



”VerdiSKI”

- et prosjekt for å bygge tillit, engasjement, verdier, kultur, kontinuerlig læring og forbedring for langrennssporten og skiidretten – med utøveren i sentrum



VerdiSKI - bakgrunn

- Sterk omdømmesvikt etter dopingrelaterte saker i langrenn



- Kontinuerlige målinger gjennom Sponsor Insight over mange år
 - Nullpunktundersøkelse januar 2017 – Omnibus
 - Dybdeintervjuer med NSF Langrenns lagsponsorer – vår 2017
 - Medarbeiderundersøkelse desember 2016
 - Aalund PR-barometer 2017 – over mange år
-
- **VerdiSKI** etablert for å opprettholde inntekter fra samarbeidspartnere, ivareta intern motivasjon og utvikle et verdidrevet engasjement
 - **”VerdiSKI”** er organisert i en intern styringsgruppe og operativ prosjektgruppe med kommunikasjonsbyrået Zynk som ekstern ressurs v/ byråleder Claus Sonberg
-

VerdiSKI – organisering



Mandat styringsgruppe VerdiSKI

- ”VerdiSKI”-prosjektet skal bidra til å gjenvinne tilliten og det positive omdømmet til norsk langrennssport og Norges Skiforbund som organisasjon gjennom interne prosesser, forbedringstiltak og strategisk kommunikasjon ved:
 - En klar ambisjon med tydelige effektmål
 - En strategisk plan med målsetting om å gjenvinne tillit og omdømme til ønsket nivå innen OL i PyeongChang februar 2018
 - Involvering av alle interessentgrupper til norsk langrenn i arbeidet med å nå målet
 - Etablering av prosjektgruppe som effektuerer mandatet og rapporterer til styringsgruppen som prosjekteier
 - Vedta budsjett og økonomiske rammer samt ressurser til prosjektet
-



Mål og ambisjon VerdiSKI

- **MÅL:** Gjenvinne målbar merkestyrke og omdømme til langrenn og NSF innen OL 2018
 - Opprettholde og styrke relasjoner til samarbeidspartnere, ansatte og andre interessenter og premissgivere
 - Sponsormidler på samme nivå som før dopingsakene
 - Opprettholde målbar intern motivasjon, stolthet og engasjement
 - Avklaring av roller og ansvar
 - **AMBISJON:** Benytte situasjonen til å styrke NSF's posisjon som et foregangsforbund
 - Spre skiglede og bidra til stolte øyeblikk og økt aktivitet
 - Opprettholde sportslig ambisjonsnivå og resultater
 - Realitetsorientere Skiforbundet og Langrenn mht hvordan man oppfattes av viktige interessenter
 - Gjøre hensiktsmessige endringer og forbedringer i styring, rutiner og systemer
-



Forventinger til handling – lagsponsorer (ZYNK-intervjuer)

- Alle forventer tydelige, klare tiltak - både for å forhindre liknende hendelser, for å bedre kommunikasjonen, og for å vise ydmykhet og vilje til endring.
- De etterlyser klare planer på hva som skal gjøres
- De forventer også at dialogen og arbeidet med sponsoratet blir bedre
- Alle sponsorene er på tilbudssiden. De ønsker å bidra til å bygge opp igjen sporten, utøverne og forbundet.





Medgang gjør "ufeilbarlig" ..

Mange år med suksess har gitt en kultur av ufeilbarlighet og manglende ydmykhet





Lederskap og eierskap – internt fokus til endring

- Verden er ikke som før, mange mener vi er ”avkledd”
 - Vi blir sett på med helt andre øyne
 - Andre krav til internkontroll, hvordan vi bruker våre ressurser – ”byråkratisering”
 - Typisk at kriser utløser endringer, sånn er det i alle modne organisasjoner
 - Det er ikke etablerte strukturer i idretten for å håndtere mye av det vi har vært igjennom, heller ikke er det ressurser til å håndtere all mulig risiko
 - Vi har alle et ansvar for å ta vare på helheten
 - Konsekvenser?
-



VerdiSKI – arbeid iverksatt - operasjonaliseringsplan

Medisinsk	Strakstiltak, Granskingsutvalg, Rutiner, Antidopingarbeid/Ren utøver
Ledelse/Administrasjon/Sport	Risikovurderinger. Møtearenaer. Ressursallokering. Elektronisk internkontrollsystem,
Kultur	Verdiprosess, Kulturarbeid, Konsekvenskultur, Verdibasert ledelse, Organisasjonsnormer
Kommunikasjon	Kommunikasjonsstrategi, Mediestrategi, Medieplan, Medieforståelse, Evaluering mediehus/relasjoner
Marked	Fornyelse og modernisering av markedsarbeidet, relasjonsutvikling, samfunnsansvar
Virksomhetsstyring	Roller og ansvar. Politisk/adm. Ledelsesstruktur.



Kultur og verdier – prosess Hamar

VERDIER Langrenn (i arbeid)

FOLKELIG

Raus, imøtekommende, tilstede og gode sammen

INKLUDERENDE

Åpen, inviterende, positiv og tilgjengelig

OFFENSIV

Entusiastisk, proaktiv og målrettet

ÆRLIG

Åpen og tydelig kommunikasjon, interne forhold diskuteres internt.
Vi er lojale til beslutninger. Vi snakker med, ikke om.

Hvorfor og hvordan lever vi verdiene våre?



Skipolitisk dokument – Utviklingsmodell i planperiode 2016-2020

- **Formål**
 - Norges Skiforbunds formål er å lede norsk skiidrett og arbeide for å utvikle egen aktivitet, organisasjon, økonomi og ansatte, slik at forbundet imøtekommer de krav og utfordringer som NSF's medlemmer, norsk idrett og internasjonal idrett stiller, samt å representere skiidretten internasjonalt (NSF's lov paragraf 1)
 - **Utøveren i sentrum**
 - Flest mulig, lengst mulig, best mulig – en nasjon bestående av skiløpere
 - **Verdigrunnlag**
 - Norges Skiforbund skal i planperioden 2016-2020 bringe nye, stolte øyeblikk til den norske befolkningen
 - **Visjon**
 - Mange, gode og glade skiløpere
 - Skiforbundet skal arbeide for at alle mennesker gis mulighet til å utøve idrett ut fra sine ønsker og behov.
 - **Verdier**
 - Organisasjonen skal preges av FRIVILLIGHET, DEMOKRATI, LOJALITET, ÅPENHET og LIKEVERD
 - All skiaktivitet skal bygge på grunnverdiene GLEDE, FELLESSKAP, HELSE og ÆRLIGHET
 - Skiforbundets arbeid bygger på det samme verdifundamentet som NIF bygger på.
-