

# STRATEGI O-RINGEN 2021–2025

Version 20200819



## VISION

O-Ringen är världens största orienteringsäventyr. Under femårsperioden 2021-2025 fokuserar sin verksamheten på tre områden - Hållbarhet, Upplevelse och Profilering med visionen att:

***"O-Ringen ska vara en välkänd hållbar upplevelse"***

***"Vi lyckas med detta genom att fokusera på Gemenskap, Kloka val och Kommunikation"***

Fokusområden med mål och aktiviteter:

## HÅLLBARHET

En hållbar utveckling av O-Ringen handlar om att hitta en balans mellan social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet som gör att vi kan fortsätta skapa möjligheter för befintliga och kommande generationers deltagare att dela gemenskap, glädje och upplevelser på O-Ringen. Vi ska göra aktiva och kloka val för en balanserad och optimerad hållbarhet. Vårt arbete och våra mål kring hållbarhet ska bidra till de globala hållbarhetsmålen som därmed är övergripande

### Övergripande koppling till de globala hållbarhetsmålen:

- Globalt mål 3: "God hälsa och välbefinnande"
  - Genomsnittlig nöjdhet på 4,4 (av 5) för samtliga tre kategorier varje år
    - Deltagare
    - Funktionärer
    - Världkommun
- Globalt mål 5: "Jämställdhet"
  - 50/50 representation av kvinnor/män i samtliga tre kategorier varje år
    - Anställda
    - Lokal ledningsgrupp
    - Funktionsansvariga lokalt
- Globalt mål 12: "Hållbar konsumtion och produktion"
  - Minska den totala mängden avfall respektive matsvinn med 25 % till 2025 (jmf 2019) för att sedan halvera till 2030
- Globalt mål 13: "Bekämpa klimatförändringarna"
  - Minska utsläppen per kategori med 25 % till 2025 (jmf 2019) för att sedan halvera till 2030
    - transporter av gods innan och under O-Ringen
    - deltagarnas transporter till O-Ringen
    - busstransporter av deltagare under O-Ringen
- Globalt mål 15: "Ekosystem och biologisk mångfald"
  - Inga bestående skador på ekosystem och biologisk mångfald i våra tävlingsområden.

## MILJÖMÄSSIG HÅLLBARHET

Vi vill bidra till miljömässig hållbarhet genom att ta tillvara på naturens resurser och utifrån arrangementets förutsättningar minimera den negativa påverkan vi har på naturmiljö och samhälle.

### MÅL

Ett snitt inom varje kategori på minst 4 (skala 1-5) för påståendet:

*"O-Ringen är ett miljömässigt hållbart arrangemang"*

- Funktionärer
- Partners
- Deltagare

Genomsnittlig nöjdhet på 4,4 (av 5) för samtliga tre kategorier varje år

## SOCIAL HÅLLBARHET

Vi vill att det ska vara socialt hållbart att engagera sig i O-Ringen. Alla ska uppleva att O-Ringen var givande och roligt och att de egna förväntningarna infriades. För att lyckas med det ska ledarskap och arbete präglas av delaktighet i syfte att skapa känslan av att vara del av "ett O-Ringen".

### MÅL

Ett snitt inom varje kategori på minst 4 (skala 1-5) för påståendet:

*"Det var givande och roligt att vara en del av O-Ringen (ort och år)"*

- Funktionärer
- Medarbetare
- Partners

## EKONOMISK HÅLLBARHET

O-Ringen ska ge våra funktionärsföreningar och svenska orienteringsrörelsen en ersättning som möjliggör kontinuerlig utveckling av orienteringssporten på lokal, nationell och internationell nivå. Deltagarna ska samtidigt känna att de fått valuta för pengarna.

### MÅL

- Ersättningen till funktionärsföreningarna ska vara minst 4 500 000 kr
- Svenska Orienteringsförbundet ska få ut sin licensavgift
- Att O-Ringen AB ska ha ett resultat på 1 000 000 kr
- Deltagarenkäten ska ge en NPS på mellan 0-10 för "Valuta för pengarna"

## UPPLEVELSE

Alla deltagare ska känna att den sportsliga kvaliteten på O-Ringen är hög samtidigt som de varit med om en härlig upplevelse genomsyrad av gemenskap och glädje. Som arrangör ska vi göra kloka val och välja praktiska lösningar.

### MÅL

- Deltagarenkät Sportslig kvalitet NPS > 40
- Helhetsupplevelsen i deltagarenkäten ska ge en NPS på > 35

## PROFILERING

O-Ringen ska profilera sig som "världens största orienteringsäventyr". Denna profil ska vara resultatet av arbetet med hållbarhet och upplevelse. Vi ska aktivt ta initiativ genom PR-arbete och opinionsbildning samt skapa medial exponering motsvarande arrangemangets storlek.

## MÅL

Vi ska uppnå en hög kännedom om arrangemanget O-Ringen. Detta gör vi dels genom att alla våra deltagare, partners och leverantörer är ambassadörer för vårt arrangemang och talar väl om oss. Fokusera på våra budskap och vår tonalitet i allt vi gör.

- Engagemangsgraden hos våra följare i sociala kanaler ska vara 5-7%
- Våra pressmeddelanden och information som vi skickar ut ska öka med 5% per år
  - o Mätning görs genom tjänsten Analyze via MyNewsdesk.
- Trafiken på oringen.se ska öka med 5% per år
  - o Mätning görs genom Google analytics

## SÅ ARBETAR VI

Utifrån O-Ringens fokusområden utgår vi från tre utgångspunkter för vårt arbete med att planera och genomföra O-Ringen – Gemenskap, Kloka val och Kommunikation. Tillsammans sammanför dessa tre utgångspunkter fokusområdena och gör det möjligt för såväl den ansvarige som den enskilde funktionären att i åtgärder och beteende bidra till att uppfylla strategin. Kring varje O-Ringen ska en lokalt anpassad plan tas fram där man beskriver VARFÖR vissa åtgärder valts, VAD som inkluderas i respektive område, samt HUR de ska utföras i form av aktiviteter.

