

DETTA ÄR
ETT AV FLERA
I EN SERIE AV
MATERIAL


KOMMUNIKATION OCH NÄTVERK

– VIKTIGA PUSSELBITAR FÖR ATT
UTVECKLA UPPVISNINGSGYMNASTIK



Gymnastikförbundet





Gymnastikförbundets vision är Rörelse hela livet. Till vår hjälp har vi en verksamhetsidé som tydliggör vårt uppdrag och uttrycker kärnan i verksamheten: "Svensk Gymnastik möjliggör för alla att träna, tävla och uppleva rörelseglädje. Rörelse är vårt språk."

Uppvisning är en del inom gymnastiken med en lång historia. Uppvisning kan ha många olika skepnader och finns som en naturlig del i alla pusselbitar och steg i gymnastikens utvecklingsmodell. Uppvisning är för alla: barn som vuxna, för nybörjare, motionärer eller för riktigt avancerade gymnaster. Syftet med uppvisning är att skapa en show tillsammans i en grupp, genom att kombinera olika gymnastiska moment med någon form av start och ett slut. Det handlar om att vara nyfiken, kreativ och våga utmana och testa nytt.

En uppvisning kan vara med eller utan redskap och genomföras i en gymnastikhall, utomhus eller varför inte i en helt annan miljö så som en strand, ett köpcentrum eller en skog. Uppvisningen kan innehålla gymnastikens alla discipliner och mer därtill. Med all sannolikhet kan man också inspireras av andra, som exempelvis cirkus, teater och andra idrotter. Möjligheterna är många.

MATERIAL FÖR STÖD TILL LÄRANDE OCH UTVECKLING

Det material du håller i din hand ger dig och dina föreningskollegor stöd för ert gemensamma lärande – ett lärande som går i folkbildningens anda och ger kraft åt människors tankar, idéer och vilja att utvecklas. Tanken är att materialet ska ge er ny kunskap och ett frågebatteri som ger vägledning och kraft i reflektioner och samtal. Vilket i sin tur skapar utrymme för att lära av och med varandra för att skapa en gemensam bild av var ni står i förhållande till ämnet och för att identifiera hur ni och er förening kan ta arbetet vidare. Det är deltagarnas olika perspektiv, erfarenheter, tankar och idéer som skapar möjlighet till förändring och utveckling.

Ni kan använda materialet direkt i er förening men det passar mycket bra att genomföras i en lärgrupp för er förening tillsammans med ert närmaste RFSISU-distrikt. En lärgrupp leds av en utsedd lärgruppsledare som tar på sig ledartröjan och leder samtalen och fördelar ordet så att alla deltagare inkluderas. Ni själva bestämmer hur er lärgrupp ska genomföras. Det vill säga hur, när och var ni ska träffas och vad i materialet ni lägger fokus och samtalar om.

RFSISU-distriktet är en oerhört värdefull resurs för din förening då de kan ge er stöd och rådgivning i viktiga frågor som ett komplement till Gymnastikförbundet. RFSISU innefattar också idrottsrörelsens egna studieförbund och bidrar till att stimulera och stärka lärandet samt att sätta era föreningsidéer i rörelse med hjälp av olika material och stöd i processer.



DE FYRA PUSSELBITARNA

Dessa pusselbitar lägger en bra grund för att utveckla och stärka uppvisningsgymnastiken. Med *verksamhetsutveckling* menas att föreningens utbud ses över och utvecklas för att nå en bredare målgrupp som inspireras av uppvisning. Med *kommunikation* menas hur vi synliggör och kommunicerar vårt utbud. I vilka kanaler det sker och vilka ord och bilder vi använder. Kommunikation handlar också om hur vi skapar delaktighet och inflytande med medlemmar och de som är engagerade inom uppvisningsgymnastiken.

Med *nätverk* menar vi de samarbeten eller mötesforum som skapas med andra föreningar, kommuner, dans- och teaterskolor eller andra aktörer med målet att få nya perspektiv och idéer. *Arrangemang* handlar om att skapa arenor och tillfällen där uppvisningsgymnastiken får synas. Det ger också tillfällen för utövare att mötas och inspireras av varandra för fortsatt utveckling.

Om en lägrupp ska godkännas som bidragsberättigad verksamhet i er förening gäller följande:

- Minst tre deltagare i lägruppen måste vara över 13 år.
- Lägruppen måste pågå under minst 3 utbildningstimmar, där en utbildningstimme är 45 minuter.

Lägruppen behöver registreras med namn på tema och lägruppsledare. Detta görs i nära dialog med din kontakt på RFSISU-distriktet.

AVSNITT 1
KOMMUNIKATION



AVSNITT 1

KOMMUNIKATION

Kommunikation är en viktig del för att nå ut, rekrytera nya medlemmar och skapa delaktighet och inflytande på riktigt. Kommunikation skapar förutsättningar för att göra föreningens idé, värderingar och vision attraktiv och förståelig. Kommunikation kan dock vara något som kan upplevas svårt och energikrävande. Därför är det viktigt att ni hjälps åt att identifiera var, hur och när ni bör kommunicera vad till vem.

Detta material fokuserar inte på kommunikation och nätverk i stort utan "trattas ner" och fokuserar på att utveckla och bredda utbudet i er förening, för att inkludera och attrahera nya målgrupper. I detta fall har vi lagt extra fokus på uppvisningsgymnastiken och dess möjligheter att skapa ytterligare mervärden för att nå nya målgrupper eller behålla dem ni har längre.

Vi har grupperat underlaget utifrån rubriker och du och dina kollegor i föreningen väljer ut de rubriker som känns aktuella för er. Se underlaget som ett stöd som ni kan gå tillbaka till och använda vid flera tillfällen.

MÅLGRUPP



Vilka är era primära målgrupper som ni kommunicerar med idag?

Vilka målgrupper vill ni nå ut till för att utveckla och bredda er verksamhet?

På vilka arenor eller genom vilka kanaler når vi dessa potentiella medlemmar?



ERBJUDANDE



Ert erbjudande handlar om den verksamhet ni har idag för era medlemmar.

Vilket verksamhet erbjuder er förening idag?

Hur strukturerar och formar ni er verksamhet idag?

Är det någon av dessa verksamheter som får större plats och mer resurser än någon annan? Om ja, varför ser det ut så?

Hur skulle ni vilja att ert erbjudande och utbud i er förening ser ut i framtiden?

Uppvisningsgymnastik är något för alla som gillar rörelseglädje och gymnastik. Den kan inrymma en mängd olika moment och inslag av gymnastikens bredd – det är bara fantasin och kreativitet som sätter stopp.

Se filmen [här](#) och inspireras till vidare samtal.



BUDSKAP



Med budskap menas det din förening kommunicerar och informerar om i era olika kanaler till exempel hemsida, medlemsutskick eller annonsering.

Med vilka nyckelord kan ni beskriva ert utbud på ett attraktivt sätt?

Vad blir extra viktigt att trycka på utifrån dessa nyckelord?

Vilka blir viktiga bärare för att nå ut med budskapet?



KANALER OCH ARENOR



Med kanaler och arenor menar vi de platser där du på olika sätt möter era medlemmar eller potentiella medlemmar som till exempel hemsidan, Facebook, Instagram eller i skolan, på arbetsplatser på gator och torg.

Vilka kanaler använder ni för att kommunicera till era primära målgrupper?

Vilka kanaler använder ni till vilken typ av information?

Finns det arenor som ni kan komma ut till för att nå målgruppen "face to face"?

TIPS FÖR ATT NÅ UT MED KOMMUNIKATIONEN OCH ENGAGERA FLER!

- Utforska olika digitala kanaler för att nå fram till fler i utvald målgrupp.
- Jobba med videoformat.
- Ge inspiration och lärande till följarna.
- Jobba med återkommande inslag ex "veckans show/utmaning/uppvisning".



BILDSPRÅK OCH BESKRIVNINGAR



Utifrån er definition av målgrupp och erbjudande behöver ni bli mer konkreta och fundera på hur ni kommunicerar ert utbud på ett attraktivt och tillgängligt sätt för den potentiella målgruppen. Fundera vilka tankar och känslor ni vill väcka hos mottagaren? Använd ord och bilder som engagerar och skapar nyfikenhet. För att inkludera och visa att ni välkomnar en mångfacetterad målgrupp är det viktigt att även bildspråket visualiserar det. Att visualisera en mångfacetterad målgrupp kan handla om att visa upp bilder och illustrationer med till exempel olika kön, ålder, etnicitet och funktionalitet.

Vad vill ni synliggöra?

Vad vill ni att mottagaren ska uppfatta?

Vilka typer av bilder blir viktiga att använda för att attrahera målgruppen?

TIPS FÖR BRA KOMMUNIKATION:

- Ta fram en genomtänkt kommunikationsplan. Syns ni inte – finns ni inte.
- Beskriv vilken målgrupp som ni vill locka.
- Beskriv det nya utbudet som ni vill erbjuda. Vilka nyckelord är viktiga att få med?
- Kom ihåg att bilder och ordval är avgörande för att visualisera en tillgänglig och inkluderande verksamhet.
- Tänk enkelt – bättre att avgränsa och få saker gjorda.
- Identifiera när, var och hur kommunikationen ska ske.
- Välj ut vem eller vilka som är ansvariga för att respektive insats.
- Använd #uppvisningsgymnastik och #svenskgymnastik i er kommunikation så sprids idéer och budskap bredare inom gymnastiken.

AVSNITT 2
NÄTVERK





AVSNITT 2

NÄTVERK

Att starta upp och bibehålla en verksamhet kräver långsiktigt arbete och inspiration från olika håll. Nätverk kan vara ett värdefullt sätt att få utbyta erfarenheter, tankar och idéer men även att få mötas på olika sätt för att utöva uppvisningsgymnastik tillsammans. Återkommande mötesplatser och ett fungerande nätverk kan vara avgörande för att få fler att bli inspirerade och stanna längre.

Finns det några nätverk eller återkommande samarbeten som er förening är med i idag? Vad är i så fall framgångsnycklar i dessa nätverk och samarbeten? Om ni inte har något nätverk eller samarbete idag, vad ser ni blir extra viktigt i ett framtida nätverk eller samarbete?

Finns det några föreningar eller andra tänkbara samarbetspartners som skulle kunna inspirera, utveckla och stärka er verksamhet? Vilka och på vilket sätt? TIPS! För att få i gång ett nätverk eller samarbete – starta med något specifikt och avgränsat.



INSPIRERA OCH STÖTTA VARANDRA



Finns det arenor eller kanaler som gör nätverkandet enkelt och tillgängligt? Vilka i så fall?

Kring vilka frågor ser ni främst behov av att nätverka kring för att utveckla och stärka er verksamhet?

Finns det någon förening i en annan del av Sverige eller internationellt som skulle kunna vara extra intressant att nätverka med? Kring vad, och hur skulle det kunna genomföras?

TIPS FÖR ATT FÅ IGÅNG NÄTVERK OCH SAMARBETEN!

- Identifiera behov och vilka frågor som är aktuella. Utgå ifrån dessa när ni letar eller startar upp ett samarbete eller nätverk.
- Avgränsa och konkretisera samarbetets eller nätverkets syfte och mål.
- Utse ansvariga personer för samarbetet eller nätverket.
- Beskriv kortfattat när, var och hur ni skall ses. Lägg en enklare plan.
- Stäm av under vägen. Ger samarbetet och nätverket det vi önskar? Finns det något vi bör förändra eller utveckla?



EXEMPEL FRÅN VERKLIGHETEN!

Den nationella uppvisningskommittén har startat upp en Facebook-grupp som är öppen för den som är intresserad och vill inspireras av filmklipp, idéer och tankar i arbetet med uppvisningsgymnastik. Ni hittar den på "Uppvisningsgymnastik i Sverige". Medlemstalet ökar kontinuerligt och stiger lite extra när det görs återkommande inlägg.



[Uppvisningsgymnastik i Sverige](#)

Vill du och dina ledarkollegor i föreningen fortsätta
era samtal för att lära och utvecklas?

Använd något av de övriga material
som är framtagna inom Uppvisningsgymnastik,
eller något material av Gymnastikförbundet
alternativt SISU Idrottsutbildarna.

Gymnastikförbundet 

Postadress: Box 11016, 100 61 Stockholm • Besöksadress: Skansbron 7
Telefon: 08-699 60 00 • E-post: info@gymnastik.se • www.gymnastik.se