet konkurrerar med andra idrotter och fritidsaktiviteter. För att behålla aktiva behöver vi helt enkelt vara attraktiva, intressanta än konkurrenterna. Som ledord i den ambitionen kan dessa 3 U användas.

*Utmanande*

Orientering bygger på idén om att utmana utövaren. Ta tillvara på det i all verksamhet. Låt deltagarna utmanas av uppgiften, stöd dem i genomförandet och ge dem feedback efteråt.

*Utvecklande*

Med ett gott ledarskap och pedagogiska metoder bör de aktiva uppfatta sina framsteg. Uppmuntra och instruera om vartannat. Ta vara på det utbildningsmaterial som finns framtaget inom orienteringssverige, före och efter, såsom utvecklingstrappan och färgskalan, och använd dem.

*Underhållande*

Glädje är så klart A och O för en framgångsrik verksamhet. Planera in lekfulla inslag i all verksamhet. Inte bara för de yngsta, alla gillar att ha roligt, särskilt tillsammans med andra.

**Tips**

Tänk också på att dela in er verksamhet i uppstyrt och seriöst och fritt och lekfullt. Var noga med att vara tydlig över vad som gäller när.



### Framgångsrik rekrytering

Att också rekryteringsverksamheten ska vara attraktiv faller sig naturligt då den också bör ses som en del av den ordinarie verksamheten i föreningen. För att lyckas med sin rekrytering är det därför bra att ta de tre U:na i beaktning.

A och O för att lyckas med att skapa en attraktiv och framgångsrik rekrytering är i stora avseenden planering och förberedelser.

Det är klart att innehållet i verksamheten är viktig. Det är orienteringsverksamhet vi bedriver och avsikten är att bli fler orienterare.

För deltagarna, de nya orienterarna, är det dock upplevelsen som är det mest avgörande för fortsatt deltagande och för att ge deltagarna bra och roliga upplevelser av orientering är förberedelserna mycket viktiga.

Det är viktigt för genomförandet att alla ledare känner till sin roll och vet vad de ska göra. Likväl bör allt material och alla förberedelser vara klara i god tid innan aktiviteten startar.

Välstrukturerade träffar där deltagarna får instruktioner, där ledarna vet vad de ska göra, där övningarna flyter på och där det alltid finns lite extra lekar i bakfickan om det blir någon tid över, ger mer tillbaka till deltagarna samtidigt som det underlättar för ledarna. Det är att föredra på alla sätt.

En viktig del i rekryteringsarbetet är också naturligtvis marknadsföringen av aktiviteterna. Det är helt nödvändigt att engagera sig i marknadsföringsaktiviteter och/eller marknadsföringsmaterial för att väcka intresset hos individer.

Mer om marknadsföring följer på sidan 11. Mer om rekrytering finner ni under Rekrytera nya, på sidan 14 och framåt.





## Ledarresurser

Avgörande för framgångsrik rekrytering är ändå i slutändan föreningen och föreningens ledare som behövs för att genomföra verksamheten.

Tillgången på engagerade ledare är avgörande för i vilken omfattning ni kan satsa på Skärmfullt. Arbeta i ett tidigt skede med att rekrytera fler ledare och hjälpledare om det behövs. Räkna med att ni behöver en ledare per 4-6 deltagare. Dvs vill ni kunna ta emot 50 deltagare bör ni ha omkring 10 ledare.



### *Att vara ledare i en förening*

Det ligger alltid i föreningens intresse att ha utbildade ledare som med engagemang och inspiration leder och driver verksamheten framåt.

Att som förening arbeta med ledarrekrutering, ledarutveckling och ledarvård är därför av största vikt. I dagens samhälle verkar tendensen vara att allt fler har allt mindre tid för ideella uppdrag, samtidigt vill många hela tiden uppleva mer. Någonstans där finns nyckeln för ledarrollen. Att vara ledare bör ge individen ett mervärde tillbaka.

Det föreningen kan erbjuda är naturligtvis uppmuntran på olika sätt, profilering av ledarna, uppmärksamhet vid sammankomster mm. Det kan också röra sig om möjlighet till fortsatt utbildning och såklart ledardagar där ledarna kan skämmas bort lite, kanske i kombination med utvärdering och planering av verksamheten.



## Föräldraengagemang

En god förutsättning för ett varaktigt deltagande bland de aktiva är någon form av föräldraengagemang. Vilken typ av engagemang som är bäst och mest gynnsam på kort, respektive lång sikt har diskuterats. I huvudsak går det att skönja tre typer av strategier för att arbeta med föräldraengagemang som är vanliga ute bland föreningarna. De kan kallas:

### *Sporadisk information*

Kontakter med och information till föräldrar sker löpande i samband med lämning och hämtning till träning och tävling och/eller via e-post och hemsida.

### *Regelbunda informationsträffar/föräldramöten*

Kontakter med och information till föräldrar sker under mer ordnade former där föreningens verksamhet presenteras och planerad verksamhet går igenom. En del kan också vara att ge en enkel beskrivning över hur orientering som idrott fungerar.

### *Föräldradelaktighet*

Föräldrar uppmanas att medverka aktivt under klubbens aktiviteter och blir därmed mer som en del av verksamheten. Antingen deltar de genom att följa sin/a aktiv/a eller genom ett parallellt spår för egen introduktion till orienteringssporten.

Naturligtvis är det inga vattentäta skott mellan de olika strategierna utan en del föreningar kombinerar dem. Sedan är det ju naturligtvis också upp till den enskilde föräldern att ta ställning till vilken typ av engagemang man är beredd på.

Det finns både för och nackdelar med alla tre ovanstående typer.

Tänk på att vara tydliga i kommunikationen med föräldrar. Det är mycket viktigt och underlättar en god relation.

**Tips**

Planerar ni en vuxenkurs?

Använd gärna ett eller flera aktivitetsblad för att planera och förbereda er ev. insats för föräldraengagemang. Planerar ni en introduktionskurs för föräldrar kan ni med fördel använda delar av sida 10-16 i arbetsboken samt hitta mycket matnyttigt i boken Hitta rätt.

Lite av ett parallellt spår för vuxenrekrytering är Naturpasset och produkterna Naturpasset Företag och Naturpasset Motionsorientering som båda vänder sig till vuxna. Läs mer om Naturpasset och Svenska orienteringsförbundets satsning på produkterna på [www.orientering.se/naturpasset](http://www.orientering.se/naturpasset).

**Marknadsföring**

”Syns man inte så finns man inte” ses i det närmaste som en vedertagen sanning och det ligger mycket i det.

För ett lyckat arbete kring rekrytera- och behålla kedjan som Skärmfullt handlar om behövs bra, effektiv marknadsföring och genomtänkta informationsmetoder.

*Börja internt*

Genom att börja informera och marknadsföra kommande aktiviteter inom klubben kan man få mycket gratis. Kännedom och acceptans för aktiviteterna i de egna leden ger ett antal ambassadörer som kan hjälpa till att sprida information och inbjudan till målgruppen/målgrupperna.

*Extern marknadsföring*

För att nå målgruppen med informationen och få dem att ta ett aktivt beslut om att delta i era aktiviteter behöver marknadsföringen vara attraktiv. De metoder som vanligtvis används är att lämna ut lappar, sätta upp affischer och ev annonsera i lokalpress och det är alla bra och gångbara metoder.

En effektivare men mer resurskrävande metod är att skapa prova-på aktiviteter för målgruppen där de finns. T ex skolungdomar på skoltid i skolan, vilket också är ganska vanligt. Om detta görs på ett inspirerande och intressant sätt med mål att skapa nyfikenhet kommer det skapa stora förutsättningar för att många vill komma med på era aktiviteter.

Andra kanaler som också fungerar bra för marknadsföring är naturligtvis föreningens hemsida och ev. andra sociala medier såsom facebook. Även e-post är ett bra alternativ om man har tillgång till ett bra kontaktregister för tilltänkt målgrupp.

Innehållsmässigt är tumregeln för marknadsföring alltid tydlighet. Målgruppen måste kunna uttyda följande. Vad är det som händer? När? Vem är avsändare/arrangör? Var kan jag hitta mer information och var anmäler jag mig? Tänk också på att bilder ger grafiskt material mera liv, så ha gärna med det.

### Framtaget material

För Skärmfullt finns en grafik profil framtagen som kan användas om så önskas. Det som finns färdigt är logotyp, banner, annons och affisch, men det finns också goda möjligheter att nyttja originallogotypen för att trycka upp t-shirts, vattenflaskor, tags-band eller vad föreningen själv önskar.

## Arbetsbok

### Arbeta med frågorna på sida 1-6 i arbetsboken

### VISION Fler och mer!

Ex. på vision för ungdomsverksamheten i en förening. I framtiden ska vi vara fler och erbjuda mer. Det kan gälla flera saker, ledare, aktiva, aktiviteter, tävlingar mm, detta preciseras i målformuleringar.

### Vision

En vision utgår från klubbens värdegrund - det vi står för och tycker är viktigt. Visionen bör vara positiv och väl förankrad och syftar till att leda verksamheten i föreningen framåt. En bra vision skapar motivation över lång tid och gör det lättare att ta fram och arbeta efter kortsiktigare målsättningar.

### Målsättningar

En målsättning kan ha flera syften. Den kan skapa motivation och vilja att vara delaktig samt tydliggöra för medverkande om varför olika åtgärder och aktiviteter genomförs, samt få alla medverkande att sträva åt samma håll. En målsättning kan hjälpa till att förankra idéer och projekt uppåt i organisationen och skapa större förståelse inom föreningen. En tydlig målsättning kan också underlätta för extern finansiering, såsom exempelvis bidrag och idrottslyft.

Dessutom kan målsättningar bidra till att det lilla extra görs för att uppnå uppsatta mål och slutligen kan mål också ge en skön tillfredsställande känsla när de uppnås.

En målsättning bör vara SMART.

S - Specifik

M - Mätbar

A - Acceperad

R - Realistisk

T - Tidsbestämd

All planering utgår från det satta målet. Val av metod, målgrupp, tidpunkt, marknadsföring, innehåll mm görs alltid med utgångspunkt från uppsatta mål.

**Tips**

**Synliggör era mål** på föreningens hemsida, i er klubbtidning, i er klubbstuga och/eller på andra platser som klubbmedlemmar regelbundet besöker. Tala också gärna om att ni arbetar med materialet Skärmfullt.

**Arbetsbok**

**Arbeta med frågorna på sida 7-8 i arbetsboken**

**Årsplan**

Utan att gå in på detaljplanering är det bra att försöka skapa en överblick över hela det kommande verksamhetsåret. En årsplanering där man delar in tiden i olika perioder kan då vara till stor hjälp och underlätta avsevärt.

Med på en sådan plan kan man t ex ha perioder för ungdomsträning, perioder för nyrekrytering, perioder för naturpasset osv.

Det kan också vara lämpligt att lägga in särskilda händelser såsom egna tävlingsarrangemang, läger eller annat som på något sätt är fastställt på årsbasis och som påverkar ungdomsverksamheten i föreningen.

**Arbetsbok**

**Arbeta med frågorna på sida 9 i arbetsboken**

## 2

## Behålla & Rekrytera



Avsnittet som nu följer är inriktat på ungdomsverksamheten i föreningen och nyrekrytering av ungdomar. Delar av arbetsmaterialet kan emellertid enkelt konverteras för att nyttjas även till föreningens övriga verksamhet och/eller rekrytering av andra målgrupper.

Det ska också sägas att alternativen i materialet är många så våga välja och sålla utefter egna prioriteringar och förutsättningar. Avsikten är att ni tillsammans arbetar fram en plan som fungerar för er.

Avsnittet är avdelat i två, där den första delen handlar om att behålla de redan aktiva ungdomarna och det andra handlar om att rekrytera nya.

Inledningsvis följer dock ett antal praktiska tips att ha med sig in i planeringsdelen i arbetsboken.



**TIPS****Praktiska tips**

Nedan följer en del praktiska tips att tänka på och ha med i planeringen av verksamheten framöver.

*Ansvarsfördelning*

Dela upp ansvaret och gör det noga. Allt som ska genomföras ska det sättas ansvarig/a för och uppgiften ska vara tydligt formulerad.

*Välplanerat*

Dela upp träningstillfällena/träffarna, inte minst för att undvika dötid. Förberedelser är, som sagts, A och O, säkerställ att allt material finns på plats och är i ordning när träningen ska börja. För att underlätta genomförande är det bra att göra övningarna färdiga långt i förväg.

*Ledarskap*

Några enkla tumregler när det gäller att vara ledare.

Se alla barn, ge beröm

Ju yngre barn desto kortare instruktioner

Använd flera sinnen vid instruerande, tala, visa och ge skriftlig information. Detta eftersom individer tar emot och uppfattar instruktioner olika bra med olika sinnen.

Försök att ha samma ledare genom hela rekryteringen så ni kan lära känna varandra. Använd gärna ledarvästar e dyl.

Gör inplastade namnlappar till de nyrekryterade så att ledarna snabbt kan tilltala alla med förnamn. Gör gärna lappar till ledarna också, det gör det enklare för barnen och föräldrarna.

*Gruppindelning*

Åldersindelade grupper är att föredra, genom att ha övningarna för olika grupper på samma ställe kan man anpassa övningarna snarare än låta nya 11-åringar hänga med 8-åringarna. Ha dock gärna gemensam uppvärmning och gemensam avslutning för alla i ungdomsgänget.

*Föräldraengagemang*

Bestäm i förväg hur föreningens strategi för föräldraengagemang ska se ut och var tydliga i att kommunicera det till just dessa föräldrar. Då vet alla vad som gäller och vad som förväntas.

## Behålla aktiva

Det här avsnittet motsvarar del 4 i rekrytera-behålla kedjan, vilket naturligt följer efter en rekryteringsinsats. Emellertid finns troligen redan ett antal aktiva i er verksamhet och det är dem ni fångar upp under den här punkten.

Förutom att planera er attraktiva ungdomsverksamhet är det bra att också planera in tävlingar, kretsungdomstävlingar, happenings med mera, vilket följer under punkt 3. Med fördel kan denna typen av aktiviteter ofta samplaneras med rekryteringsplanerna, åtminstone i slutet av perioden, fram emot sommaren.

## Attraktiv ungdomsverksamhet

Kom ihåg att ha med de tre U:na i er planering, sträva efter att verksamheten blir utmanande, utvecklande och underhållande för era aktiva. Lägg där till variation och inslag för att höja gruppkänslan så har ni ingredienserna för ett lyckat koncept.

## Innehåll och upplägg

I arbetsboken finns underlag för att göra en översiktsplan och sedan aktivitetsblad för att planera varje träff i deltalj. Gällande upplägg, innehåll, övningar och lekar finns mycket att hämta i den litteratur som finns tillgänglig. För att hitta rätt nivå för respektive åldersgrupp och kunskapsnivå är utbildningstrappan och böckerna "Orientera för att ha kul" och "Orientera för att lära sig träna" bra. Det finns också en hel del tips att hämta på Västergötlands OFs hemsida för Skärmfullt.

## Orientering i teori och praktik

Ett bra sätt att inspirera och utveckla föreningens ungdomar är att lägga till kortare teoretiska inslag i träningen. Det kan röra sig om allt från träningslära och stretching till orienteringsteknik och mental träning. Att börja tidigt på en enkel nivå är utvecklande för individen och skapar engagemang kring den egna utvecklingen. Till hjälp kan med fördel materialet "Lila Tråden", som finns att hämta på Västergötlands OFs hemsida för Skärmfullt. Det finns också bra material för orienteringsteknik i Full Koll som beskrivs i litteraturlistan.

## Material

Det är alltid bra att ha med behovet av material när aktiviteter planeras. Det gäller framförallt orienteringsmaterial för praktiskt genomförande såsom kartor, skärmar, kompasser, SI-enheter och pinnar mm, men också ev. profilmaterial.



**Information**

Att informera aktiva om program och aktiviteter är minst lika viktigt som att marknadsföra nybörjarkursen till målgruppen.

Att ideligen informera och påminna om träffar, träningar och andra aktiviteter hör till ledarrollen. Det är också en fördel att tala om för ungdomarna och deras föräldrar vilka kommunikationskanaler som ni tänker använda er av.

Att använda sig att flera olika kanaler har fördelar då mottagarna ofta föredrar olika sätt att ta emot information. Vanliga metoder är t ex information på hemsidan, mailutskick, korta påminnelser via SMS, men kom också ihåg att en lapp i handen på de aktivas föräldrar ger ett konkretare och tydligare budskap, "den här är till dig och ditt/dina barn, välkomna!". Ett meddelande på hemsidan eller ett massutskick via mail har inte samma personliga budskap men är ett bra komplement.

När det gäller hemsidan är det mycket bra att lägga upp information med lång varaktighet där. Det kan t ex vara årsplan med alla aktiviteter, lite om hur klubben fungerar, hur orientering fungerar och t ex vad man ska ha på sig när man orienterar, kontaktuppgifter till ledare mm, men också nyheter och information om träningar och aktiviteter i närtid.

**TIPS****Bygg upp förväntningar**

En bra metod för att behålla aktiva är att skapa förväntningar hos dem. När förväntningarna uppfylls är de aktiva nöjda, och det borgar för att de kommer tillbaka och så långt är allt väl.

MEN, den stora effekten och förtjänsten erhålls när förväntningarna överträffas, då byggs hela tiden ett pluskonto på hos de aktiva. Det skapar en nyfikenhet och en spänning som är attraktiv och de kommer med all större säkerhet vilja vara med i verksamheten framöver.

Efter ett antal plus kan ni till och med ha råd med en eller ett par mindre lyckade aktiviteter utan att de aktiva tvekar att fortsätta komma.

**Arbetsbok**

**Arbeta med frågorna på sida 10-13 i arbetsboken**

## Rekrytera nya

Det här avsnittet motsvarar del 1 och 2 i rekrytera-behålla kedjan. Det innefattar att väcka intresse för orientering och erbjuda en fortbildning för de som vill lära sig mer om orientering.

### Att väcka intresset

Den första delen av att rekrytera nya orienterare består alltså i att väcka intresse hos den tänkta målgruppen. Detta kan göras på ett flertal olika sätt och vilket sätt er förening än väljer så är det bra att ha med de tre U:na i planeringen. Lägg där också till ambitionen att skapa nyfikenhet så ökar möjligheterna till deltagande i nästa steg.

Vanliga metoder för att väcka intresset är olika former av skolaktiviteter, såvida målgruppen består av unga i skolåldern. Det brukar vara lätt att komma in på skolorna och få ta lite tid i anspråk för att presentera orientering och köra några enkla övningar på skolgården. Det finns också ett speciellt material, Skogsäventyret, framtaget för samverkan med skolan. Detta är lite mer omfattande och bygger på en samverkan med skolan under ett par veckors tid, men många av de föreningar som kört det och skolor som medverkat har varit mycket positiva, så finns det resurser i föreningen är det ett mycket bra alternativ.

En annan del av att väcka intresset är såklart marknadsföring av den tänkta nybörjarkursen eller fortbildningskursen. Även här finns det en rad olika möjligheter att välja mellan. Dels är den interna marknadsföringen viktig. Med det menas att se till att alla i den egna föreningen känner till när, var och hur kursen kommer att genomföras, detta för att hjälpa till med informationsspridningen. Vanligtvis kommuniceras det ut på klubbmöten, i klubbtidningen, på hemsidan, via mail och under naturliga träffar och aktiviteter. När det gäller extern marknadsföring görs med fördel affischer och inbjudningar som sedan strategiskt placeras och delas ut till den tänkta målgruppen. Tidningsannonser är en annan metod, men där bör kostnaden tas med i beaktning. Läs mer om marknadsföring på sid 11.



En inbjudan bör innehålla en slagkraftig informativ rubrik, kort om innehållet, tid och plats, målgrupp, omfång, kostnad, information om anmälan, kontaktuppgifter och avsändare. Inbjudan i färg är att föredra samt gärna med en trevlig, passande bild.

**Tips**

Ni har tidigare, i årsplanen, troligen angett en tidpunkt för när rekryteringen skall ske. Lite beroende på hur ni väljer att se på och avgränsa begreppen har ni kanske redan avsatt tid till skolbesök och marknadsföring av er rekrytering.

OM inte så kan det vara smart att räkna lite baklänges. T ex enligt nedan

V 14	Start på nybörjarkursen
V 13	Anmälningstiden går ut
V 11-12	Skolbesök
V 10	Inbjudan och information på hemsida klart

Baklängesräkningen, här ovan, gör gällande att det är bra att ha kommit långt i planeringen redan i början av mars.

**Nybörjarkurs/fortbildningskurs**

I arbetsboken finns underlag för att göra en översiktsplan och sedan aktivitetetsblad för att planera varje träff i detalj. Gällande upplägg, innehåll, övningar och lekar finns mycket att hämta i den litteratur som finns tillgänglig.

För att hitta rätt nivå för respektive åldersgrupp och kunskapsnivå är utbildningstrappan och boken "Orientera för att ha kul" mycket bra hjälpmedel. Det finns också en hel del tips att hämta på Västergötlands OFs hemsida för Skärmfullt. Bland annat kan ni hitta exempel på upplägg och innehåll från andra föreningars kurser och det går även att använda flertalet övningar från material som Skogsäventyret och Skattjakten.

Notera att det med Skärmfullt inte är avsikten att göra saker mer komplicerat än nödvändigt, samtidigt som det är helt fritt att improvisera efter era egna idéer och önskemål.

Ni väljer alltså nivå helt efter egna förutsättningar.

**Arbetsbok**

Arbeta med frågorna på sida 14-17 i arbetsboken

## 3

# Tävling/ Happening

Det här avsnittet motsvarar del 3 i rekrytera behålla kedjan. Den delen innebär att få med de nya och de redan aktiva till någon enkel tävling eller rolig happening för att testa sina kunskaper under "ordnade" former. För de nya är avsikten att korta steget mellan klubbverksamhet och vanliga tävlingar, ett steg som i många fall upplevs som svårt att få de nya att ta. För att få med de intresserade in i ordinarie verksamhet och skapa förutsättningar för ett varaktigare deltagande, krävs det ofta en happening.

Även under den här punkten, del 3, i Skärmfullt skiljer vi lite på redan aktiva och de nya vi förväntas rekrytera under del 2. För redan aktiva är det en fördel att planera in tävlingar regelbundet under hela våren medan de nyrekryterade hänvisas till tävlingar i slutet av perioden. När det gäller att planera in happenings kan det med fördel planeras för båda grupperna samtidigt.



## Tävlingar

För de redan aktiva ungdomarna handlar tävlingsplanerandet om att hitta och prioritera tävlingar som passar in i verksamheten för övrigt och som gärna har det där lilla extra att erbjuda.

I många delar av orienteringssverige finns någon form av ungdomsserie som kan utgöra den där extra kryddan, annars kan en tävlingsresa eller deltagande på ungdomskavlen på 10MILA

vara bra alternativ. Vidare är det också bra att ha koll på tävlingsutbudet lokalt för att, om önskvärt, minska resavstånden till valda tävlingar.

För de nya aktiva som rekryteras under våren kan den första kontakten med ett tävlingsarrangemang med fördel hållas betydligt enklare. Ett bra alternativ är att på en vanlig träning arrangera en klubbävling vid klubbstugan eller annan närliggande karta. Bygg enkel start och enkelt mål med upplopp, skriv startlista och sätt upp resultat. Gör allt enkelt men försök få med alla moment och rutiner som för den tävlande hör tävlandet till.

Ett annat alternativ som förordas är att samordna grannklubbarna och hjälpas åt inom lämplig geografisk indelning, att arrangera mindre ungdomstävlingar på kvällstid, med fokus på nyrekryterade orienterare. Upplägget kring Naturpasset motionsorientering skulle kunna passa väl in.

Båda de föreslagna aktiviteterna för nyrekryterade lämpar sig naturligtvis bra att samordna med redan aktiva också, tillika kan det finnas fördelar med att ta med de nyrekryterade till en "riktig" tävling också.

## **Happening**

När det gäller happenings finns det en hel del att välja mellan, dels bland de happenings som arrangeras och erbjuds av andra och dels bland de happenings som ni själva kan arrangera. Sedan finns ju också alternativet att hitta på något helt eget på egen hand eller i samarbete med närliggande klubbar.

Olika alternativ passar också, av naturliga skäl, olika kategorier av ungdomar. En del passar bättre för de mer etablerade ungdomarna medan andra passar bättre till de lite nyare. En del happenings passar dock till alla grupper och väljer ni att skapa egna happenings eller tillsammans med andra sätter ni ramarna själva och kan därmed anpassa innehållet efter eget tycke.

På följande sidor presenteras ett antal alternativa happenings för våren/sommaren. När det gäller tävlingar och happenings för hösten planeras de i del 4 av Skärmfullt.

### Ungdomskavlen 10MILA

Vad: Klassiska 10MILA

Var: Olika

När: I början av maj

Beskrivning: Klassiska 10MILA är vårens stora höjdpunkt för många klubbar och sedan ett antal år tillba-

ka finns även en ungdomsstafett med på programmet för tävlingshelgen. 2013 provar arrangören även med att erbjuda en medeldistanstävling för att ge fler möjlighet att delta under den härliga tävlingshelgen.



### Sommarlandssprinten

Vad: Sprintorientering i nöjespark

Var: Skara Sommarland

När: I början av juni

Beskrivning: En tävling utöver det vanliga med stort ungdomsfokus. Förutom alla vanliga sprintklasser erbjuds även lite speciella Extravanzaklasser för DH14 och äldre där löparna utsätts för lite speciella och kluriga förutsättningar. Många klubbar nyttjar tävlingen som avslutning av vårens aktiviteter.

### O-CAMP

Vad: Läger för 13-18 åringar

Var: Västergötland

När: Veckan före midsommar

Beskrivning: O-CAMP bjuder alltid på orientering och spänning utöver det vanliga. Dramatik, spänning och äventyr står för dörren och som delta-gare kan man förvänta sig upplevelser som aldrig förr. Här ges chansen att sätta sin samarbetsvilja på prov, testa gränser och spränga barriärer. Förbered er på både fysiska och roliga spektakel.

Läs mer på [www.o-camp.se](http://www.o-camp.se)



### O-ringen

Vad: Världens största orieringstävling

Var: Olika

När: Vecka 30

Beskrivning: O-ringen saknar motstycke inom orienteringssporten. En vecka eller ett par dagar på ett sådant äventyr är en stor upplevelse för många unga orienterare. Med ett mycket stort utbud av klasser ges möjlighet till ett flexibelt deltagande. Allt från 5 tävlingar i huvudklass till öppna klasser och inskolning med anmälan på plats, dag för dag.

## Ungdomens 10-Mila

Vad: Stafett för ungdomar

Var: Västergötland

När: Första helgen i augusti

Beskrivning: Det här är utan tvekan årets orienteringshappening för många ungdomar. Förutom själva stafetten erbjuder arrangören en medeldistanstävling på lördagen och en långdistanstävling på söndagen. Detta borgar för en fantastisk orienteringshelg, som ingen vill missa. Planera gärna i början av säsongen, tillsammans med ungdomarna, ert deltagande under U10mila helgen. På så sätt kan det bli ett gemensamt mål för er ungdomsverksamhet.



## Skattjakten

Vad: Aktivitetsmaterial från SOFT

Beskrivning: Skattjakten är en del av en ny serie aktiviteter från Svenska Orienteringsförbundet, där glädjen och leken är i centrum.

Skattjakten är en aktivitet för barn 7-9 år som vill testa orientering på ett roligt och spännande sätt.

Deltagarna ska med hjälp av en skattkarta tillsammans hitta skatten som finns gömd i Mörka skogen.

Materialet kan med fördel användas som en sommarlovsaktivitet, som läger eller dagaktiviteter



## Annat arrangemang

När det gäller att skapa happenings för ungdomarna i klubben behöver de inte nödvändigtvis innebära orientering. Om siktet är inställt på att stärka gruppen och samhörigheten kan andra aktiviteter lämpa sig väl så bra.

Ett kanotläger, en resa till en nöjespark eller ett äventyrsbad är exempel på olika happenings i den här kategorin.

## Klubbarrangemang

Givetvis går det alldeles utmärkt att skapa sin egen happening för ungdomarna. Många föreningar arrangerar t ex SOL-skola framgångsrikt och det kan man naturligtvis fortsätta med.

## 4

# Behålla alla

## Behålla strategi

Det här avsnittet motsvarar del 4 i rekrytera behålla kedjan och strävar till att få med de nya i klubbens ordinare verksamhet. Att få individen från att "gå i orientering" till att "vara orienterare".

Nu är vi framme vid höstens verksamhet och det handlar om att behålla både våra nybörjare och de som varit med ett tag. I den här delen är tanken att de nya och de redan aktiva ska inkluderas i samma plan, om än med lite olika övningar, tävlingar och happening. Mycket av instruktionerna och tipsen kommer igen från tidigare delar av Skärmfullt men det finns också en del nya perspektiv att ha med sig i planeringen för höstens verksamhet.

## Attraktiv ungdomsverksamhet

Det absolut viktigaste för en framgångsrik behållastrategi är att de tre U:na, utmanande, utvecklande, underhållande, inkluderas. Repetera gärna innebörden av dem på sidan 7. Poängteras bör dock att variation och glädje är nyckelfaktorer och ett sätt att lyckas med båda är att planera in olika sociala inslag för ungdomsgruppen/erna. Det kan vara enkla tilltag som att besöka badhuset eller bowlinghallen eller varför inte ha en filmkväll eller en godisbakdag.

Naturligtvis är träffarna/träningarna i klubben och innehållet på dem viktigt och när dessa planeras är det bra att ta hjälp av tillgänglig litteratur. Ha med utvecklingstrappan och böckerna "Orientera för att ha kul" och "Orientera för att lära sig träna" är bra. Bland Skärmfullt materialet på hemsidan finns också ett stort antal teknikövningar med olika svårighetsgrad som kan vara bra att ta till om kreativiteten tryter.

Ha också gärna med er samverkansperspektivet när höstverksamheten planeras. Att samverka med närliggande klubbar ger de aktiva större utmaning och ledarna lite mindre arbete. Dock är det viktigt att inte tappa bort utvecklingsperspektivet bara för att någon annan förening ansvarar för träningspasset en viss vecka.

I arbetsboken ges utrymme att planera den veckovisa verksamheten samt planera för tävlingar, happenings och en ev avslutning.

På nästa sida finner ni ett antal uppmaningar att diskutera och ta till sig. Hur kan vi göra för att skapa ett gott utvecklingsklimat och en härlig atmosfär i vår verksamhet?



## Några tips att ha med sig i verksamheten

### *Uppmuntra och se ungdomarna*

Skilj på person och prestation. Visa även intresse för vem jag är, inte bara vad jag gör.

### *Skapa förväntning!*

Planera in hemliga träningar, udda aktiviteter, samarbetsövningar, ha olika mönsterbrytare...

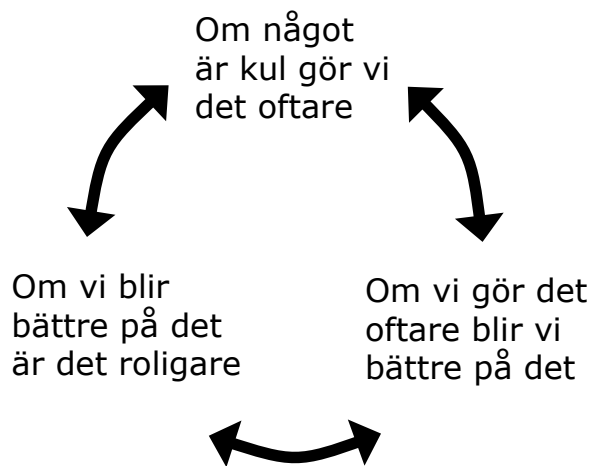
### *Skapa självkänsla*

Uppmuntra arbetsinsats och prata om att "det enda jag kan påverka är min egen prestation". Jämför med mig själv när jag tittar på min utveckling.

### *Skapa motivationsklimat*

Låt ungdomarna vara med och påverka. Var noga med vad du frågar efter - resultat jämfört med andra eller prestation jämfört med mig själv.

### Motivationscykeln



### *Sträva efter utveckling och sammanhang*

Om verkligheten är hanterbar, begriplig och påverkbar så mår jag bättre och presterar bättre. Stimulera nyfikenhet och att utveckla det Tekniska, det Mentala såväl som det Fysiska hos varje individ.

### Kom ihåg

Att informera och påminna om träffar, träningar och aktiviteter är en del av ledarrollen. Var noggranna med att ni talat om för de aktiva och gärna deras föräldrar vilka kommunikationsvägar ni använder för att förmedla information. Se också till att ni har bra, korrekt kontaktinformation till alla deltagare. Information om höstaktiviteterna bör ges till de aktiva innan aktiviteterna avslutas för våren.

## Tävlingar/ Happenings

Även under verksamheten under hösten är det bra att i ett tidigt skede planera in ett antal tävlingar och happenings för de aktiva. Enkelt uttryckt kan man säga att ju äldre och ju mer etablerade individer desto fler aktiviteter. Medan det för de nyaste aktiva kan räcka med 2-4 tävlingar/happenings kanske de mest etablerade tävlar i princip varje helg.

Även under hösten kan det finnas stor anledning till att i samverkan med närliggande klubbar ordna en eller ett par lite enklare ungdomstävlingar på kvällstid eller om det finns någon lucka i tävlingskalendern. För de yngsta och de nyaste lämpar sig den här formen av arrangemang ytterst lämpligt för att minska steget till de vanliga tävlingarna och borgar för att skapa trygghet men även nyfikenhet inför större arrangemang.

Under hösten finns ett antal intressanta tävlingar och happening, men kom också ihåg att alternativet att skapa någonting eget också alltid är möjligt.

Bland de intressanta möjligheterna för ungdomar finns t ex olika ungdomsserier, Bahco Cup, DM tävlingar, 25-manna, dadadubbeln och O-Event med Lägre. För närmare presentation av respektive tävling se tidningen Västgötaorientering eller kontakta Västergötlands OFs kansli. Kom även ihåg att se till det lokala utbudet för att, om önskvärt, korta reseavståndet.



Foto: Dag Tryggö, Trollhättans SOK

**Tanken med avslutning**

Att ha olika typer av avslutningar har emellanåt ifrågasatts av röster som menar att det är bättre att hela tiden ha fler aktiviteter på gång. Möjligen ligger det något i det men det utesluter inte att man kan ha avslutning i alla fall.

Tanken med en avslutning är att göra avstamp i verksamheten, som kapitel i en bok.

”Den här säsongen är kapitel ett och det slutar med den här avslutningen. Efter det tar kapitel två vid som innehåller en massa andra, nya spännande saker”

Även när det gäller avslutning så finns det ett antal intressanta valmöjligheter.

**O-event**

I Borås arrangeras en sprinthelg i början av november och i samband med det ett läger. Under helgen är det tre tävlingar, en äventyrsbana och även möjlighet att besöka badhuset. Helgen har blivit mycket populär som avslutningshelg och 2011 lockade den avslutande sprinten, som går av stapeln inne i Borås djurpark, nästan 2500 deltagare.

Mer om O-Event och LägreT hittar ni på [o-event.se](http://o-event.se).

**Alternativ avslutning**

Det naturliga alternativet till att hänga med på O-Event är så klart att arrangera en egen eller i samverkan med närliggande klubbar. Det är också ett alternativ att sammanfoga Skärmfulltavslutningen med någon ordinarie klubbaktivitet. Det som är viktigt att komma ihåg är att avslutningen är för Skärmfulltdeltagarna och att avslutningen innebär något speciellt för dem. Det är de som ska uppmärksammas och synas. Kan man ge dem pris eller annan utmärkelse är det naturligtvis också stort.



## Avslutande ord

Skärmfullt är till ända. Hur det har gått är svårt att sia om, men förhoppningsvis har er föreningar genomfört ett mycket framgångsrikt år för rekrytering och behålla-initiativ.

Förhoppningsvis ser ni Skärmfullt som starten för en långvarig, välstrukturerad och framgångsrik verksamhet kring rekrytera och behålla.

Tanken är att materialet ska gå att använda om och om igen och om ni vid första genomgången hoppat över några avsnitt kan dessa med fördel tas med under nästa år.

### *Utvärdering*

Skärmfullt inleddes med ett kapitel om framgångsfaktorer och nulägesanalys. När det är dags att avsluta är det naturligtvis dags för en utvärdering. Även en utvärdering kan ses som en nulägesanalys men då i jämförelse med hur det var tidigare och naturligtvis med en uppföljning av satta mål.

För en effektiv utvärdering och ökad möjlighet att lära av erfarenheterna är det bra att förlägga den egna utvärderingen så snart som möjligt efter avslutad säsong. Uppmaningen är att dokumentera utvärderingen och föra över både bra och mindre bra saker i planeringen för kommande år. Bra saker med avsikt att behålla och mindre bra saker med avsikt att förändra, förbättra eller ta bort. Genom att göra utvärderingen noggrant och med sikte på nästa år förbereds nästa års verksamhetsplanering på ett bra sätt.

### *Ledarförsörjning*

Förhoppningsvis har Skärmfullt också resulterat i fler engagerade ledare i föreningen, om det var ett behov i er förening. I vilket fall är det alltid bra att se över ledarläget i föreningen i samband med utvärdering och planering för nästa säsong. Behöver vi rekrytera ytterligare fler ledare? Behöver vi utbilda oss inom något ämne/område inför kommande år?

Se gärna Skärmfullt som ett startskott för en tydlig ledarstrategi i föreningen. Ha gärna med frågan om ledarförsörjning och ledarutveckling i er utvärdering och definitivt i er planering framöver.

### *Ledarvård*

Kommer ni ihåg de tre U:na?

Utmanande, utvecklande och underhållande.



Tänk på att det också gäller ledarrollen. Ett sätt att se det är att verksamheten också kan bedrivas för ledarnas skull, för att på det sättet ge ledarrollen ett egenvärde. För ledarna ger föreningens verksamhet mer tillbaka i de fall där de verkar i en utmanande, utvecklande miljö med mycket glädje.

Det kan därför vara på sin plats att göra speciella aktiviteter för ledarna. Skapa träffar där innehållet är stimulerande och attraktivt så att det blir tillfällen som ledarna absolut inte vill vara utan.

Om det inte i dagsläget är ok i er förening att lägga resurser på ledarna är uppmaningen att arbeta för en attitydförändring. Det är bra för föreningen att ledarna utvecklas och stimuleras.

Om ni inte har möjlighet att ordna några egna träffar så lägg ut det på någon annan i klubben eller extern part. Alternativt kan detta också vara något ni kan samordna med närliggande föreningar.

Avslutningsvis, hoppas att Skärmfullt har varit ett framgångsrikt koncept i er förening och att ni också står väl rustade för fortsatt offensiv verksamhet i framtiden.

# Anteckningar

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

# Anteckningar

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

# SKÄRMFULLT

-en guide för ungdomsverksamhet

© 2012, Västergötlands Orienteringsförbund

Kontaktuppgifter

*Projektledare:* Magnus Sundmark  
*Redaktionellt arbete:* Magnus Sundmark  
Susanne Wiklund-Björk  
*Formgivning:* Magnus Sundmark  
*Utsift:* Idrottens Hus Skövde  
*Upplaga:* Första upplagan

Västergötlands OF  
Box 418  
541 28 SKÖVDE  
Tel. 010-476 41 88  
[www.orientering.se/vastergotland](http://www.orientering.se/vastergotland)

Allt nyttjande av detta material ska ske i samförstånd med Västergötlands OF



**SISU**  
Idrottsutbildarna