

Workshop 21/8 – rapport

Närvarande:

Lennart Anderberg, Stefan Johansson, Sven-Åke Erikson, Christer Mårtensson, Lena Lindqvist, Maria Sundén, Andreas Stockenberg, Robert Wedberg, Joakim Ågren, Håkan Jedemark, Curt Magnusson, Håkan Ivarsson, Magnus Löfström, Mikael Hellström, Rolf Wifstrand, Jan Mårtensson, Nils Erik Molin, Ulf Granander, Hans-Anders Karlsson (Milega), Alfred Hedlund (Sisu) och Magnus Borgh.

1. Inledning - Lennart Anderberg

Lennart Anderberg inledde mötet med att hälsa alla välkomna och förklarade syftet med dagens workshop.

Dagen skall ge en gemensam bild av nuläget. Denna bild skall sedan dokumenteras, kommuniceras och beskriva i vilken riktning vi skall jobba. Sektionsansvarig kommer att regelbundet bli inbjuden till styrelsen för att beskriva sin sektionens utveckling.

Denna workshop är ett led i styrelsens arbetssätt och kommer att återkomma i januari med dokumentationen från dagens workshop som utgångspunkt.

Organisationen måste vara ett steg bättre än den sportsliga nivån. Detta ställer krav på att nyckelpersoner i hela föreningen är på toppnivå.

Och numera ställs kraven både ur ett nationellt och internationellt perspektiv. Kontakten med Fühse Berlin är en del i uppbyggnaden av det internationella arbetet och just det internationella inslaget kommer att ha stor betydelse i framtiden.

Men, inget är egentligen nytt utan allt som gjorts och görs i AHK gör vi nu synligt och ger struktur. Skenelägret var en uppvisning från AHK då allt från elit till de minsta möttes. Det betyder mycket för unga nya elitpelare.

Nyckelfaktorer

- Hur vi hanterar varandra är viktigt och en nyckelfaktor. Vi måste ha respekt för varandra och möta varandra på ett korrekt sätt. Det är stor skillnad att mötas av svar som "rätt intressant..." eller "nja, tveksamt...". Sättet vi möts på är avgörande för framtiden.

Om vi använder vår energi inåt eller utåt har också betydelse för resultatet. Vi blir lika trötta om vi har inåtvänd energi, men det kommer inte att hända något framåt. Engagemanget måste riktas åt ett och samma håll.

- Hur vi uppfattas som förening i vår omvärld är också viktigt. Vilken bild av AHK får t ex föräldrarna till de elever från Torsby som skall börja handbollsgymnasiet?

- Även för Alingsås kommun är AHK viktigt. Är man med i AHK är man med och bygger Alingsås. Vårt

nätverk och vårt varumärke har stor betydelse för Alingsås utveckling.

Framgångsfaktorer

Styrelsen verkar utifrån tre framgångsfaktorer som kommer att ha stor betydelse.

- Kontinuitet - innebär att ta till vara kompetensen i föreningen.
- Samverkan - betyder att vi arbetar mot samma mål.
- Transparens - att vi har förmågan att synliggöra klubbens beslutfattande och verksamhet.

En liten varning är på sin plats då öppenheten också kommer att öppna upp för kritik. Allt arbete och alla beslut kommer att bli granskade. Vi får förbereda oss på synpunkter. Det innebär att vi får en möjlighet att fånga upp idéer och engagemang underifrån i organisationen. Om vi svarar "rätt intressant..." eller "nja, tveksamt..." kommer således att få konsekvenser.

2. Processen – Hans-Anders Karlsson

Hans-Anders Karlsson från Milega är professionell processledare och berättade om sitt intresse för liknande processer som dagens workshop är en början på.

Hur hänger det ihop? Varför är vissa framgångsrika, och varför är vissa inte det? Vart vill vi och hur kommer vi dit?

En del av svaret ligger i ordet förening. "För" och "ening" betyder åt samma håll. Vi har alla lika många hjärnceller, men det är hur vissa kan få sin grupps hjärnor att jobba tillsammans som gör dem framgångsrikare än dem vars hjärnor inte jobbar tillsammans. För det krävs dialog (dia = två och log = hörsel) och då lyssnar man på varandra.

Efter denna inledning var det dags för de olika sektionsansvariga att presentera nuläget för sitt ansvarsområde. Bemanning, mål, aktiviteter och budget presenterades samtidigt som synpunkter och frågor noterades.

3. Marknadskommunikation – Magnus Borgh

Magnus poängterade att det är skillnad på kommunikation och marknadskommunikation.

Kommunikation och att kommunicera är något som vi alla inom AHK har ansvar för.

Marknadskommunikation är hur vi kommunicerar mot marknaden – hur vi ser ut och vilken ton vi har i t ex rubrik och texter.

Bemanning

Magnus Borgh, ansvarig

Peter Hansson, IT

Martin Larsen, skribent/webb

Mart Johansson, skribent/webb

Lena Lindqvist, koordinator

Curt Magnusson, skribent

Christer Mårtensson, skribent

Rolf Wifstrand, sälj

Maria Sundén, koordinator

Mål

- Förnya och modernisera AHK:s uttryck och profil.
- Skapa en arbetsgrupp som jobbar med framförhållning och har kul.

Aktiviteter

- Grafisk manual med riktlinjer för produktion av marknadsmaterial skall tas fram.
- Matchprogram för Elitlaget som är en guide för aktuell match och en riktigt bra presentation av Alingsås HK verksamhet.
- Matchannonser i AT som är snygga och syns.
- Matchaffischer A3 som är snygga och syns.
- Fortsatt utveckling och uppdatering av webben.

Budget

Sponsoravtal (byte) med svenssonmolin, WM-tryck och AT.

Tryckkostnad programblad ca 100 000:-.

Synpunkter/frågor

- Bör vi ta betalt för matchprogrammet? Förslag har funnits om detta tidigare, men våra sponsorer vill synas så mycket som möjligt och då kan ett pris bli en begränsning. Det är för få på matcherna för att ett pris skulle ge några större summor.
- Lotteri i programmet? Låt en spelare skriva en autograf i ett program som sedan speakern påminner om. Skapar mervärde.
- Patrik Gunnar Helin har fotograferat en hel del de senaste åren och kanske går det att nyttja honom för ytterligare samarbete?
- Jan Nilsson kommer att vara webbansvarig för damsektionen och är en resurs att ta tillvara på.

4. Press/media – Maria Sundén

Bemanning

Maria Sundén, press- och mediaansvarig.

Mål

- Hitta ett flöde att få ut nyheter till pressen.

- Synas så mycket som möjligt och skapa en bra relation med media.

Aktiviteter

- Maria har haft ett möte med Alingsås Tidning för att reda ut hur de vill ha det för att allt skall gå smidigt och för att nyheter skall komma ut. Ett mycket positivt möte.
- Maria önskar små och stora nyheter från sektionsansvariga som sedan kommer att skickas till media som därefter får göra sin bedömning. Hellre mycket och små nyheter, uppslag och tips än inget alls.
- Ungdomslagen bör känna till flödet för press och media och Maria vill presentera en mall för ungdomsledarna för hur de t ex skall skriva matchrapporter/referat.

Budget

Inga siffror presenterades.

Synpunkter/frågor

Mycket bra!

5. Valberedning – Curt Magnusson

Bemanning

Curt Magnusson, valberedningen ordförande

Lennart Andersson

Jari Hoviaslo

Christer Hellström

Jan Mårtensson

Mål

Vara en aktiv valberedning.

Aktivitet

Följa upp de valda (styrelsen) och deras jobba för att vara förberedda inför nästa årsmöte.

Budget

Inga siffror presenterades.

Synpunkter/frågor

Senaste debatten var nyttig. Som styrelsemedlem skall man kämpa för sin plats.

6. Arrangörsstaben – Håkan Ivarsson och Magnus Löfström

Bemanning

Ingen bemanningslista presenterades. Dock finns det en stab sedan tidigare år att utgå ifrån.

Mål

- Få nöjda besökare som kommer med till nästa arena.

- Ta tillvara erfarenheterna från arrangemangen runt fjolårets Champions League.
- Fler som gör småuppgifter som att lägga golv, teja reklam etc.

Aktiviteter

- Halvtidsprogram.
- Bemötandet är viktigt och AHK måste bli proffsigare på att möta gästande lag, media, publik, domare, egna staben etc.

Buget

Inga siffror presenterades, men en budget finns snart framme.

Synpunkter/frågor

- Entrén kan nyttjas för att skapa en blå känsla.
- Kommunens vilja till förbättringar?
- Ungdomsläktare bakom kortsidan. Krävs någon form av räcke eller laminerat glas. Gör det möjligt för fler ungdomar att se vilket lockar med fler föräldrar.
- Klappan är både bra och dålig. Krävs nog att det erbjuds hörselproppar eller öronkåpor. Kanske kan en lokal sponsor hjälpa till.
- Märkning av stolar är dålig, men vem skall bekosta det?
- Ny plattform planeras framför "ståplatsläktaren" vid långsidorna. Vem bekostar det?

7. Potatiscupen – Mikael Hellström

Bemanning

Mikael Hellström, ansvarig

Jari Hovisalo

Håkan Ivarsson

Carola Kjellén

Därutöver finns en bemanningslista för lag och frivilliga.

Mål

- Kvalitetssäkra cupen och utveckla den.
- Utvärdera domare, boende, mat och hallar.
- Binda upp föreningar och byta cuper t ex Hallby eller utländska föreningar. De kommer till oss och vi kommer till dem.

Aktiviteter

- Arbete med offerter pågår.
- Idéer dryftas huruvida ett cupcenter skall vara i Nolhalla ishall eller ett tält utanför.
- Kanske kan ishallen användas som handbollsplan.
- Eventuellt kan matservering ske i Nolhagaskolan.

Budget

Inga siffror presenterades.

Synpunkter/frågor

- Förbättra media/kommunikation.
- Artiklar till lagens hemtidningar kanske kan lösas med hjälp av medielinjen på Alströmergymnasiet.
- Webb-TV med matcher, referat etc. Som Partille Cup.
- Använd webben innan cupen. Info om hallar, boende etc.
- Cupinbjudan och broschyr på engelska.
- Sälja via telefonuppföljning. Vad tyckte ni om Potatiscupen i år? Kommer ni till Potatiscupen nästa år?
- Projektanställa nyckelpersoner för att höja cupens kvalitet?

8. Sponsring – Rolf Wifstrand

Rolf presenterade lite bakgrundsfakta och historik om sponsorarbete i AHK.

- Omsättning i pengar exklusive byte:

06/07	Omsättning 7 mkr (sponsring 2,5 mkr)
07/08	Omsättning 7,4 mkr (sponsring 2,6 mkr)
08/09	Omsättning 8,4 mkr (sponsring 2,8 mkr)
09/10	Omsättning 11,0 mkr (sponsring 3,7 mkr)

- Totala antalet sponsorer:

00/01	ca 120 sponsorer
05/06	ca 380 sponsorer
09/10	ca 270 sponsorer

- Total exponeringstid i svensk TV:

06/07:	2 minuter och 51 sekunder
07/08:	4 timmar, 19 minuter och 37 sekunder
08/09:	10 timmar, 11 minuter och 53 sekunder
09/10:	21 timmar, 27 minuter och 32 sekunder

Siffrorna visar att sponsorpengarna och mediaexponering ökar med sportslig framgång (SM-guld och Champions League) men att intäkterna fortfarande är låga. Dessutom består sponsorerna till 90 % av Alingsåsföretag.

Bemanning

Rolf Wifstrand, sponsoransvarig

Stefan Björklund

Sven-Åke Erikson

Ulf Granander
Mikael Hellström
Håkan Jedemark
Roland Johansson
Lena Lindqvist
Christer Mårtensson
Kent Nilsson
Kenneth Normén
Jan Sturehag
Rune Thiel
Ragnar Udin
Jan Wahlström

Mål

- Sälja produkter som möter behov istället för att be om gåvor.
- Få sponsorer att förstå värdet av AHK för egen verksamhet.
- Få kommuninnevånarna att förstå betydelsen av AHK.
- Trygga långsiktiga samarbetsavtal.
- Anställd sponsoransvarig.
- Ett arbetssätt som bygger på etik, vinnarinstinkt, ansvar och öppenhet.

Aktiviteter

- Besöksverksamhet i säljande syfte.
- Produktutveckling (1973, Proj, Klappa, Webb...)
- Avtalsskrivning.
- Leverans enligt avtal.

Synpunkter/frågor

- I alla elitföreningar inom hockey och fotboll finns det en eller flera heltidsantällda sponsoransvariga. (HV 71 har tio säljare och omsätter 160 miljoner...).
- Har AHK nått max eller finns det nya produkter att sälja?
- I dag ringer det sponsorer som vill vara med, men AHK har faktiskt inget att erbjuda...
- Sponsorer vill samarbeta på andra tider än kvällar.
- Möten bör ske på arbetstid, först då blir AHK en riktigt mötesplats för sponsorerna.
- Kunskap som motion, hälsa och ledarskap kan erbjudas till sponsorer, men då under arbetstid.

9. Sponsoraktiviteter – Nils Erik Molin

En marknadsundersökning har genomförts. En enkät skickades ut till 15 företag (representerande 22

personer) varav 9 svarade (representerande 14 personer).

Vilka av följande aktiviteter vill du ha med i de träffar som genomförs. Markera för varje enskilt förslag enl. nedan med 1 till 5 där 5 är högsta önskemål och 1 lägsta.

1. Middag med mingel och underhållning/föreläsning i samband med hemmamatch.

Bedömning: 4,33 i snitt.

2. Middag i samband med bortamatch där bussresa ingår.

Bedömning: 2,66 i snitt.

3. Besök med föredrag (3-4 timmar) hos företag/verksamhet där det finns en koppling till AHK:s verksamhet.

Bedömning: 2,88 i snitt.

4. Kvällsaktivitet med fokus på ett föredrag där ämnet kan ligga utanför AHK:s verksamhet.

Bedömning: 2,55 i snitt.

5. Tvådagars aktivitet, ex.vis resa till AHK:s bortamatch under SM-slutspel eller i samband med internationellt cupspel.

Bedömning: 3,11 i snitt.

6. Kvällsaktivitet med revy, teater etc. inlagt i programmet.

Bedömning: 1,66 i snitt.

Kan du tänka dig att stödbetala för vissa aktiviteter?

Ja – 6 st.

Nej – 3 st.

- Noterbart är att sett till medianvärdet är diskrepansen mellan företag tämligen stor.
- Några får låga värden då de lägger tonvikten vid enstaka frågeställningar medan andra får ett högt värde beroende på att de värderar flera av frågeställningarna högt.
- Av intresse är att frågorna 4 och 5 bedöms som betydelsefulla för ett antal företag då de ser möjligheten att bygga nätverk och få ut information om sin verksamhet.

Bemanning

Nils Erik Molin, ansvarig

Christer Gustafsson

Inge Johansson

Jan Sturehag

Mål

- Gruppens huvudsakliga uppgift är att skapa aktiviteter av olika karaktärer för att i så hög grad som möjligt visa på Alingsås HK:s (AHK) seriösa inställning och uppskattning till sina sponsorer.
- Aktiviteterna skall präglas av kvalitet och de värden AHK står för i syfte att AHK skall framstå som en attraktiv klubb och ett självklart alternativ att sponsra idag och i framtiden.

- Det nätverk som bildas av sponsorerna skall även utgöra en plattform för diskussioner och handlingar som i sig kan leda till utveckling av näringslivet och samhället i stort.
- Målsättningen inledningsvis är att genomföra minst två huvudaktiviteter per säsong. Dessa kan bestå i traditionella sponsormiddagar i samband med match.
- Även andra inslag som föreläsningar etc kan komma ifråga då gruppens strävan är att varva upplevelser relaterade till handboll med mjuka, lärande och roande upplevelser.
- I tillägg kan även mindre aktiviteter, exempelvis servering av "AHK pytt", i samband med match eller annat tillfälle genomföras. För detta ändamål kan samarbete med lokala krögare etableras. Oavsett vilken typ av inslag det är skall dock inbjudan komma från AHK för att ytterligare förstärka klubbens närvaro till sponsorerna.

Aktivitet

- AHK-pyten. Vår tanke är att etablera samarbete ett antal krögare i stan, t ex Mangiamo och Tallhyddan. I det förstnämnda fallet rör det sig om just "pytten", i det andra kan det handla om "AHK-mackan" (räkor). Målsättningen är ett skapa en informell mötesplats inför matcherna. Vi ser gärna att någon från lagledningen medverkar för att förmedla senaste nytt om laget och motståndaren. Men det kan också vara någon från AHK:s styrelse som informerar om klubbens verksamhet, mål och visioner. Tillfällena skall förmedlas till sponsorerna via mail och hemsidan. Avsikten med denna aktivitet är att göra den bred och publik, dock med riktad inbjudan till sponsorerna.
- Första aktiviteten blir AHK-IK Sävehof onsdag 29 september kl. 19.00.
- Studiebesök IF Elfsborg 18 oktober i samband med deras match mot Helsingborgs IF. Vid detta tillfälle kommer vi att träffa klubbens ordförande, sportchefen och sponsorsansvarig.
- MiA (marknadsföreningen i Alingsås) samarbetar med 1973-klubben där även gästande lags sponsorer bjuds in till en föreläsning. Plats är Saga Bio och MiA är arrangörer.

Budget

- Inga siffror presenterades.

Synpunkter/frågor

- Samordna! Tänk på tidigare och gällande sponsoravtal vid val av leverantör t ex restaurang.
- Sponsorfikat i C-hallen? Bra idé!
- Tält utanför som i våras?

10. Damsektionen – Ulf Granander

Bemanning

Ulf Granander, ansvarig

Martin Larsen, sekreterare

Catarina Eliasson, ekonomi

Fredrik "Vänster" Andersson, sportsligt ansvarig

Jan Nilsson, webb och design

Jan Nilsson, uppföljning spelare som slutar

Mia von der Luft, SISU

Maria Sundén, sekretariat

Ulf Granander, sponsergruppsrepresentant

Martin Larsen, matchreferat på hemsidan (dam)

Jan Nilsson, matchreferat på hemsidan (dj)

Ann-Sofie Svensson, matcharrangemang

Helen Gedda, Potatiscupen

Helen Gedda, Bingolotter

Torbjörn "Lurken" Johansson, huvudtränare

Janne Sundén, lagledare (dam)

Magnus Zedén, lagledare (dj)

Liselotte Larsson, fystränare

Anna Gullberg, fysioterapeut

Mål

- Att ha kul både på och vid sidan av planen.
- Att avancera till division 1 med Damlaget.
- Att etablera ett stabilt Juniorlag.
- Att ge alla en möjlighet att utvecklas.
- Att bedriva verksamheten enligt fastlagd budget med noggrann kostnadsuppföljning.

Aktiviteter

- Seriespel för Damseniorer i division 2 västra.
- Seriespel för Damjuniorer i Göteborg junior västra.
- Deltagande i klubbens arbete med sponsorer.
- Deltagande i arbetet med Potatiscupen.
- Ta del av ansvaret för utvecklingen från de yngsta till de äldsta.
- Lansera Tjejmilen (arbetsnamn). Arbete med förebilder, knästerkande program etc.

Budget

- SEK 309 919:-.
- Noggrann kostnadsuppföljning.
- Kostnadsbudget, intäkter centralt i klubben.
- Budgetutkast 2011/2012 klart i januari 2011.

Synpunkter/frågor

- Damlandslagsspelare kommer att medverka på träningar.

- Damlandslagsläger 2011. Frågan är ställd till förbundet.
- AHK 09 kommer att spela i division 5 och består av ett gäng tjejer som tycker att det är kul att spela handboll.
- Arrangemang med HP- och damlagsmatcher samtidigt drar mer folk.
- Kommunicera matchdatum till ungdomar!

11. Ungdomssektionen – Håkan Jedemark och Andreas Stockenberg

Bemanning

Håkan Jedemark, adm. ansvarig

Andreas Stockenberg, sportsligt ansvarig och HJ-tränare (ingår även i Sportrådet "Herr")

Lennart Andersson, ekonomi/controller

Andreas Stockenberg, cupgeneral

Mikael Wedin

Niklas Lagerström

Mål

- Höja kvaliteten så att det blir lika hög kvalitet på ungdomssidan (flick och pojk) som det är på elitlaget.
- Inga föreningar i föreningen (tidigare har det varit splittrat).
- Gemensamma cuper.
- Rättvisa träningstider etc.
- Ökad gemenskap mellan ungdomsledarna. Tätare träffar för att lära känna varann.
- Skapa en miljö där ledare vill vara med och utbilda spelare eller ingå i organisationen i AHK.

Aktivitet

- Utveckla samarbetet med Alströmergymnasiet. 15–17 elever 2010/2011, "faddrar" och "maddrar" behövs.
- Ansöka om nationellt elithandbollsgymnasium.
- Rekrytera till handbollsgymnasiet från regioner där Alingsås har störst framgång t ex Torsby, Stenungssund etc.

Synpunkter/frågor

- Ungdomsledarna har enorm betydelse för ett enskilt lags utveckling.
- När det är träning är det träning!
- Presentationsfolder för handbollsgymnasiet (utbildning, stad, boende, klubb)
- Marknadsföring av gymnasiet under Potatiscupen.
- Ledarvård! Middagen på Stures var en succé. Årets ungdomsavslutning var mycket omtyckt. Gemensamma cuper skapar sammanhållning...

- Med ökad målsättning om att skapa elitspelare finns det en konflikt i hur nivåanpassning skall skötas.

12. Herrsektionen – Robert Wedberg

Robert inledde med att beskriva hur Barcelonas utveckling tog fart när de anställde den gamle storspelaren Johan Cruyff. Inriktningen har de hållit fast vid och kontinuitet är viktigt för en klubbs långsiktiga framgång.

AHK:s sportråd är ett steg för att skapa kontinuitet. Fler handbollsklubbar i Sverige har påbörjat liknande arbete.

Bemanning

Sportrådet har ansvaret för det sportsliga på mandat av styrelsen. Därutöver är arbetet fördelat på olika nivåer som träffas olika många gånger under året.

• Nivå 1

Robert Wedberg, ansvar för tränarens arbete.

Joakim Ågren, ansvarig för spelarna.

Andreas Stockenberg

• Nivå 2

Fredrik Simonsson, tränare

Daniel Larsson, assisterande tränare

• Nivå 3

Magnus Andreasson

Kristian Bliznac

Glenn Guldén

Ingvar Larsson

Martin Johansson

• Nivå 4

Alla medlemmar

Mål

- Få fler folk i organisationen och bredda och fördela uppgifter.
- Utveckla det internationella spåret som är på gång med Fuchse Berlin.
- Våga möta handbollssverige och – Europa. Hur uppfattas? Vi kommer att granskas. Våga ta plats och utrymme.
- Ändra sammansättning av truppen till en etablerad grupp och en ung grupp. Skapar dynamik och tydliga förebilder.

Aktiviteter

- Kontinuerliga möten utifrån de olika nivåerna i bemanning ovan.

- Två öppna medlemsmöten per år.

Budget

Inga siffror presenterades.

Synpunkter/frågor

- Målsättning för årets säsong? Top-4 i serien och sedan får revanschlustan avgöra hur långt vi når. Men alla vill nog ha tillbaka guldets".
- Mjuka värden i spelarkontrakten - rätt attityd!
- När är man egen produkt? "Kommer man som junior så fostras man i AHK och bör räknas som egen produkt".

13. Handbollens vänner – Jan Mårtensson

Handbollens vänner startades år 2000 för att ordna pengar till en värvning av Marcus Berg. I Alingsås är handbollsintresset enormt och faktum är att Handbollens vänner klarat av att få ihop 100 000:- på en vecka. Endast privatpersoner tillfrågas om att skänka 1 500:-/person. Handbollens vänner har inga pengar på banken, och vill inte heller ha det.

Bemanning

Jan Mårtensson

Kent Nilsson

Hans Häggglund

Mål

Gör punktinsatser på uppdrag av elitlaget för att samla in pengar till värvningar. (Johan Pettersson, Teddy Nordling, Marcus Berg etc).

Aktiviteter

- Inga aktiviteter för insamling är planerade.
- Träffas två gånger per år.

Budget

Inga siffror presenterades.

Synpunkter/frågor

- Hur kan vi ta tillvara på dessa personer som skänker till Handbollens vänner. Det är folk med rätt attityd och entusiasm som smittar av sig.
- I dessa bidragsgivare finns det resurser för olika uppgifter inom AHK.
- Hur kan kansliet kommunicera med alla i Handbollens vänner?

14. Styrelsen organisation – Lennart Anderberg

Det finns idag sektioner som ej är bemannade.

AHK resurspersoner

Fånga upp personer typ Handbollens vänner.

Kansli

Maria Sundén är anställd under det att Gun Åberg är tjänstledig. Tillsammans med Lennart Anderberg och Sven-Åke Eriksson skall en utvärdering göras av arbetet på kansliet och därefter skall tjänsten annonseras ut om Gun väljer att säga upp sig.

Medlemmar

Hur hanterar vi medlemmarna?

Ny arena

Kontakt som för AHK:s talan och intressen för Nohaga och Bryggeriet.

Storken

Mötesplats mitt i stan. Lokal finns att nyttja fritt till dess den blir uthyrd (direkt till vänster om Intersport).

15. Sammanfattning - Lennart Anderberg

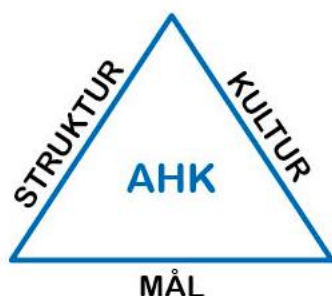
Styrelsen har i och med denna workshop ett underlag och sammanställning samt ett fantastiskt arbetsmaterial.

Gemensamt för alla närvarande är samma värdeord om att alla vill åt samma håll.

Sisu har varit med under dagen och vilken roll kan de spela ekonomiskt, kompetensmässigt etc? Som idrottens studieförbund finns det ledarutbildningar, organisationsledarutbildningar. Dessutom görs en extra satsning på styrelser inom handboll (Alf skickar information).

16. Slutord – Hans-Anders Karlsson

Få det att hänga ihop och skapa ordning och reda.



Det skall vara kristallklart vad de tre sidorna i triangeln betyder.

Börja med att formulera målet långsiktigt.

Denna typ av arbete får ta tid. Det är viktigare att det blir rätt än att det går fort.

En av de viktigaste egenskaperna är envishet.

Nästa steg

- Styrelsen formulerar en målsättning.
- 13/9 kl. 18.00 – Öppet medlemsmöte där vissa sektionsansvarig kommer att få göra om sina presentationer.

Vid pennan: Magnus Borgh