



Webinar - "Nye perspektiver på klubledelse"

11. marts 2021, kl. 20-21

Paneldeltagere: Johan Seistrup (Vejle) og Kaj Flyger (KVIK)

Moderator: Ricki Clausen

Show notes er centreret omkring konkrete tiltag og svar fra paneldeltagerne og samler op på de vigtigste punkter. Nedenstående er ikke ment som et fyldestgørende referat. Derfor anbefales det at se optagelsen af hele webinarret, der tog ca. en times tid.

SPM: Hvis I selv skulle komme med et bud, hvad var så baggrunden for jeres ansættelse?

Kaj: KVIK vil gerne gøre et forsøg på at professionalisere klubben. Man vil i en retning, hvor man tænker mere virksomhed og mindre forening for at sikre både økonomi og kompetencer på lang sigt. Man vil gerne være mindre sårbare især på kompetencerne, så man ikke er så sårbar når centrale frivillige forsvinder og der kommer jeg med erfaring fra en erhvervskontekst, som jeg kan bruge i ledelsen af både ansatte og frivillige.

Johan: Man vil i Vejle gerne tage næste skridt og for at kunne det, så skal den daglige drift og ledelse ligge hos en ansat. Det skal frigøre en i forvejen velfungerende bestyrelse til at tænke strategisk og til at tænke på indtægtsgivende aktiviteter i højere grad end nu. Miljøet skal være mere attraktivt for svømmere både egne og svømmere udefra og det kræver en mere professionel organisation med et bedre setup.

SPM: Hvad har overrasket jer mest i jeres nye job?

Johan: Det har faktisk overrasket mest, hvor meget det flytter at løfte den daglige ledelse op til en fuldtidsansat. Det er blevet tydeligt for mig, at det er vigtigere at løfte hele organisationen ved at ansætte en leder til den administrative del, hvis man har ambitioner, frem for at ansætte en cheftræner på fuldtid og så lade frivillige løse den daglige drift.

Kaj: Jeg har undret mig over en masse ting og har i den forbindelse efterfølgende indført undringsmøder for alle nye medarbejdere, så vi kan lære af alle de ting, der undrer os. Ikke kun hvad der undrer mig.

Vi er alt for sårbare, hvis en person stopper (både en fastansat eller en frivillig). Vi kigger nu på succession planning som værktøj, så vi ikke bliver alt for sårbare. Jeg er også overrasket over den manglende vidensdeling – der er ufattelig meget viden, men det ligger inde i hovedet på personerne. Derfor har jeg indført "GIKI" (se **Bilag 1**).

,



Der gøres ikke nok ud af at tage imod nye mennesker. Onboarding for alle ansatte og frivillige. Alle skal behandles som værdifulde - også selv om de er frivillige.

Dokument-delning skal være generel. Ikke på individniveau. Det sikrer vi gennem OneDrive. Det nytter ikke noget, at central information ligger på en personlig computer uden adgang for alle. Hvad nu, hvis en medarbejder eller en frivillig bliver sur og skrider?

Kommandoveje og beslutningsgange har været komplicerede. Vi har kortet alle beslutningsaktiviteter ned til halv tid – først holder vi møde og så hyggesnakker vi bagefter. Vi har blandt andet implementeret "Beslutningshuset" (se **Bilag 2**).

Det frivillige arbejde er stort men ofte også ineffektivt. Et sponsormøde skal ikke vare 3 timer.

Der mangler tid til at udvikle. Det skal vi have skabt tid til. Både for ledelse og ansatte og frivillige.

Stor undren over, hvordan vi kan drive en så stor klub uden vision og mål. Derfor indfører vi KPI'er (Key Performance Indicators) nu og får sat gang i en mere præcis målstyring.

SPM: Hvad ville I gøre anderledes, hvis I havde frie hænder?

Kaj: Vi har lavet en ny struktur, så der er klare kommandoveje og tydelighed omkring arbejde og opdeling. Vi har etableret et politisk udvalg for k-afdelingen, der fungerer som ledelsesorgan. Der er siloer for de forskellige andre dele (trænere, holdledere, events, etc.). Sådan vil man gøre i alle afdelinger (Tri, Vandpolo) på sigt. For at sørge for en klar og tydelig organisation (se **Bilag 3**).

Johan: Jeg ville kigge meget mere på markedsføring ifht. både unge og ældre svømmere. SoMe og andre kanaler er alt for dårligt udnyttet i store foreninger. Vi skal gøre meget mere for unge svømmere, der stopper i svømmeskolen og ikke vil svømme konkurrencesvømning. Fokus skal skifte for de store foreninger for ellers vil frafaldet af medlemmer fortsætte. Vi skal både blive bedre til markedsføring gennem SoMe og også have tænkt fitnesselementet ind i foreningerne.

SPM: Kan I sige noget om jeres tilgang til indtægtsgenererende aktiviteter og samarbejde med kommune/virksomheder?

Johan: Kommunen er indiskutabelt som den vigtigste samarbejdspartner. Hvis ikke kommunen er med, så kan vi intet gøre. Politikkerne er centrale i den forbindelse. Vi har ikke "kampe" med kommunen fordi vi har enormt fokus på samarbejdet.

Vi synes derudover også, det er interessant at kigge ind i virksomheder og på fonde. Det er afgørende, at man laver mere samarbejde på tværs af virksomhed og forening. Vi kommer ikke til at være lige så kommercielle som fodbold og håndbold, men vi kan lave rigtig meget for virksomhederne ifht. sundhed – sygefravær stress, motion. Det synes både kommunen og virksomhederne er interessant.

Vi prøver at tænke alternativt ifht. at være svømmeklub – det handler ikke kun om at svømme. Det handler om at være aktive i vand. Det er mange forskellige ting og mange forskellige steder.



Naturoplevelser er afgørende, hvis vi skal have sundheden i fokus. Vi har haft rigtig meget succes med fondsansøgninger omkring naturoplevelser.

Samspillet mellem forening, kommune og virksomhed er væsentligt. De skal samles og det kan vi som forening gøre meget nemmere end virksomheder hhv. kommune kan gøre på egen hånd.

Sponsorpenge er peanuts. Det flytter ikke noget for en klub med mange medlemmer.

Kaj: Kommunen støtter os enormt og vi støtter også den anden vej – eksempelvis bruger vi en masse energi på at hjælpe kommunen med at tage det sociale ansvar ifht. handicappede. Vi kører også floorball for mænd, der har diabetes. Vi er en svømmeklub, men vi skal også kunne andre ting.

Sponsordelen er tung ifht. fodboldklubber, men vi har lavet en erhvervsklub. Både fra Amager og Storkøbenhavn (og helt nede fra Præstø). Vi får dem omkring bordet og til gengæld for at de lægger penge, så får de netværk og inspiration og foredrag omkring ledelse. Vi sælger forhåbentlig nogle sponsorater, hvor vi inkluderer aktiviteter for medarbejdere – eksempelvis at vi sætter trænere på for de medarbejdere, der kommer og svømmer. Vi forsøger også at sælge vores k-svømmere til virksomheder, så de har en virksomhed, de skal give informationer om hvordan det går, hvad målene er osv. – dvs. man sætter svømmer og virksomhed sammen i et parløb. Det skal de give 50.000 om året for pr. svømmer.

Vi har også lavet en KVIK Supporter-gruppe, hvor både medlemmer og deres bekendte er medlem af gruppen. Vi laver arrangementer for dem og de giver så noget for at være medlem af gruppen.

Vi fokuserer også på Sverige og vi starter blandt andet et svensk babyhold op. Vi arbejder med gravide og efterfødselsvømning og ser i det hele taget os selv som noget mere end en svømmeklub.

Vi bruger en fyr oppe i Birkerød, der ved noget om fonde. Ham kan jeg anbefale – vores frivillige ansvarlige for fondsansøgninger har været på kursus hos ham. Det kostede 3000 kroner og hun har siden hevet 100.000 kroner ind på i alt tre ansøgninger (Kontakt www.winnovation.dk eller mail nw@winnovation.dk for mere info).

SPM: Den økonomiske model med at svømmeskolen betaler for k-afdelingen har en lang forhistorie. Påstanden er, at ellers kan man ikke drive en elitesatsning. Hvad siger I til det?

Kaj: Modellen skal forandres – det er en tikkende bombe. Modellen er forældet og vi skal finde pengene et andet sted. Hos os ved svømmeskolen godt, at de betaler for eliten. Det er et problem. Forældrene i elitemiljøet laver en kæmpe indsats og betaler på den måde en del af gildet, men helt grundlæggende er modellen forældet.

Vi skal bruge mere energi på sponsorer og den nød skal vi have knækket. Det er ikke svømmestævnet i sig selv, der kan skabe interesse, men vi har indgået kontrakter med Blue Energy og vi får 500 kroner hver gang et medlem køber el der og vi forventer der er 1000 medlemmer, der køber el, så vi får 500.000 ud af det, andre virksomheder er på hjemmesiden og henvender sig til medlemmerne. Det er penge værd.



Johan: Sponsoring er peanuts. Jeg tror på partnerskaber og fleksible løsninger for virksomheder, de kan købe sig ind i – det er langt bedre end klassiske sponsorater. Vi bliver nødt til at finde andre måder at tjene penge på, så vi kan bruge indtægten fra medlemmer på at udvikle foreningen i stedet for at indtægten fra medlemmer automatisk går til k-afdelingen. Virksomheder og kommune er nøglen. Og kan vi nedbringe sygefraværet i en virksomhed, så er det langt mere værd en "klassisk eksponering".