

Klubbens rolle som samfunnsaktør

Mål:

Bevisstgjøre klubben og skape forståelse for at en tydelig klubbidentitet styrker klubbfølelsen, forenkler klubbdriften og gir godt omdømme. Tilhørighetsfølelse gir engasjement, eierforhold og ønske om å bidra.

Innhold:

Gjennom å ta de rette valgene, ha et reflektert verdisett, skape positivitet og glede i klubben, får klubben et positivt omdømme. Klubben er en viktig og synlig samfunnsaktør i nærmiljøet, og må derfor ha et bevisst forhold til omgivelsene.

Klubben bør jobbe med å finne et felles ståsted gjennom bl.a. verdier, visjon, virksomhetsidé.

Kulturbygging med fokus på:

- Fellesskap – gruppe med felles interesser.
- Sosial kapital – nettverk og tillit.
- Delegering – flere tar/føler ansvar.
- Omdømme – for å skape velvilje i lokal-samfunnet.

Positivt omdømme:

- Omdømme defineres i denne sammenheng som "summen av forventninger omgivelsene har til klubbens visjon, mål, organisering, prestasjoner og aktiviteter".
- Omdømme oppstår altså i skjæringspunktet mellom forventninger og opplevelser.
- Hvordan jeg som enkeltperson i klubben opptrer, er avgjørende for omdømmebygging.

Fotballen trenger gode klubber som:

- Tilpasser mengde og innhold i oppgavene til frivillige på en slik måte at de oppleves som positive og givende.
- Gir et godt tilbud til alle som vil spille fotball uavhengig av alder, kjønn, bakgrunn og forutsetninger.
- Er bevisste, strukturerte og organisert på en slik måte at det ikke er tilfeldighetene som råder, men en klar og tydelig retning.

Klubben som samfunnsaktør:

- Tydelige bidragsyter i lokalsamfunnet.
- Bygge godt omdømme og skape gode relasjoner i nærmiljøet.
- Ta ansvar for å aktivisere ulike grupper:
 - Barn/unge – rekruttere og beholde.
 - Tilbud til voksne.
 - Funksjonshemmede.
 - Eldre/pensjonister – en ressurs.
- Sosial profil.
- Fair Play.
- Sunne holdninger.