

Hva legges i visjon, misjon, verdier og strategi – noen tanker om sammenhengen i disse

1) Visjonen: "Sammen skaper vi idrettsglede og muligheter for alle"

- a) Vår visjon er et langsiktig, inspirerende mål klubben aldri helt når og gir grunnlag for å ta ut et strategisk potensiale.
- b) Visjonen uttrykker klubbens grunnlag for eksistens og sier noe om hvilken hovedforskjell klubben skal utgjøre for lokalsamfunnet.
- c) Visjonen er klubbens "hvorfor". Idrettsglede og muligheter for alle.
- d) Visjonen skal videre oppleves meningsfull for medlemmene og de som har ulike verv, slik at de opplever å være en del av noe større enn seg selv.
- e) Visjonen er lett å huskes av alle våre medlemmer som kommer i kontakt med den og skiller oss fra andre.
- f) Visjonen er all kommunikasjons mor i klubben. All kommunikasjon skal ta utgangspunkt i denne.
- g) Visjonen bør brukes i alt fra rekrutteringssammenheng, slik at vi tiltrekker oss riktige mennesker i faste stillinger, i HS, i frivilligheten, til ulike verv og trenerroller.

2) Misjon

- a) Hvis klubben skal ha en misjon så bør den beskrive kort hvilken virksomhet vi er, «hva» slags produkter og/eller tjenester vi leverer. Samtidig skal den si hvordan vi i kjernen skal levere på visjonen "Sammen skaper vi idrettsglede og muligheter for alle".
- b) Den skal helst ikke være lenger enn to presise setninger. Kutt den ned til et minimum. Bør uttrykkes folkelig, rett frem og så forståelig at det står godt alene. Bør uttrykke det viktigste, og må være relevant for de som ser på klubben utenfra.
- c) Mulige «Enhver aktivitet i Kløfta IL skal gi oss et SMIL» eller "Kløfta idrettslag- er en klubb for alle på Kløfta " eller "Kløfta idrettslag – en klubb" eller "KIL – for alle – alltid"
- d) Forslaget til misjon er " Kløfta idrettslag er en breddeklubb for alle som ønsker å drive med organisert idrett på Kløfta, uavhengig av eget ambisjonsnivå. Tilbudet gis med basis i frivillighet og dugnadsiver."

3) Verdier

- a) Det er mange verdier å velge mellom og som virker fornuftige å etterleve. Det skal de selvsagt så langt det gjør seg gjøre, men kjerneverdier bør vi ha.
- b) Kjerneverdiene skal bidra inn i det å bygge ønsket kultur og atferd både internt og eksternt.

- c) Verdier styrer atferd, og vi velger kontinuerlig hvordan vi oppfører oss og hvilke beslutninger vi tar basert på disse.
- d) Verdier bør være lette å huske og gjerne forme et ord
- e) Verdier våre skal senere brukes til å diskutere hva de betyr for den enkelte eller for laget i praksis, i ulike situasjoner. Dette for å skape en forankring og felles forståelse.
- f) Våre verdier Samhold-Mot-Innsats-Leken (SMIL) er godt egnet og anbefales vedtatt.
 - i) **Samhold** bygger opp om vår visjon som en "VI" klubb. Det er oss sammen. Vi skal utvikle og ha en sterk relasjon innad i vårt fellesskap som er klubben vår. Fellesskap gir trygghet og tilhørighet, enten som del av laget, gruppa eller i klubben. En for alle og alle for en.
 - ii) **Mot** er det å være modig, uredd og våge å utfordre seg selv. Ikke desto mindre viktig er betydningen om mot til å stå opp mot noe eller for noe, eller mot til å si STOPP. Mot til å si nei, mot til å bry seg og å tørre å være seg selv. Vår aktivitet skal skape selvtillit til nettopp å utvikle mot og djervhet. Uten mot ville lite nyteknisk eller forandring finne sted.
 - iii) **Innsats** handler først og fremst å yte sitt beste. Gi alt- for fellesskapet og for seg selv. Også det å gjøre en innsats for å utgjøre en forskjell, for lokalmiljøet, for frivilligheten, for den enkelte og for fellesskapet. Like viktig er det å gjøre en innsats også for å skape trygge rammer, for å behandle alle med respekt eller en innsats for å være gode rollemodeller og forbilder, en innsats for å være sin beste utgave av seg selv og for klubbens omdømme.
 - iv) **Leken** handler om å drive aktivitet som over tid ansees som lystbetont og med et glimt i øyet. En idrett som tar vare på gleden, leken og nysgjerrigheten. Å være leken skaper idretts glede. Kløfta som breddeklubb skal gjennom sin tilrettelegging, skape arenaer som gjør at flest mulig holder på lengst mulig og med en god kvalitet. Selvsagt vil det ikke alltid være slik at motivasjonen alltid er på topp, men da er det desto viktigere å gi nødvendig rom for å være leken og by på seg selv. Lekende betyr også å se etter nye muligheter og å være bevisst idrettens trender og utviklingstrekk – til utfoldelse, til bedre eller annerledes prestasjon – og til å utfordre begrensninger og til å drive idrett med et smil om munnen.

4) Strategi- Strategiplan for Kløfta idrettslag perioden 2024-2027 «En klubb for alle på Kløfta»

- a) Strategien skal svare på «hvordan» klubben skal nå visjonen og betyr i sin enkleste form en plan. En plan for hvordan vi skal nå visjonen, delmål, komme oss fra A til Å.
- b) Planen bør være så enkel eller komplisert vi mener er formålstjenlig.
- c) Strategien bør derimot inkludere hvilket hovedmål den er knyttet til, så det ikke er tvil om hva vi ønsker å oppnå.

- d) Strategiplanen vår tar utgangspunkt i klubben kjerneverdier og skal være det dokumentet som viser vei for arbeidet i klubben de nærmeste årene.
- e) Vår strategi har en fornuftig oppbygging med 5 kjerneområder med hvert sitt hovedmål, i tillegg til ulike delmål og resultatmål
- f) Vår strategiplan for 2020-2023 står seg bra, men må få en tydeligere plass i vårt arbeid
- g) Den enkelte i HS må selv ta selvstendige ansvar for å nå målsetningene i strategiplanen. Årlige målsetninger bør utarbeides i forbindelse med budsjettprosessen.
- h) Daglig leder er den enkeltpersonen i vår klubb som har tydeligst ansvar for å tenke helhetlig og sy sammen de ulike kjerneområdene.

5) Tagline/Slogan

- a) Begrepet "tagline" kommer fra markedsføring og kalles også en "slogan".
- b) Det er en setning eller uttrykk, gjerne knyttet til et produkt eller merkevare, laget i markedsføringsøyemed. Nikes "Just do it", McDonalds "I'm lovin it", Boda/Glimts Førre Evig eller LSKs Gi Alt er eksempler på taglines.
- c) En tagline kan forveksles med en visjon, da den også er kort og fengende. Visjonen som skrevet knyttet til klubbens "Why" og skal si noe om hvorfor klubben finnes og hvilken hovedforskjell den gjør i samfunnet. En tagline gjør normalt ikke det. Den har kun som formål å styrke merkevaren Kløfta il.
- d) Er tradisjonelt noe mer flyktig enn visjon, med noen gode unntak som beskrevet ovenfor.
- e) Vår visjon og verdier (SMIL), og eventuelt misjon gir gode muligheter for en slogan/tagline.

- 6) Til slutt, det blir viktig i tiden fremover å ytterligere skape en felles forståelse og en forankring i klubben. Og at dette gjøres levende i klubben vår og er en aktiv del av hverdagen og ikke minst i styrerommet og ute i idrettene.