

Effekt- rapport 2021



KORPEN



Svenska Motions-
idrottsförbundet

Denna effektrapport fokuserar på tre områden som visar bredden och ger fördjupad kunskap om effekten av vårt arbete.

1

Verksamhetsutveckla och samverka

2

Stärk Korpens varumärke och kommunicera bättre

3

Digitalisera mera

Vi är nyblivna medlemmar i Giva Sverige som är branschorganisationen för tryggt givande och tillämpar därmed Giva Sveriges kvalitetskod för etisk insamling, intern kontroll och styrning, redovisning och effektrapportering. Som ett led i detta arbete ger vi i år ut vår första effektrapport vars syfte är att ge en bättre inblick i vårt arbete, vilka mål vi jobbar mot och vilka effekter vi nått under året. Vår resa inom effektmätning har nyligen tagit sin början och vi ser fram emot att för varje år lära oss mer inom området och bli bättre på att mäta, ta lärdom av och visa effekterna av vårt arbete.



Innehållsförteckning

Vi är Korpen Svenska Motionsidrottsförbundet	4
Så här jobbar vi	5
Område 1. Verksamhetsutveckla och samverka	8
Område 2. Stärk Korpens varumärke och kommunicera bättre	13
Område 3. Digitalisera mera	15
Avslutande ord	18



**HEJA
HEJA!**

Det här är Korpen Svenska Motions- idrottsförbundet

Korpen Svenska Motionsidrottsförbundet är ett av Sveriges största idrottsförbund med 800 000 medlemmar i cirka 2 000 föreningar. Vi är ett breddidrottsförbund som i över 75 år lyft fram motion som en del i vår vardag. Korpens föreningar finns över hela Sverige och totalt kan vi erbjuda våra medlemmar runt 100 olika aktiviteter. Vår roll i idrottsrörelsen handlar i hög grad om att komplettera och bjuda in till inspirerande, roliga och gemensamma motionsaktiviteter. På vårt centrala kansli i Stockholm är vi 19 anställda.



Vision – Bäst på motion

Vi mäter effekten av det vi gör för att utveckla oss själva, ta lärdom av motgångar och berätta om våra framgångar.

Vi vill bedriva en inkluderande verksamhet där alla platsar och är med utifrån sina förutsättningar.

En rörelse – ett uppdrag

Korpen Svenska Motionsidrottsförbundet är ett breddidrottsförbund där alla sporter och alla människor platsar – hela livet. Vår verksamhet handlar om att göra det enkelt för människor och arbetsplatser att motionera och ha kul tillsammans. Som specialister på motionsidrott är vi unika i Riksidrottsförbundet och vi vill fortsätta förbättra fler människors hälsa och välmående.

Hur vi bidrar till Agenda 2030

Idrott är ett unikt verktyg som har stor potential att nå människor oavsett bakgrund, religion eller socioekonomisk situation och kan bidra till att uppnå de Globala målen. Genom detta kan vi främja en positiv samhällsutveckling i Sverige. Korpen ger ett betydande och direkt bidrag till Agenda 2030 genom vår verksamhet med bredd- och motionsidrott för alla och på så sätt främjar vi en hälsosammare livsstil som bidrar till en ökad folkhälsa. Utöver Mål 3 (God hälsa och välbefinnande) bidrar vi på olika sätt även till Mål 4 (God utbildning för alla), Mål 5 (Jämställdhet), Mål 10 (Minskad ojämlikhet) och Mål 16 (Fredliga och inkluderande samhällen).



Korpen i siffror

Korpen finns över hela Sverige och varje dag motionerar tusentals människor i någon av våra föreningar.

Föreningar 2021: **275** (2020: 269)

Personliga medlemmar i föreningar 2021: **138 595** (2020: 133 220)

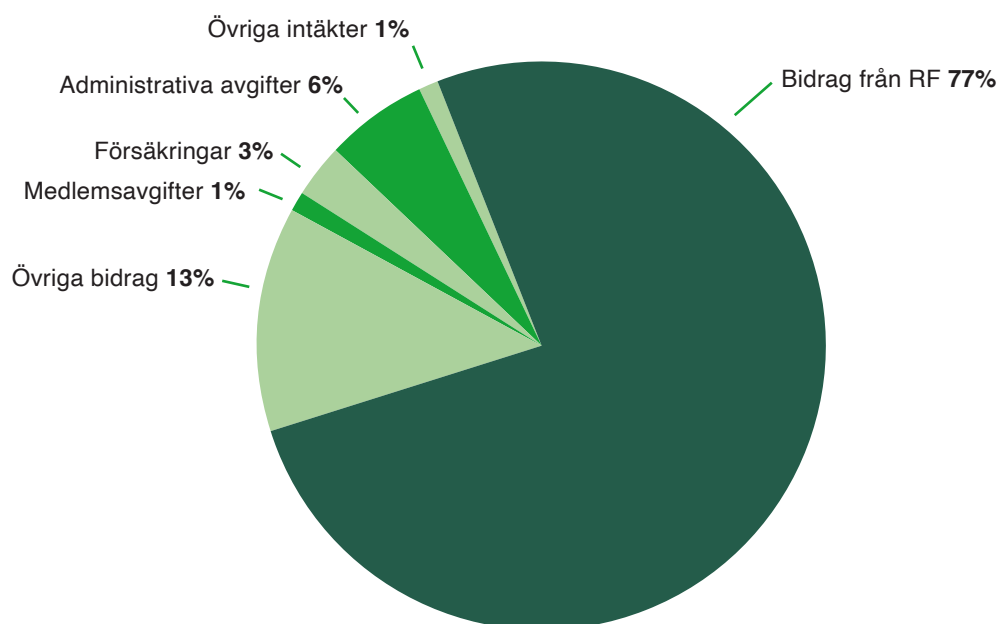
Nationella Organisationer 2021: **15** (2020: 15)

Lokalföreningar i nationella organisationer: 2021: **1 909** (2020: 1 924)

Personliga medlemmar i lokalföreningar i nationella organisationer 2021: **687 390** (2020: 708 680)

Verksamhetsintäkter 2021

31,3 mkr



Verksamhetskostnader 2021

32,9 Mkr

Den totala kostnaden var 32,9 Mkr. Av dessa var 5,3% administrativa kostnader och 94,7% ändamålskostnader.

Så här uppnår vi våra mål



Vårt arbete tar sin utgångspunkt i vår gemensamma strategi, Fokus Korpen 2025, som sträcker sig från 2018 till 2025. Vi har en tydlig målsättning i att vi vill att ännu fler medlemmar söker sig till oss och blir mer fysiskt aktiva, mer engagerade och nöjdare. För att lyckas med det behöver vi öka kännedomen, bli ett träningsalternativ för fler människor och ta en tydligare position som motionsaktör. För att nå dessa mål har vi sex strategiska områden som vi gör insatser inom:

- VERKSAMHETSUTVECKLA OCH SAMVERKA**
- STÄRK KORPENS GRÖNA OCH SKÖNA LEDARSKAP**
- STÄRK KORPENS VARUMÄRKE OCH KOMMUNICERA BÄTTRE**
- DIGITALISERA MERA**
- MER RESURSER PÅ ALLA NIVÅER**
- DEN MODERNA FÖRENINGEN ENGAGERAR**

Effektrapporten för 2021 är avgränsad till att rapportera ett nuläge inom strategiområdena Verksamhetsutveckla och samverka, Stärk Korpens varumärke och kommunicera bättre samt Digitalisera mera.

Verksamhetsutveckla och samverka

Korpen Svenska Motionsidrottsförbundet ska vidareutveckla verksamheten så att ungdomar, vuxna och seniorer väljer att idrotta tillsammans under hela livet. Vi är unika med vårt breda, enkla och flexibla utbud, en framgångsfaktor vi vill vårda och utveckla. Under året 2021 hade vi två större, externt finansierade projekt via Svenska Postkodsstiftelsen och Svenskt Friluftsliv. Pandemin har i hög grad påverkat arbetet inom detta strategiområde, våra föreningar och förbund har fått kämpa för sin överlevnad och restriktioner har under året begränsat människor att motionera tillsammans i förening. Trots detta har vi genomfört en hel del verksamhet, här följer några exempel.

Korpen Challenge

Tillsammans med vår partner Challengize AB har vi under många år arrangerat Korpen Challenge. En digital motionsutmaning för arbetsplatser och företag där vi under pandemin sett ett ökat intresse. Det har visat sig att Korpen Challenge varit en perfekt utmaning för arbetsplatser som går att genomföra även när kollegorna jobbar på distans.

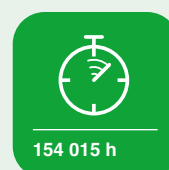
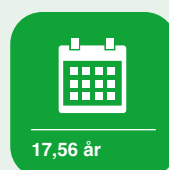
Deltagarnas upplevda hälsa ökade med i snitt 7 %, deras aktivitetsnivå med 14 % och deras allmänna mående gick upp med 11 %.

Antal omgångar: 4
Antal lag: **345 lag**
Antal individuella deltagare:
2662 personer

**HEJA
HEJA!**

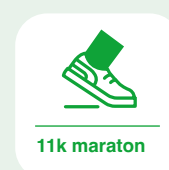
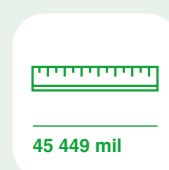
Motion i tid:

154 015 timmar



Motion i sträcka:

454 492 kilometer



CO2-besparingar

(val av cykel framför bil): **13 187 kg**



Aktiv senior

Aktiv Senior är projektet som ska få Sveriges äldre befolkning att hålla i, börja om eller upptäcka den fysiska rörelsens fantastiska kraft. Med hjälp av utbildade ledare vill vi att seniorer utifrån sin egen förmåga motionerar, får en bättre hälsa och ett socialt umgänge. Aktiv senior finansierades under 2019 – 2021 av Svenska Postkodkodstiftelsen och genomfördes i samverkan med vår nationella organisation PRO och RF/SISU.



All
rörelse
räknas

I februari lanserades utbildningswebben och under året genomförde 353 ledare den digitala utbildningen. Utöver detta nåddes ytterligare 6 250 personer via folkbildningsinsatser.

Trots att pandemin under delar av året begränsade möjligheterna att kunna erbjuda verksamhet för målgruppen deltog totalt 8 056 seniorer i motionspass ledda av ledare som genomgått den digitala utbildningen. 1 200 av dessa deltog i aktiviteter under Aktiv Senior-veckan som genomfördes på 12 platser i landet.

Vi är även glada att se att målgruppen upplevde ett ökat fysiskt, psykiskt och socialt välmående efter att ha deltagit i träningen under tre veckors tid.

Utbildningsplattformen och allt det material som tagits fram i skapandet av den kommer att leva kvar och utbildningen erbjuds framöver till våra egna föreningar samt andra intressenter (exempelvis kommuner, andra specialidrottsförbund, privata aktörer med flera).



Mitt Everest & SkolEverest

Korpen har flyttat Mount Everest till dig. Genom utmaningen Mitt Everest vill vi ge människor möjligheten att bestiga världens högsta berg, på hemmaplan. Där har vi mätt upp höjdmeter som motsvarar det exakta avståndet från fot till topp på världens högsta berg. Du registrerar enkelt dina vändor uppför backen och kan följa din väg upp mot toppen. Längs vägen mot toppen passerar du 13 toppar i Sverige och runtom i världen.

Mitt Everest finns även som en särskild satsning riktad mot skolor. Genom utmaningen Skoleverest vill vi ge eleverna på skolan möjligheten att bestiga världens högsta berg tillsammans som klass. Skolan väljer själv en lämplig backe i närheten, skriver in dess höjdmeter, lägger till klassen och sen är det bara dra igång.

Mitt Everest 2021 i siffror

Antal backutmaningar: **26**

Antal föreningar: **22**

Antal deltagare: **1700**

Mount Everest-bestigare: **340**



72 % av deltagarna upplever att deras fysiska hälsa förbättrats tack vare sitt deltagande i utmaningen och 62 % upplever att de förlagt mer tid till fysisk aktivitet i en naturnära miljö.



Mitt Everest har under året fått god synlighet i både lokaltidningar och i rikstäckande media.



Backen i Palissaderna ger dig 26 höjdmeter per runda. Efter "bara" 341 gånger uppför har du bestigit Mount Everest.
Foto: Henrik Radhe



Bestig Mount Everest på hemmaplan: "Alla kan gå och alla kan vara med"

TV4 Nyhetsmorgon hade ett inslag om Mitt Everest

Hela Gotland skrev om Palliseverest i Visby



2021 har till stora delar präglats av pandemin, trots detta har...

- ... 2 nya föreningar börjat erbjuda seriespel inom padel
- ... antal lag i seriespel för padel ökat med 686 lag jämfört med 2020
- ... 4 nya företagsidrottsföreningar och en nationell organisation anslutit sig till Korpen



Stärk Korpens varumärke och kommunicera bättre

Korpens varumärke är välkänt och omtyckt men för att lyckas med våra ambitiösa mål måste vi bredda bilden av vilka vi är och vad vi gör så att vi blir ett träningsalternativ för fler.

Att stärka Korpen Svenska Motionsidrottsförbundets varumärke handlar inte enbart om kommunikationen utan snarare om allt vi säger och allt vi gör. Människorna i Korpen och våra digitala kanaler är det som blir många människors första kontakt med oss och därför blir vårt fortsatta digitala arbete och utvecklingen av till exempel vårt ledarskapsprogram viktigt framöver.

När det gäller kommunikationsarbetet gör vi gradvis

förbättringar genom att våga testa nya saker och utvärdera det vi gör. Vi vill vara en organisation som ligger i framkant när det gäller kommunikationen och vi har en bit kvar innan vi är där. I grunden ligger vår vilja att få saker att hända och lägga fokus på saker som gör skillnad.

I en folkrörelse som vår så handlar varumärkesarbetet inte om att allt måste se likadant ut eller att allt måste vara stöpt i samma form. Tvärtom ska vi omfamna det som gör oss unika. Det handlar snarare om att få hela rörelsen att oftare gå i takt och dra åt samma håll. Det är då vi får kraft och genomslag i det vi gör och därmed stärker Korpens varumärke.

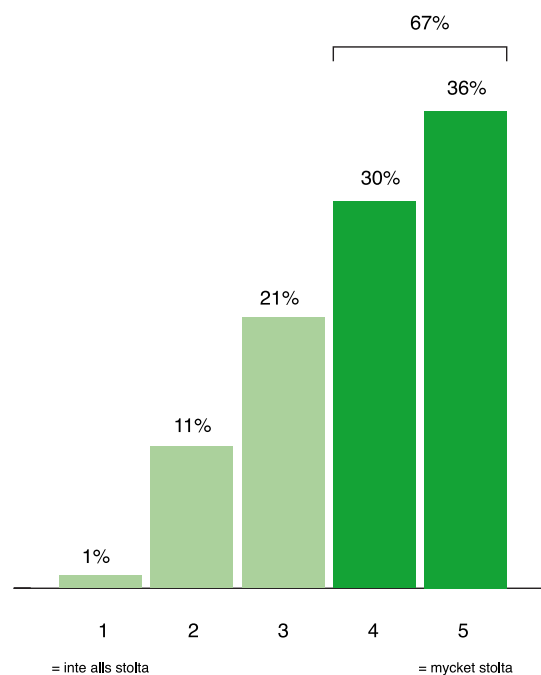
67 % av våra föreningar är idag stolta, eller mycket stolta, över att tillhöra Korpen Svenska Motionsidrottsförbundet (NFI undersökning från 2021).

Hur stolta över Korpen är ni just nu?

Stolthet

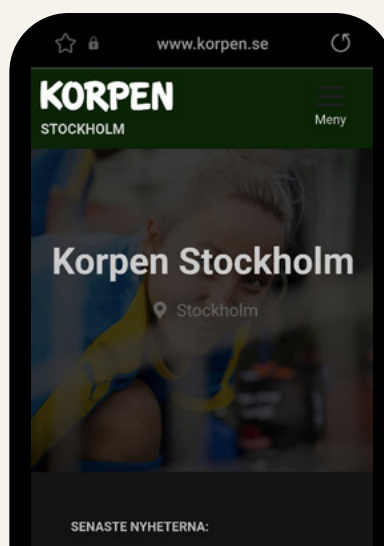
Snittbetyg

Totalt	3,9
Korpförening	4,1
Annat förening	3,3
Nat. Org.	3,6



Nya Korpen.se och föreningshemsidor

I februari 2020 lanserades Korpen.se med syftet att göra det enklare för människor att hitta och kunna ta del av Korpens verksamhet. Under 2021 har arbetet med Korpen.se fortsatt och föreningar har erbjudits möjlighet att ha sin förenings sida under korpen.se. Korpen Stockholms Motionsidrottsför-
ening var först ut med att flytta sin hemsida under korpen.se. Korpen Stockholms Motionsidrottsför-
ening var först ut med att flytta sin hemsida under hösten 2021, och efter det har fler föreningar tagit del av erbjudandet.



Sidvisningar korpen.se:
553 006 (2020: 309 077)

Ökning med:

78 %

Unika sidvisningar
korpen.se: 435 787 (2020:
234 146) Ökning med:

86 %

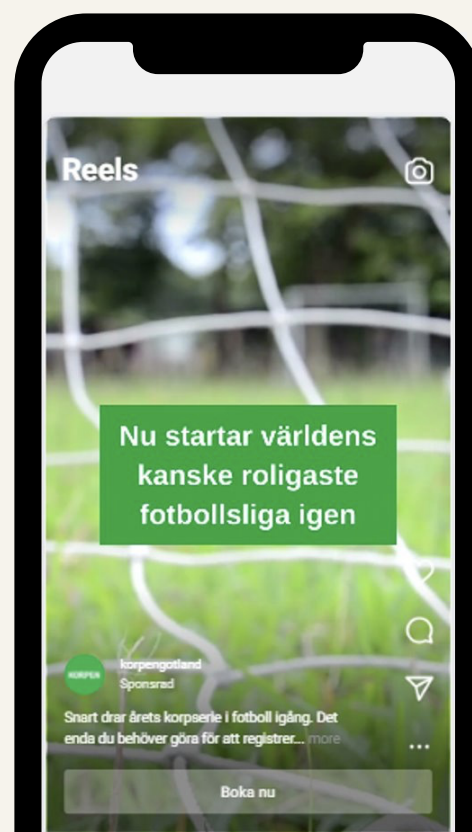
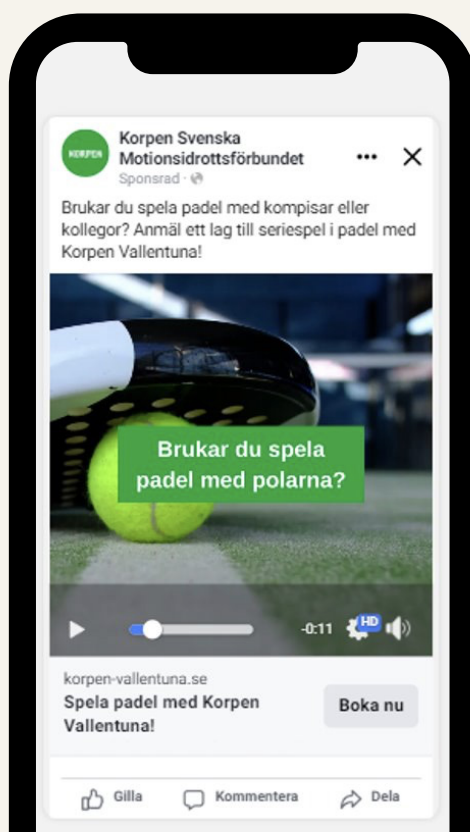
Sociala medier

2021 var ett bra år för Korpens sociala medier. I samtliga kanaler uppnåddes flertalet av de uppsatta målen och KPI:erna. En negativ förändring var dock att räckvidden för Facebook minskat.

När det gäller sociala medier är mätningen av engagemang (reaktioner, delningar, klick på inlägg och länkar) ett bra mått då det är ett tydligt kvitto på om publiceringarna är relevanta eller inte. Korpens Facebook-sida hade lägre engagemangssiffror

2021 (51 500 st) än 2020 (70 165 st), men trots detta ska siffrorna ses som relativt bra. På grund av ändringar i Facebooks algoritmer har många haft svårare att nå ut på plattformen. Antalet följare ökade under året med 54 följare till 5614 följare. Även Instagram visade ett positivt resultat när det gäller antalet följare. Vid årets slut hade kontot 924 följare, en ökning med 87 följare sedan mätningen 2020.

Exempel på annonser i sociala medier:



Digitalisera mera

Genom en ökad digitalisering vill vi skapa större samhörighet inom Korpen, effektivare kommunikation, starkare varumärke och ett effektivare utnyttjande av hela organisationens samlade resurser. Att pandemin fortsatt höll oss i sitt grepp under 2021 gjorde att vi fick fortsätta tänka mer digitalt, både när det gäller aktiviteter och sätt att mötas.

Active Quiz

För att aktivera ännu fler under sommaren och bidra till idrott hela livet genomförde Korpen flera digitala tipspromenader tillsammans med Active Quiz. Temat på tipspromenaderna var självklart sport och hälsa. När vi i oktober kunde summera antalet quizare blev det glada nyheter. Totalt hade 5204 personer quizat och motionerat både kropp och knopp.

KorpenOnline

Korpen Online är Korpens digitala träningsverktyg som togs fram under pågående pandemi våren 2020. Under pandemin behövde många träningsanläggningar stängas och medlemmarna ville, och kunde, inte träna på plats på samma sätt som de gjort tidigare. Korpen Online fungerade då som ett alternativ för gruppträning.

Under året har Korpen Online totalt haft 9 439 unika visningar och 2 399 tittartimmar.

2021 års digitala mötesplatser

Mötesplatserna under 2021 hade en sak gemensamt – nämligen att de skedde i det digitala forumet. En utmaning för oss som är vana att mötas fysiskt, umgås och inspireras tillsammans i olika konstellationer. Vår målsättning och ambition blev att skapa så levande och enkla digitala forum som möjligt och vi kan med glädje se tillbaka på två mötesplatser som bjöd in till just detta.



Korpens innovationsdag 10 februari

Innovationsdagen har varit, och är fortfarande, en viktig fysisk träff där föreningarna årligen får ta del av kunskap via föreläsningar och workshops samt utbyta erfarenheter med varandra. Här plockas idéer på nya verksamhetsområden och aktiviteter upp från medlemsföreningarna för att sedan testas och förverkligas. Då pandemin fortsatt satte käppar i hjulen för större, fysiska mötesplatser under början av 2021 blev vi tvungna att tänka om för att kunna genomföra innovationsdagen. I stället för att ses fysiskt under två dagar genomförde vi en digital heldag med målet att förmedla samma härliga känsla och kunskap genom skärmen. Det här var ett exempel på när vi lyckades ställa om snarare än att ställa in.



Ur programmet:

- Mai-Lis Hellenius, professor och läkare vid KI och gympaledare i Korpen under 40 år, föreläste om rörelsemönster och stillasittande.
- RaceOne presenterade Virtuella löplopp - en aktivitet i tiden.
- Korpen Östergötland berättade om hur de ställt om verksamheten under pandemin med hjälp av digitala lösningar samt flyttat ut verksamheten.
- Mitt Everest – så blev Korpen Umeås briljanta idé en riksangelägenhet!
- Träningstrender – Förbundskansliet omvärldsspanade om trender.

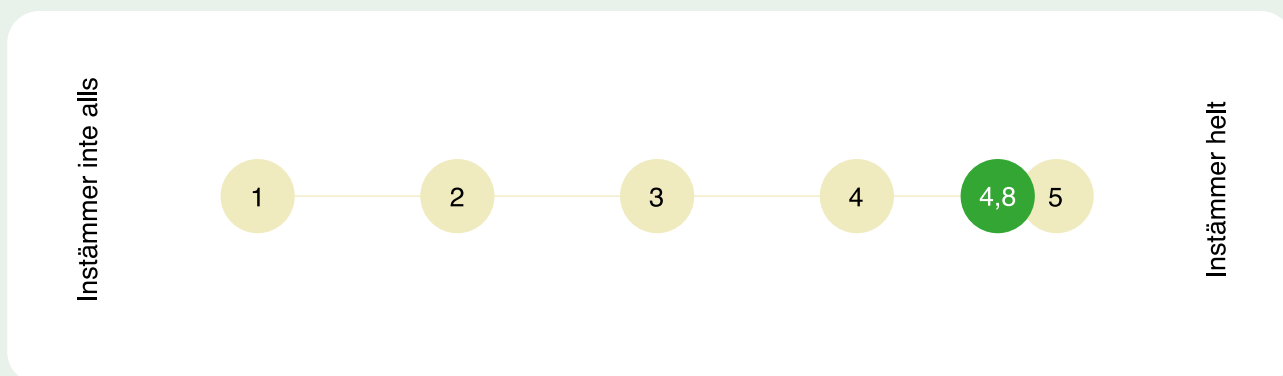
– Vad var det bästa med innovationsdagen och varför?

”Att träffa människor! Ny energi av att höra från andras verksamhet!”

”Roligt att kunna se kollegor från Korpen och få höra om deras tips och erfarenheter.”

”Att det går att ses/inspireras/utvecklas fast vi är mitt uppe i en pandemi!”

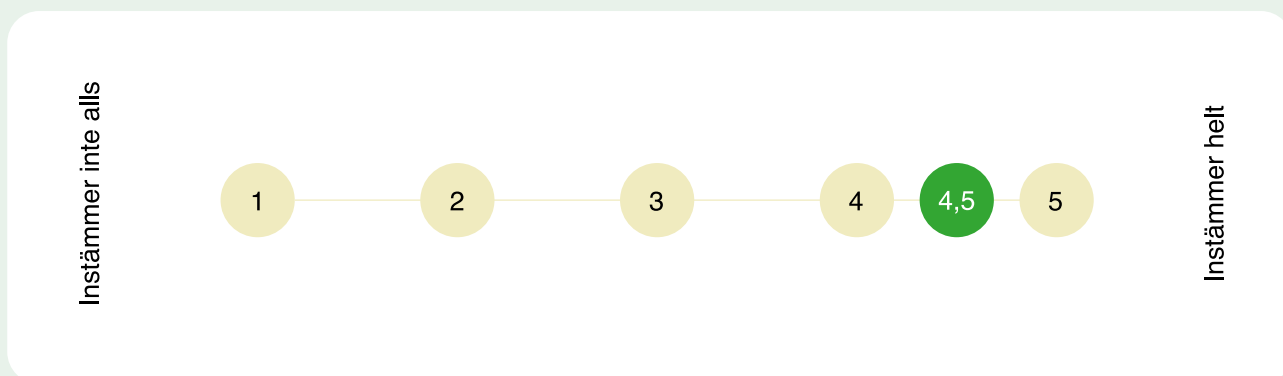
– Det var lätt att delta på den digitala innovationsdagen?



Korpens digitala mötesplats 27 mars

Vi är som starkast när vi tillsammans möts och samtalar om hur vi tar Korpen vidare mot vår målbild i Fokus Korpen 2025. Därför arrangerade vi den 27 mars en digital mötesplats med temat engagemang. En dag av nätverkande, inspiration, gemenskap och glädje.

– Det var lätt att delta på den digitala mötesplatsen?





Avslutande ord

2021 blev ett år som saktade in, stannade, startade om, bromsade in igen och gick på tomgång. Föreningarna slets mellan hopp och förtvivlan när pandemin bestämde ambitionsnivån. Trots de tvära kasten har pandemin också lärt oss viktiga saker, exempelvis har vi fått arbeta med vår förmåga att snabbt ställa om utifrån olika situationer och erbjuda attraktiva, digitala lösningar. Ett exempel på en snabb omställning är Aktiv Senior där inte mycket blev som vi tänkt men där vi fortsatte fokusera på målet och ställde om till ett arbetssätt som fungerande under rådande pandemi.

2021 har också varit året där vi på riktigt börjat fördjupa oss i effektmätningens värld. Vi har genom vårt projekt "Aktiv Senior", finansierat av Svenska Postkodstiftelsen, vässat våra kunskaper i att driva större projekt och utmanats i att fundera över på vilket sätt vi kan se, och mäta, effekterna av vårt arbete. I slutet av 2021 fick vi möjlighet att bli en del av Swedish Sport for Development Accelerator Programme, som drivs av Laureus Sports for Good tillsammans med Svenska Postkodstiftelsen. Programmet har öppnat nya dörrar för oss och skapat möjligheter till vidareutbildning inom bland annat effektmätning. Vi vet med oss att vi endast påbörjat vår resa och att vi har mycket kvar att lära, men det är också en resa vi ser väldigt mycket framemot att göra för att i framtiden ännu tydligare kunna påvisa vår samhällsnytta.

Som nämntes i inledningen är det här vår första effektrapport. Vi har lagt oss på en grundläggande nivå där vårt fokus har varit att mäta och rapportera prestationer, men vår ambition är att gradvis lära oss mer och bli bättre. Förutom att utomstående och finansiärer får en bättre bild av det vi gör blir vi själva bättre av mer formaliserade strukturer för rapportering och uppföljning. Att reflektera över vilken nytta vi gör är i sig en nyttig påminnelse om att lägga fokus på rätt saker.

Vi vill så klart göra skillnad för många människor. I vår strävan att lyckas nå fler tror vi även på en ökad transparens och att vi måste våga lyfta fram sådant som kanske inte alltid går som det var tänkt. Vad har vi lärt oss av det? Vad kan vi göra bättre eller annorlunda nästa gång? Att vi blir en lärande och snabbfotad organisation som snabbt kan ställa om tror vi är en nyckelfaktor för fortsatt framgång.

Har du förbättringsförslag eller frågor? Hör av dig till info@korp.se!

KORPEN

■ ■ Svenska Motions-
■ ■ idrottsförbundet