



Innspill til Årsmøte

(Innspill og spørsmål sendes fstn@live.no)

Sak: Budsjett / markedsføring:

Innkomet: 16.03.21

Budsjettet ble, som styret skriver, satt opp på et tidspunkt da det var umulig å forutsi hvilke konsekvenser korona ville ha i 2021. Noe er hensyntatt, og budsjettet er satt opp med et underskudd på 184 500,-. Vi kjenner nå mer av konsekvensene av pandemien, og vi ser et betydelig frafall av medlemmer hittil i år. Sannsynligheten for at underskuddet blir høyere er derfor stor. Vi vet at nær 90% av våre medlemmer er over 40 år, og jeg vil tippe at de aller fleste av disse er over 50 år. Dersom disse nå har blitt "sofa-slitere" vil det kreve innsats for å få de tilbake i treningssalen.

Foreningen har nå en egenkapital på omlag 1,8 mill kroner og denne har økt hvert år. Formålet var i sin tid å bygge økonomiske muskler til å etablere et eget "Friskishus" der vi kunne drive våre aktiviteter. Det er gjort forsøk på dette flere ganger. Men kostnader forbundet med "eget hus" og usikkerhet rundt medlemsverving, samt en god avtale på Færder VGS, har stoppet tidligere forsøk. Muligheten til å etablere egne lokaler virker nå fjernere enn på mange år.

Jeg vil derfor foreslå at foreningen bruker penger på å engasjere et markedsføringsbyrå til å lage en markedsplan med nødvendige aktiviteter i ulike kanaler med målsetning om å hente tilbake gamle medlemmer og rekruttere nye. Jeg tror vi må være villige til å bruke flere hundre tusen på en slik plan der byrået både produserer, publiserer, følger opp og justerer planlagte aktiviteter. Det kan tenkes at arbeidet skal planlegges høsten 2021 og gjennomføres fra årsskiftet 2022. Som del av dette arbeidet bør vi også definere vår målgruppe og kanskje erkjenne at vårt treningstilbud, slik vi er og driver i dag, først og fremst treffer menn og kvinner over 40 år. Jeg foreslår videre at styret, dersom de finner det nødvendig, etablerer en styringsgruppe som har den løpende kontakten med byrået. Selv om resultatet for 2021, selv uten dette forslaget, antakelig vil tære betydelig på egenkapitalen mener jeg at det foreslåtte tiltaket bør gjennomføres.

Jeg synes alle våre funksjonærer som jobber med markedsføring av Friskis i dag gjør en strålende jobb, men dette arbeidet drives på frivillig basis. Dersom et byrå engasjeres, med den kompetansen og ressurstilgangen de har, tror jeg effekten vil kunne økes betydelig. Vi står foran et viktig vei-skille når pandemien en dag slipper tak. Dersom vi skal bevege oss raskt tilbake fulle treningstimer igjen må vi være villige til å satse. Økt medlemsrekruttering vil også kunne gi grunnlag for økt rekruttering av treningsledere og verter.

Mitt konkrete forslag er følgende:

Posten markedsføring i budsjettet økes fra 42 000,- til 300 000,- med mulighet for ytterligere forsterking dersom det ansees nødvendig. Eksternt byrå engasjeres for å utarbeide og gjennomføre en markedsplan med sikte på å rekruttere gamle og nye medlemmer til foreningen. Kostnadsøkningen dekkes av egenkapital.

Styrets innstilling: Forslaget har støtte i styret. Styret påpeker at det må utarbeides en plan for å hente tilbake tidligere medlemmer og rekruttere nye. Planen bør inkludere både egne tiltak og eksternt byrå, samt sannsynliggjøre god effekt på investeringen. Økningen som er forespeilet i forslaget utgjør en ramme og er ikke en kostnad foreningen låser seg til. Funksjonærgruppen inkluderes i utarbeidelsen av tiltak.