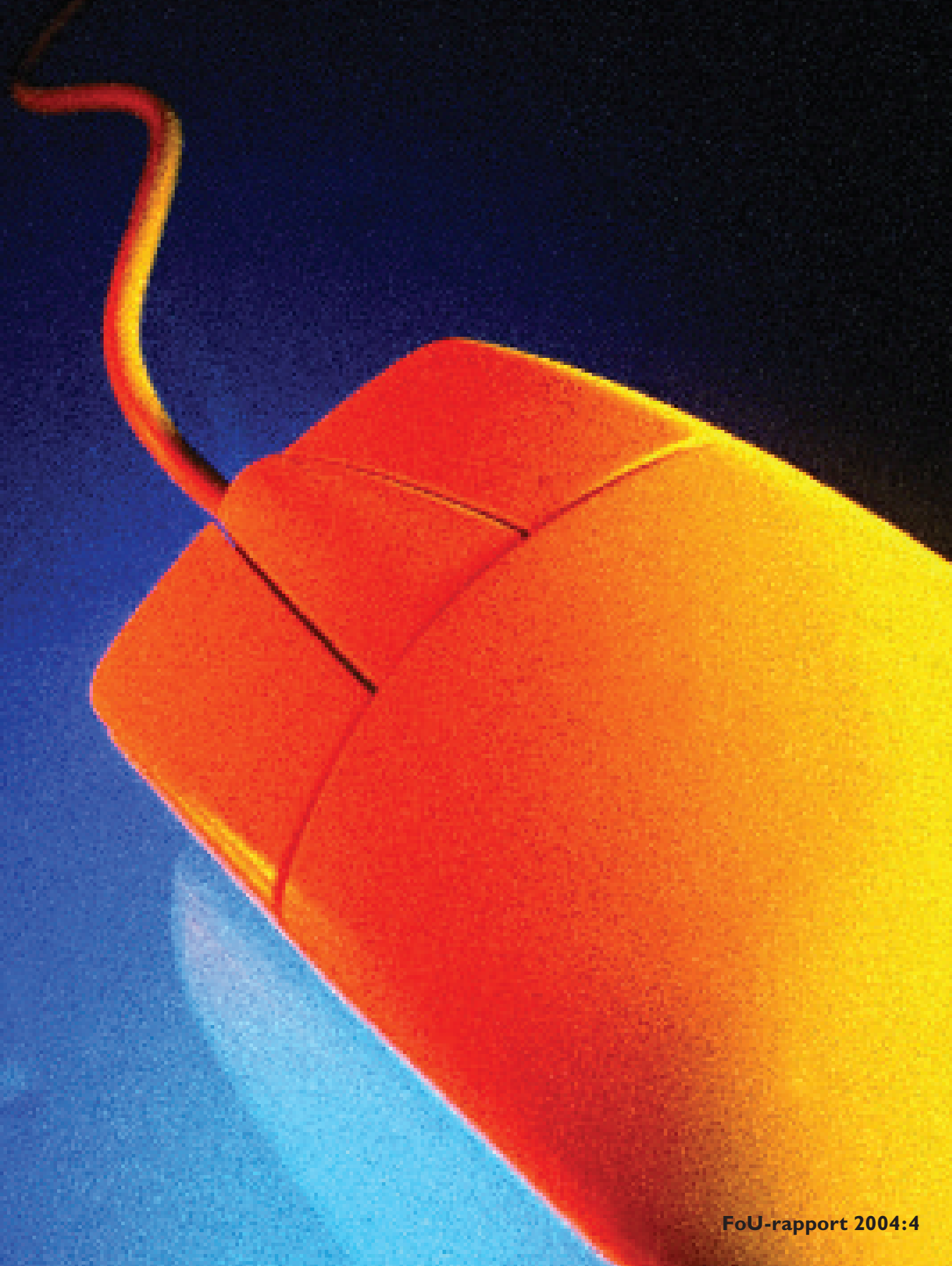




IT-användning inom idrotten



FoU-rapporter

2003

1. Idrott, kön och genus – en kunskapsöversikt
2. Man vill ju inte att föreningen ska dö – en studie om idrottens föreningsledare våren 2003 (Anders Rönmark)
3. Etnisk mångfald och integration – visar idrotten vägen? (Jesper Fundberg)
4. Möjligheten till motion och fysisk aktivitet – lika för alla?
5. Kvinnor och män inom idrotten 2003 – statistik från Riksidrottsförbundet

2004

1. Ätstörningar – en kunskapsöversikt (Christian Carlsson)
2. Kostnader för idrott – en studie om kostnader för barns idrottande 2003
3. Varför lämnar ungdomar idrotten – en undersökning av fotbollstjejer och –killar från 13 till 15 år (Mats Franzén, Tomas Peterson)
4. IT-användning inom idrotten (Erik Lundmark, Alf Westelius)

Rapporterna kan beställas från Riksidrottsförbundets kundtjänst – kundtjanst@rf.se eller tel 08-699 62 03

Förord

Elektronisk post, hemsidor och informationsteknik har under de senaste 15 åren blivit allmänt vedertagna begrepp. Utvecklingen inom IT-området har närmast explosionsartat förändrat vårt sätt att kommunicera och informera. Det är mot den bakgrunden naturligt att ställa sig frågan hur denna utveckling påverkat idrottsrörelsen. Att allt fler klubbar och förbund använder hemsidor och elektronisk post i sitt dagliga arbete är uppenbart, frågan gäller närmast hur och i vilken omfattning detta lett till en förändring i verksamheten.

För att om möjligt få svar på detta och samtidigt ge idrottsförbunden ett underlag för framtida ställningstaganden beslutade Riksidrottsförbundet (RF) att under 2003 avsätta medel för en undersökning av idrottsrörelsens IT-användande. Forskningsanslaget gick till Institutionen för Datavetenskap på Linköpings Universitet. Organisationen Ideell Arena driver sedan flera år tillbaka en erfarenhetsgrupp för IT-chefer i ideella organisationer där den drivande kraften är lektor Alf Westelius från Linköping. Westelius har, tillsammans med Erik Lundmark, skrivit den nu föreliggande rapporten, som bör kunna intressera också andra ideella organisationer med likartad struktur som idrotten.

RF har sedan 1994 en IT-policy vars mål enkelt kan sammanfattas i devisen ”mer tid för idrott”. Kan man konstatera att vi nått det målet eller kommit en bit på väg? Rapporten ger en del av svaret och kommer att kunna utgöra en plattform för framtida undersökningar inom samma område.

Roland Bäcklin
IT-chef

Innehåll

| | |
|---|----|
| SAMMANFATTNING..... | 6 |
| INLEDNING | 8 |
| SYFTE..... | 8 |
| LÄSANVISNINGAR..... | 8 |
| BAKGRUND | 8 |
| Riksidrottsförbundets organisation..... | 8 |
| n3sport | 9 |
| Svenskidrott Online | 10 |
| Förbundet Online | 10 |
| Klubben Online..... | 10 |
| n3admin | 10 |
| n3medlem..... | 10 |
| METOD | 11 |
| TELEFONINTERVJUERNA..... | 11 |
| KOMPLETTERANDE UNDERSÖKNINGAR | 11 |
| STATISTISKA TEST | 11 |
| RESULTAT | 13 |
| INTERNETANVÄNDNING I IDROTTSRÖRELSEN..... | 13 |
| Andelen klubbar med hemsida och e-post | 13 |
| Hemsideskvalitet och aktivitet..... | 14 |
| Hur påverkar Internet klubbens verksamhet..... | 16 |
| Aktivitet och effekt | 17 |
| KOMMUNIKATION..... | 17 |
| Hur kommunicerar klubbarna..... | 17 |
| Hur kommunicerar förbunden | 18 |
| Kommunikation före och efter IT-vågen | 19 |
| FAKTORER SOM PÅVERKAR INTERNETANVÄNDNINGEN..... | 20 |
| Storlek..... | 20 |
| Geografiskt läge..... | 22 |
| Idrott | 23 |
| Förbund i och utanför Svenskidrott Online..... | 24 |
| Övriga mönster | 25 |
| KLUBBEN ONLINE | 27 |
| Användare och användning..... | 27 |
| Svenskidrott Online, Klubben Online och förbunden | 28 |
| Icke användare | 29 |
| INDIVIDERNAS INTERNETVANOR..... | 30 |
| Uppgiftslämnarnas Internetvanor..... | 30 |
| Medlemmarnas Internetvanor | 31 |
| Kunskapsbehov..... | 33 |
| FALLET ORIENTERING | 34 |
| Spridningseffekter från anmälningsmodul till annan användning | 35 |
| Problem och utmaningar | 35 |
| Framgångsfaktorer för införandet inom Orienteringsförbundet..... | 36 |
| SLUTSATSER..... | 37 |
| SAMMANFATTANDE REFLEKTIONER | 37 |
| En övergripande beskrivning av Internetanvändningen i idrottsrörelsen | 37 |
| Implikationer för klubbarna | 37 |
| Svenskidrott Online | 39 |
| Retrospektiv analys - var satsningen rätt i tiden?..... | 40 |
| FÖRSLAG PÅ FRAMTIDA FORSKNING..... | 40 |
| Implementering av standardiserade system..... | 40 |
| Ekonomiska styrmedel i ideella organisationer | 40 |
| Informationssystem och användningsmönster | 41 |
| BILAGOR | 42 |

Sammanfattning

På ett decennium har Internet gått från att vara ett i princip okänt medium till att bli en av de viktigaste kommunikationskanalerna för många idrottsklubbar. I dagsläget har två tredjedelar av idrottsklubbarna i Riksidrottsförbundet skaffat en hemsida. E-post har också blivit en viktig kommunikationskanal för klubbarna, i viss mån mot medlemmarna men främst mot ledare och förbund.

Idrottsklubbarnas Internetanvändning varierar emellertid mycket från klubb till klubb. Av de kommunikationskanaler som användes före den ökade Internetanvändningen är det brev och klubbtidning som minskat mest. Det rör sig inte om några kraftiga minskningar - generellt sett. Vissa klubbar har dock förändrat sitt kommunikationsmönster kraftigt, men i huvudsak har Internet kompletterat de tidigare kanalerna snarare än ersatt dem.

Effekterna av den ökade Internetanvändningen beror kraftigt av klubbarnas arbete men också av medlemmarnas Internetvanor. Cirka 25 procent av klubbarnas hemsidor är i stort sett inaktiva. För dessa klubbar är effekterna mycket små. För klubbar med aktiva hemsidor är ökad gemenskap den tydligaste effekten. Detta märks i ökad kunskap om och ökat intresse för andra delar av klubben. Bilder från gemensamma aktiviteter och tävlingar/matcher på hemsidan är exempel på inslag som anses höja gemenskapen i klubbarna. Tävlingsresultat och forum är andra exempel.

Lanseringen av idrottens gemensamma system Svenskidrott Online har gått under parollen ”Mer tid för idrott”. Det stora flertalet klubbar har dock inte lyckats nå några kraftiga vinster vare sig i tid eller pengar till följd av sin Internetanvändning och vissa klubbar har till och med ökat tiden för klubbadministration. Detta beror främst på att många klubbar använder samma kanaler för informationsspridning som man alltid gjort. Hemsidan blir ett komplement och en ambitionshöjning men ersätter i praktiken ingenting.

Det finns dock en inte oväsentlig del av idrottsklubbarna som sparar både tid och pengar på sin Internetanvändning. I huvudsak gäller detta de klubbar som har de mest frekvent

besökta hemsidorna. Dessa klubbar har ofta lyckats minska användningen av tidigare kanaler, som brev, telefon och klubbtidning. De har inte sällan vissa interaktiva element på hemsidan, till exempel möjlighet att anmäla sig till tävlingar eller boka anläggningar.

Det finns också stora skillnader mellan olika grupper inom rörelsen. Det är inte förvånande att de mest avancerade hemsidorna återfinns i större klubbar. Skillnaden mellan stad och landsbygd är emellertid större än väntat. Stadsklubbarna har hemsida i 78 procent av fallen medan landsbygdsklubbarna har det i 55 procent av fallen. Det är också fler än väntat - var fjärde klubb - som uppger att de har medlemsregistret i pappersform.

De flesta klubbadministratörer är vana vid Internet som medium. Tre fjärdedelar av dem använder Internet dagligen, vilket är betydligt mer än vad den genomsnittliga svensken gör. Klubbadministratörerna uppger också att de besöker andra klubbars hemsidor förvånansvärt ofta. 40 procent uppger att de gör det någon gång i veckan eller oftare.

I dagsläget är 35 av Riksidrottsförbundets 67 specialförbund anslutna till idrottsrörelsens gemensamma system Svenskidrott Online. Förbunden som är anslutna till Svenskidrott Online är generellt större än de icke anslutna förbunden. Totalt är över 80 procent av idrottsklubbarna i Riksidrottsförbundet knutna till ett anslutet specialidrottsförbund. Implementeringsgraden av Svenskidrott Online är dock generellt sett inte särskilt hög. Totalt har cirka 6 000 Klubben Online-sajter aktiverats. Av de aktiverade sajterna är det en klar minoritet som används i någon större utsträckning. En rimlig uppskattning är att drygt 1 000 klubbar aktivt använder Klubben Online, vilket motsvarar cirka 5 procent av klubbarna.

Ser man till förbundens verktyg för registeradministration, Förbundet Online, är situationen liknande. På RF:s kansli är det inte många som använder Förbundet Online. Ofta använder anställda andra IT-verktyg till det som Förbundet Online var tänkt att lösa. Situationen är liknande på de flesta SF och SDF.

En viktig orsak till att implementeringsgraden är så låg är att kunskapen och kännedomen om systemet är otillräcklig. Detta gäller i såväl specialförbunden som klubbarna. Bland

de klubbar som ännu inte aktiverat sin Klubben Online är det bara 31 procent som känner till tjänsten och bland förbunden är uppfattningen om Svenskidrott Online ofta luddig. Däremot är användarna överlag positiva till Klubben Online. På förbunds nivå börjar det

komma satsningar både på att öka Klubben Online-användningen i klubbarna och på utbildning och registervård i Förbundet Online. Användningen av Klubben Online och Förbundet Online som administrativa verktyg inom Idrotts-Sverige kan därför förväntas öka.

Inledning

Är Internet en kanal för alla? Har Internet spelat någon roll i svenska idrottsklubbar och förbund? Kan ett centralt utvecklingsinitiativ stödja utvecklingen?

Internet har haft ett enormt genomslag i samhället de senaste åren. E-post har blivit en av våra viktiga kommunikationskanaler och webben, www, rymmer såväl en uppsjö upplysningar som en ökande mängd e-tjänster. För många har det blivit naturligt att söka på webben när de vill veta någonting om till exempel en person, en organisation eller en aktivitet. Idrottssverige har inte stått utanför utvecklingen. Det har funnits många lokala initiativ - ideella och kommersiella. Vidare har Riksidrottsförbundet tillsammans med sin systemorganisation Norges Idrettsforbund och företaget n3sport tagit fram webb-baserade system för hemsideshantering och klubbadministration. Det svenska systemet Svenskidrott Online ger alla idrottsklubbar, som är organiserade under Riksidrottsförbundet, möjlighet att enkelt hålla en hemsida och sköta klubbadministration via webben. Genom att detta skulle kunna rymma ca 20 000 klubbars webbplatser inom ett och samma system är sannolikt Svenskidrott Online en av världens mest omfattande webbsatsningar.

Mot bakgrund av den generella utvecklingen i samhället och de specifika satsningarna inom idrottsrörelsen har vi funnit det väsentligt att få en bild av vilket genomslag Internet haft inom idrottsorganisationerna. Forskningsprojektet "Förändrar IT idrottens administration, verksamhet och medborgarkontakt?" har därför inriktats på att ge en samlad, övergripande bild av hur Internet, i synnerhet e-post och hemsida, används inom idrottsrörelsen. Framför allt har vi försökt bilda oss en uppfattning om användning och effekter på klubbnivå. Undersökningen har dels avsett Internetanvändning generellt, dels användningen av systemet Svenskidrott Online.

Syfte

Syftet med rapporten är att ge en övergripande bild av hur Internet, i synnerhet e-post och hemsida, används inom idrottsrörelsen. Fokus

ligger på hur idrottsklubbarna använder dessa redskap och vilka effekter detta får.

Läsanvisningar

Rapporten är uppdelad i fem huvuddelar: Inledning, Metod, Resultat, Slutsatser och Bilagor.

I den här inledande delen finns bland annat en beskrivning av Riksidrottsförbundet och de IT-satsningar som gjorts av det och deras officiella partner n3sport. Dessa beskrivningar återfinns under rubriken Bakgrund och riktar sig till den som inte är bekant med idrottsrörelsen, n3sport eller konceptet Svenskidrott Online. Där förklaras begrepp som används i resten av rapporten.

Metodkapitlet riktar sig till den som vill granska hur den bakomliggande studien genomförts och vilka statistiska metoder som använts.

I resultatdelen går vi igenom de resultat som framkommit under studien. Vi börjar med att försöka ge en så allmängiltig bild som möjligt. Idrottsrörelsen är stor och det finns många delar som avviker från det generella mönstret. Därför beskriver vi sedan några av alla de faktorer som påverkar klubbarnas Internetanvändning. Resultatdelen kan läsas separat av dem som inte är intresserade av att granska metoden och som är bekanta med idrottsrörelsen och Svenskidrott Online.

Slutsatserna innehåller en sammanfattning av de resultat vi funnit mest tankeväckande, en kort diskussion om studiens implikationer för idrottsklubbarna, tankar om Svenskidrott Onlines genomslag och utveckling samt förslag på framtida forskning. Även slutsatserna kan läsas separat.

Bakgrund

För läsare som inte är bekanta med idrottsrörelsen eller de IT-satsningar som gjorts går vi kortfattat igenom ett antal centrala begrepp. Nedan finns beskrivningar av relevanta organisationer och programvaror som behandlats i studien.

Riksidrottsförbundets organisation

Riksidrottsförbundet (RF) är en paraplyorganisation för den svenska idrottsrörelsen. Förbundet har 67 medlemmar, så kallade

specialidrottsförbund (SF), som representerar olika idrotter eller sammanslutningar av idrotter. Exempel på SF är Svenska Fotbollförbundet, Svenska Handikappidrottsförbundet och Svenska Budoförbundet. SF:en har medlemmar i form av idrottsföreningar, i vardagligt språk kallade klubbar. En klubb har i sin tur medlemmar i form av fysiska personer.

Vidare har RF för sin regionala verksamhet 21 distriktsidrottsförbund (DF). Även SF organiserar sin regionala verksamhet genom specialidrottsdistriktsförbund (SDF), men kan själva välja regional indelning. Detta innebär att inte alla SF har samma geografiska indelning.

En klubb (förening) kan vara medlem i ett eller flera SF. En förening som är medlem i flera SF benämns vanligtvis flersektionsförening. Det betyder inte att en förening som är medlem i flera SF måste vara indelad i sektioner. I praktiken är det emellertid vanligt att klubbarna har en sektion per SF de är medlemmar i. I RF:s centrala databas, Förbundet Online (se sidan 10), skapas alltid en sektion per SF som föreningen är ansluten till. Varje registrerad idrottsförening har i det systemet sålunda minst en registrerad sektion (eftersom föreningen måste vara medlem i minst ett SF).

Om vi vänder på pyramiden och börjar med fysiska personer kan vi beskriva det så här:

Den idrottsutövande individen är medlem i en idrottsförening som i sin tur är medlem i ett eller flera SF. SF bildar i sin tur det paraplyorgan som finns för svensk idrott, det vill säga RF.

Ett SDF omfattar de föreningar som är medlemmar i ett visst SF och som har sin hemvist inom SDF:s geografiska område. På samma sätt omfattar DF de föreningar som är medlemmar i ett till RF anslutet SF och som har sin hemvist inom DF:s gränser.

För att exemplifiera:

Den fiktiva klubben Björkarps IF är verksam i Vetlanda. Klubben är medlem i två SF: Svenska Fotbollförbundet och Svenska Innebandyförbundet. Medlemskapet i Svenska Fotbollförbundet i kombination med det geografiska läget gör att klubben också blir medlem i Smålands Fotbollförbund (ett SDF). Med samma logik är klubben knuten till Smålands

Innebandyförbundet. På grund av att klubben är medlem i minst ett av RF:s 67 SF och verksamt i Småland blir den dessutom medlem i Smålands idrottsförbund (ett DF).

I databasen Förbundet Online kommer klubben att ha två sektioner: en för innebandy och en för fotboll.

Klubbar är normalt juridiska personer medan sektioner inte är det. Detta hindrar inte att många sektioner har stor autonomi. Sektionerna inom en klubb kan många gånger fungera som egna klubbar i praktiken. Det är dock alltid föreningens styrelse som bär det juridiska ansvaret för verksamheten.

RF har som sagt 67 medlemmar, SF:en. SF:en har i sin tur sammanlagt drygt 20 000 medlemmar i form av idrottsföreningar. Sammanlagt har dessa föreningar cirka tre miljoner medlemmar i form av fysiska personer. I vardagsspråk brukar vi dock säga att RF har tre miljoner medlemmar.

Det största SF:et, Svenska Fotbollförbundet, har cirka 3 300 medlemmar (klubbar) som i sin tur har sammanlagt cirka en miljon medlemmar. Det minsta förbundet, sett till det totala antalet aktiva medlemmar i klubbarna, är Svenska Dragkampsförbundet, vars klubbar har totalt 537 licensierade medlemmar fördelade på 46 klubbar.

n3sport

I samband med millennieskiftet grundades n3sport AB. Huvudägare var det norska moderbolaget Entre Sport AS (n3sport AS). Riksidrottsförbundet var delägare med 49 procent av aktierna. Riksidrottsförbundet gick inte in med reda pengar utan med immateriella tillgångar bland annat i form av programvara för registerhållning och medlemshantering.

n3sport utvecklar programvara för registerhållning och webbproduktion under samlingsnamnet Svenskidrott Online. n3sport fick rätten att kommersialisera Svenskidrott Online för att finansiera vidareutveckling av programmen i konceptet. Tanken vara att få intäkter genom att sälja reklamplats på webbsidorna.

I samband med att IT-bubblan sprack minskade webbannonsmarknaden kraftigt. Avtalet mellan n3sport och RF har därför skrivits om två gånger och kommersialiseringsrätten omfattar idag endast programvaran Klubben

Online (se nedan) och varianter av densamma. RFs aktieandel har också minskat och utgör i dagsläget 12,5 procent.

RF har numer tagit över ansvaret för vidareutveckling av systemet. RF har också ansvar för support, service, underhåll och utbildning. Detta beräknas kosta RF cirka 10-13 miljoner kronor årligen.

Svenskidrott Online

Svenskidrott Online är samlingsnamnet på de program och tjänster n3sport utvecklat i samarbete med RF. I dagsläget har 35 av 67 SF gått med i samarbetet. Konceptet innefattar i huvudsak fyra programvaror: Förbundet Online (FbO), Klubben Online (KO), n3admin och n3medlem. Programmen har en gemensam kommunikationsplattform. Det finns över 200 hemsidor på förbunds nivå (RF, SF och SDF) och flera tusen klubbsajter i nätverket. Det finns också en gemensam Internetportal på www.svenskidrott.se.

Förbundet Online

Förbundet Online är ett verktyg som anställda och förtroendevalda i distrikt och nationella förbund kan använda för att registrera och hämta uppgifter om bland annat organisationer, personer och adresser. Man kan också genomföra serielottning och domartillsättning via Förbundet Online.

Alla behöriga användare arbetar direkt mot en central databas. När information finns i Förbundet Online kan den också göras tillgänglig på Internet via www.svenskidrott.se eller via de hemsidor som n3sport utvecklar tillsammans med idrotten.

I Förbundet Online ska alla aktuella klubbar finnas inlagda. De förbund som inte är knutna till Svenskidrott Online och därmed inte har tillgång till Förbundet Online rapporterar till RF som gör uppdateringarna.

Klubben Online

Klubben Online är ett gratisverktyg för idrottsklubbar. Det består av en administrativ del, där man bland annat kan sköta medlemsregister, föreningsrapporter och LOK-stödsredovisning. Vidare fungerar den som ett hemsidesverktyg. Klubbarna får en enkel hemsida som är lätt att underhålla även för personer utan nämnvärt IT-kunnande.

Det finns även ett par uppgraderade versioner av Klubben Online: version Plus och version X. Dessa versioner har samma administrativa del men erbjuder fler funktioner för hemsidan och större frihet i utformningen av den. Version Plus och version X är avgiftsbelagda men basversionen är som sagt gratis för idrottsklubbarna.

De administrativa verktygen har specialanpassats av vissa SF. Alla sektioner som är kopplade till SF:et har då den extra funktionaliteten i sin administrativa del. Exempel på förbund som genomfört specialanpassningar är Fotboll och Orientering.

Alla klubbar i Riksidrottsförbundet har en passiv sajt upplagd. Klubbarna kan aktivera sajten genom att ange lösenord (som fås av n3sport) och därefter godkänna villkoren. Alla klubbar har rätt till en sajt. Varje sektion har också rätt till en sajt som kopplas till huvudklubbens sajt. Om SF:et har genomfört specialanpassningar av Klubben Onlines administrativa del finns dessa moduler tillgängliga på sektionens sajt.

n3admin

n3admin är ett verktyg som n3sport har utvecklat för att underlätta hanteringen av webbsidor. De förbund som är anslutna till Svenskidrott Online använder det för att bygga och administrera sin webbplats.

n3medlem

n3medlem är ett program för att sköta klubbadministration. Tidigare kallades programmet RFmedlem. I samband med n3sports bildande fick n3sport rättigheterna till programmet. Programmet är kompatibelt med Klubben Online. Föreningar som har n3medlem kan därför sköta sin administration utan att vara uppkopplade och arbeta online. När de sedan kopplar upp sig kan de snabbt och enkelt uppdatera registret i Klubben Online.

Metod

Under studiens första tid gick vi igenom de uppgifter som finns i Förbundet Online. Vi fick även registerutdrag över antalet registrerade Klubben Online-sajter och antalet sidvisningar per sajt från n3sport. Utifrån dessa siffror försökte vi skapa oss en första bild av Internetanvändningen inom idrottsrörelsen. Det framgick ganska tidigt att Förbundet Online var dåligt uppdaterat och att det behövdes andra mått på Internetanvändningen att jämföra med.

Vi ville undvika en stor postal enkät. Anledningen var dels att postala enkäter ofta får låg till måttlig svarsfrekvens. En låg svarsfrekvens skulle kunna medföra att klubbar med låg IT-nivå blev underrepresenterade. Vidare är det svårt att veta hur respondenten uppfattat frågorna i en postal enkät och vem som egentligen besvarat enkäten.

Vid intervjuer är det lättare att säkerställa att frågan uppfattats korrekt och att nå höga svarsfrekvenser. Problemet med intervjuer är att de är tidskrävande.

Vi valde att göra strukturerade telefonintervjuer med klubbansvariga. Detta möjliggjorde ett tillräckligt stort stickprov för att kunna genomföra statistiska tester, samtidigt som det borgade för hög svarsfrekvens och möjlighet att kontrollera hur frågorna uppfattats.

Telefonintervjuerna

Telefonintervjuerna genomfördes under oktober till december 2003. Totalt medverkade 130 klubbar. En del av dessa ingick i en förstudie som syftade till att skapa ett formulär att strukturera intervjuerna med. Därefter genomfördes en pilotstudie, varpå ytterligare justeringar gjordes. I slutänden var det 110 klubbar som deltog i huvudintervjun och kodades för statistisk analys.

Intervjuerna tog mellan 10 och 30 minuter och genomfördes från klockan 9.00 till 21.00 under vardagar och 12.00 till 18.00 på helger. För vissa klubbar intervjuades två eller tre personer. Detta gjordes när den första kontaktpersonen inte hade tillräckligt med information eller kunskap. Kontaktoppgifterna hämtades från Förbundet Online. Det visade sig att dessa uppgifter inte alltid var korrekta. Bland annat var vissa klubbar nedlagda. Andra hade bytt

adress och gick inte att få tag på. Åter andra fick vi spåra i flera led och i vissa fall svarade ingen på det registrerade telefonnumret trots upprepade försök.

Uppskattningsvis fick vi tag på någon med anknytning till den sökta klubben i 80 procent av fallen. Cirka 10 procent uppgav att klubben var nedlagd och ytterligare cirka 10 procent uppgav att klubben var vilande. Det är svårt att veta hur många av de registrerade klubbarna som är aktiva. Frågar man insatta på RF uppskattar de att cirka 15 procent av klubbarna är vilande eller inaktiva. Av de klubbar vi försökte kontakta genomförde vi intervjuer med cirka två tredjedelar. Om vi utgår från att 85 procent av de registrerade klubbarna har verksamhet innebär det att vi nådde omkring tre fjärdedelar av de aktiva klubbarna i vårt stickprov. Under huvudintervjun avböjde endast en klubb att delta, vilket ger en svarsfrekvens på över 99 procent räknat på de klubbar vi fick tag på.

Av de 110 klubbar som kodades för statistisk analys var 15 utvalda på grund av att de hade aktiverat sin Klubben Online och dessutom hade fler än 500 sidvisningar totalt sedan öppnandet av sajten. 500 sidvisningar totalt medför inte att klubben är aktiv användare men det sorterar bort dem som bara aktiverat Klubben Online utan att börja använda sajten. De 15 klubbar som valdes specifikt för att de använder Klubben Online har endast tagits med i de statistiska beräkningarna där det varit särskilt motiverat.

Kompletterande undersökningar

Som komplement till telefonintervjuerna lades en webbenkät ut på hemsidorna hos ett antal utvalda klubbar. De klubbar som valdes ut representerar såväl individuell idrott som lagidrott och lansbygd såväl som stad. Deras hemsidor bedömdes vara relativt välbesökta. Syftet var att få en bild av vad medlemmarna söker på sin klubs hemsida. Totalt svarade drygt 200 personer. Det innebär att svarsfrekvensen på webbenkäten var relativt låg (5-33 procent i de medverkande klubbarna) och de som svarade var i huvudsak aktiva Internetanvändare.

Vidare skickade vi ut en enkät via e-post till samtliga SF. Syftet var att få en bild av SF:s ambitioner och inställningar till IT. Vi fick

en svarsfrekvens på 85 procent. Enkäten som skickades ut till SF finns i bilaga 1.

Statistiska test

Vi har använt oss av vedertagna statistiska test vid jämförelser mellan grupper och för kontroll av samband mellan jämförda mått. Kravet på statistisk säkerhet har varit 95 procent, vilket är brukligt. Det vill säga att om vi funnit en skillnad mellan två jämförda grupper ska den vara så tydlig att det är mindre än 5 procents risk att

skillnaden uppstått av en slump.

Intervjuerna kodades i SPSS för statistisk analys. Vi har genomfört ickeparametriska test (Mann-Whitney och Spearman's rho). Anledningen till detta är att de flesta mått vi använt oss av är av karaktären ordinalskala. Vidare kan man inte säga att de mått som har intervallskala föreföll normalfördelade. Vi har tillämpat 5 procent-nivån som kriterium för statistisk signifikans.

Resultat

I föreningsstudien 1994 konstateras att det är mycket svårt, nästan omöjligt, att försöka uttala sig generellt om den svenska idrottsrörelsen, eftersom det finns en sådan spännvidd av föreningstyper och verksamhetsformer. Idrottsrörelsen är verkligen inte en enhetlig rörelse och många delar av rörelsen avviker från det generella mönstret.

Innan vi presenterar resultaten vill vi därför poängtera att de generella resultaten inte alltid är representativa för undergrupper. Statistiken är ett sätt att försöka beskriva verkligheten. För att det ska vara intressant att tala om statistik krävs att man talar om någorlunda stora grupper. Detta medför att det alltid är en förenklad bild som förmedlas med hjälp av statistik. Ibland behöver vi dock förenkla den komplexa verkligheten för att kunna analysera den.

Internetanvändning i idrottsrörelsen

Då studien fokuserar på användandet av e-post och hemsidor bland svenska idrottsklubbar kommer vi också att börja med att se hur vanligt det är att dessa verktyg används. Därefter ser vi närmare på hur de används och vilka effekter detta får. Senare i rapporten går vi in på olika faktorer som påverkar Internetanvändningen.

Andelen klubbar med hemsida och e-post

För att skaffa en uppfattning om hur stor andel av idrottsklubbarna i RF som har en hemsida gjorde vi två skattningar. Den första var att kontrollera hur stor andel av klubbarna som registrerat en hemsida i det centrala registret, Förbundet Online. Den andra var att mäta frekvensen i vårt stickprov, det vill säga de intervjuade klubbarna.

Det är viktigt att vara noggrann när man ställer frågor till en databas. Det gäller att vara tydlig med exakt vad som avses. Exempelvis bör man ha klart för sig om man är ute efter att mäta andelen registreringar i klubbarna eller i sektionerna. När man räknar det totala antalet klubbar eller sektioner gäller det att specificera att man bara räknar aktiva klubbar/sektioner.

Vidare är det viktigt att specificera vad som menas med en registrerad hemsida eller e-postadress; räcker det till exempel med att det finns ett mellanslag i fältet för e-postadress, eller ska man på något sätt kontrollera innehållet i fältet?

Siffrorna skiljer sig lite åt beroende på hur man räknar. Det viktigaste är kanske inte att mäta på det mest korrekta sättet utan att man mäter på samma sätt hela tiden, för att på så sätt möjliggöra jämförelser över tiden.

Vi valde att mäta andelen sektioner som registrerat hemsida respektive e-post i Förbundet Online. Vi räknade endast sektioner som enligt Förbundet Online är aktiva. Fältet för e-post måste innehålla "@" och hemsidadressen måste innehålla en punkt.

Andel enligt de standardrapporter som tagits fram under januari 2004:

- 29 procent av klubbarna har registrerat hemsida
- 34 procent av klubbarna har registrerat e-postadress

Andelen hemsidor som registrerats i Förbundet Online avviker markant från de uppgifter som framkommit under intervjuerna, oavsett hur man mäter.

Andel enligt telefonintervjuer med representanter för slumpmässigt valda klubbar:

- 65 procent av klubbarna har någon form av hemsida
- 60 procent av klubbarna använder e-post som en viktig kanal i kommunikationen med medlemmar, ledare eller förbund.

Oavsett på vilket sätt man mäter får man alltså via Förbundet Online siffror som avviker grovt från den, utifrån telefonintervjuerna, statistiskt framtagna uppskattningen. Den troligaste orsaken till denna diskrepans är att många klubbar inte har registrerat sin e-postadress eller sin hemsida i Förbundet Online. Om vi utgår från att vår statistiska mätning är korrekt är alltså färre än hälften av klubbarnas hemsidor registrerade i Förbundet Online. Det kan också vara värt att påpeka att vissa hemsidor flyttats efter registrering. En rimlig

uppskattning är att endast ca 40 procent av de aktuella, existerande hemsidorna är registrerade i Förbundet Online.

När det gäller övriga uppgifter i Förbundet Online kan man med fog säga att de avviker från de i dagsläget aktuella. Det är inte ovanligt att telefonnummer, adress, antal medlemmar och många andra uppgifter är felaktiga. Detta är emellertid ingen nyhet; i samband med andra undersökningar har bland annat bristerna i de kontaktuppgifter som finns i Förbundet Online påpekats. Flera personer på RF noterar att cirka 10 procent av utskicken till klubbarna ofta kommer i retur. Till detta skall läggas en okänd andel utskick som hamnar hos fel mottagare utan att vidarebefordras eller returneras.

För att pröva tillförlitligheten i e-postadresserna i Förbundet Online gjordes ett enkelt test. Vi skickade e-post till drygt 200 slumpmässigt utvalda klubbar och bad dem svara om det var korrekt adress för den specifika klubben. Vi gjorde klart att om adressen inte gällde för klubben kunde man inte meddela detta genom att svara. Det klargjordes att det enda sättet för klubben att ändra registrerad e-postadress är genom sin Klubben Online-sajt eller via RF.

Resultat av e-posttestet

- 28 % av e-postbrevens gick inte att leverera.
- 48 % svarade inom en vecka.
- 1 % svarade senare än inom en vecka
- 23 % svarade inte

Det är alltså knappt hälften av de e-postadresser som registrerats i Förbundet Online som är aktuella. Då endast 34 procent av klubbarna registrerat en adress innebär det att man för närvarande endast kan nå 17 procent av klubbarna i Riksidrottsförbundet via det e-postadressregister som finns i Förbundet Online.

I sammanhanget kan nämnas att 50 procent av klubbarna uppger att e-post är en viktig kommunikationskanal mot förbunden. Det förekommer med andra ord många alternativa register för e-postadresser. Det finns en medvetenhet om bristerna i datatillförlitligheten i Förbundet Online både inom RF:s kansli och på de olika SF:en. Många använder alternativa redskap för det som Förbundet Online var tänkt att lösa.

Resultatet från enkäten till SF:en visar att endast en tredjedel av förbunden anser sig ha aktuell och korrekt information om antalet medlemmar i klubbarna. Bland de förbund som är anslutna till Svenskidrott Online är andelen som anser sig ha aktuell och korrekt information om antalet medlemmar i klubbarna något högre än bland icke anslutna förbund. Det kan dock vara värt att påpeka att det handlar om vad förbunden anser om sina register, inte hur det verkligen förhåller sig. Det är möjligt att Svenskidrott Online-anslutna förbund tror att uppgifterna i registret är mer tillförlitliga än vad de egentligen är. Det är emellertid också möjligt att tillförlitligheten är högre för de anslutna förbunden. Om inte annat har de anslutna förbunden generellt fler registrerade e-post- och hemsidesadresser. Vi återkommer till detta under rubriken "Förbund i och utanför Svenskidrott Online" på sidan 24.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att cirka två tredjedelar av klubbarna har hemsidor och att e-post är en viktig kommunikationskanal för dem, men att Förbundet Online inte är en säker källa till uppgifter om adresser. Registret har uppenbara brister i datatillförlitligheten och det finns en medvetenhet om dessa brister. Det framgick också via enkäten till SF:en att några förbund arbetar aktivt med att höja tillförlitligheten. Det finns å andra sidan förbund som inte anser att det är särskilt viktigt att ha aktuell och korrekt information om antalet medlemmar i klubbarna. Hur viktigt det är att ha aktuella uppgifter i Förbundet Online kan naturligtvis diskuteras. Vi nöjer oss här med att påpeka bristen på överensstämmelse mellan verklighet och databas.

Hemsideskvalitet och aktivitet

Att 65 procent av klubbarna har en hemsida är intressant men det säger inget om kvaliteten eller besöksfrekvensen på hemsidorna. Kvalitet på en hemsida är ett subjektivt mått. Besöksfrekvens kanske kan sägas vara ett mer objektivi- tetsmått. Problemet är att det finns många olika sätt att mäta besöksfrekvens och det är svårt att jämföra olika mått. Vidare är det långt ifrån alla klubbar som mäter besöksfrekvensen på hemsidan.

Vi gjorde ändå en grov bedömning av de intervjuade klubbarnas hemsidor och deras användning. Vi valde att också väga in huru-

vida och i vilken omfattning e-post användes i kommunikationen med medlemmarna. E-post används relativt frekvent av klubbarna och borde därför vägas in i bedömningen av IT-nivå, som vi valde att kalla bedömningen. Vi satte ett betyg på en skala från ett till fem efter följande kriterier:

1. Ingen hemsida, e-post är inte en viktig kanal för kommunikation.
2. Passiv hemsida alternativt e-post är en viktig kanal för kommunikation med medlemmarna
3. I något avseende aktiv hemsida (används av en grupp eller i viss utsträckning bred användning)
4. Hemsidan används på bred front eller mycket aktivt av en grupp
5. Bred användning av hemsidan och använd interaktivitet (t ex tävlingsanmälningar, flitigt använt forum)

Bedömningen gjordes utifrån uppgiftslämnarens uppskattning av besöksfrekvens. Vi besökte också hemsidan för att bedöma design och skaffa en uppfattning om hur ofta den uppdateras. Vi inspekterade även eventuella interaktiva element, som till exempel forum. Dessutom vägdes uppgiftslämnarens redogörelse för e-postanvändningen inom klubben in.

Nedan visas en tabell över hur stor del av klubbarna som bedömdes ha respektive IT-nivå.

IT-nivån

| IT-nivå | Andel (%) |
|---------|-----------|
| 1 | 33 |
| 2 | 20 |
| 3 | 31 |
| 4 | 11 |
| 5 | 6 |

De som har IT-nivå 1 är de som inte har en hemsida och inte använder e-post i kommunikationen med medlemmarna. Totalt sett saknar 35 procent av klubbarna hemsida. En mycket

liten del av dessa klubbar använder e-post som en viktig informationskanal mot medlemmarna och får därigenom IT-nivå 2 i vår bedömning, en nivå som annars huvudsakligen består av klubbar med passiv hemsida.

Det kan också vara intressant att se hur de som har en hemsida fördelar sig med avseende på IT-nivå. På så sätt får vi en bild av hur aktivt hemsidorna används.

IT-nivån

| IT-nivå | Andel (%) hemsidesanvändare | Andel (%) alla svarande |
|---------|-----------------------------|-------------------------|
| 1 | | 33 |
| 2 | 26 | 20 |
| 3 | 48 | 31 |
| 4 | 16 | 11 |
| 5 | 10 | 6 |

Vi finner alltså att:

Ca 1/4 av hemsidorna är inaktiva (IT-nivå 2)

Ca 1/2 används i begränsad omfattning (IT-nivå 3)

Ca 1/4 används flitigt (IT-nivå 4-5)

Ett annat mått på hur klubben använder IT är att se hur medlemsregistret hanteras. För enkelhets skull använde vi oss av fyra alternativ. Antingen sköter klubben medlemsregistret i Klubben Online, med annat redskap som möjliggör webbaccess, något annat datorbaserat redskap eller via manuell hantering i form av till exempel en pärm.

Hantering av medlemsregister

| Medlemsregisterhantering | Andel (%) |
|--------------------------|-----------|
| Klubben Online | 3 |
| Annat webbaserat | 7 |
| Annat datorregister | 65 |
| I pappersform | 25 |

Om vi rangordnar de olika sätten att hantera medlemsregistret efter hur tekniskt avancerade de är kan vi se om det finns något samband mellan medlemsregisterhanteringen och IT-nivån. Om Klubben Online och annat webbaserat ses som likvärdiga och mest avan-

cerade och pappersform ses som minst avancerat fann vi att medlemsregisterhanteringen korrelerar med IT-nivån för klubbarna. Det vill säga - ju högre IT-nivå desto mer avancerad medlemsregisterhantering. Det är kanske föga förvånande att det är de klubbar som har avancerade hemsidor som också har mest avancerad registerhållning.

Hur påverkar Internet klubbens verksamhet

Vi har hittills bara tittat på *hur* Internet används. *Effekterna* av Internetanvändningen är emellertid också av intresse. I huvudsak har tre områden undersökts: kostnad, tid och gemenskap.

KOSTNAD

Internetanvändningens inverkan på klubbarnas kostnader har i regel varit blygsam. En kvalificerad majoritet anser att kostnadsläget inte förändrats nämnvärt. Drygt en femtedel av dem som använder hemsida och e-post tycker att de har minskat kostnaderna. Det är oftast porto- och telefonkostnader som minskat. I ett fåtal fall rör det sig om större besparingar. För dessa klubbar nämns bland annat minskad tid (för avlönad personal) för administrering av egna lokaler och bokning av banor. Vidare nämns kostnader för kommunikation med utländska klubbar.

Ett fåtal klubbar uppger att Internetanvändningen ökat klubbens kostnader. Det som ökade kostnaderna var betalning för webbhotell och domännamn samt i något enstaka fall kostnaderna för en betalversion av Klubben Online. Kostnadsökningen ansågs inte vara stor. Betalningsviljan för IT verkar dock inte vara hög.

TID

När det gäller tidsåtgången för klubbadministration tycker två tredjedelar att Internetanvändningen påverkats - i någon riktning. Det är emellertid lika vanligt att de tycker att tidsåtgången ökat som att de tycker att den minskat. För de som minskat tidsåtgången nämns faktorer som enklare att nå ut med information, enklare administration av tävlingar och mindre tid till onödiga telefonfrågor.

För dem som upplever ökad tidsåtgång nämns tid för uppdatering av hemsidan eller att framställa och samla in material för publicering på hemsidan. Vissa uppgiftslämnare påpekar

också att tidsåtgången ökat för vissa personer i klubben och minskat för andra.

Det är vidare inte ovanligt att den som är webbansvarig efterlyser mer hjälp med insamlande av material till hemsidan. Ställer man då motfrågan vad han eller hon gjort för att få fler att hjälpa till framkommer det ofta att inga allvarligare försök gjorts. Det är heller inte ovanligt att man mellan raderna kan skönja en viss skepsis från webbmasterens sida till att dela ut publiceringsrättigheter till andra.

GEMENSKAP

Den faktor som flest anser har påverkats positivt är gemenskap. Nästan hälften av klubbarna upplever att bruket av hemsida har ökat gemenskapen inom klubben. Några påpekade att detta även gäller mellan klubbar. Hemsidan bidrar till att fler känner till vad andra sektioner, grupper eller lag i klubben gör. Bilder från matcher, träningar eller resor bidrar till att öka intresset från andra. Forum kan också vara ett sätt att öka gemenskapen i en klubb. Forum är ett slags anslagstavla på hemsidan. Där kan medlemmarna göra inlägg. Vanligtvis fyller forumet en social funktion. Ibland finner man kommentarer om matcher eller andra gemensamma aktiviteter i forumet. Det händer också att diskussionen urartar och att personangrepp förekommer. Sådana är dock sällsynta och förekommer främst i pojklag.

Det har även nämnts att ett forum kan fungera som en kanal för ökad demokrati. I forumet kan åsikter om träningar, tävlingar och övrig verksamhet diskuteras. Att forumet har denna funktion hör emellertid till ovanligheterna.

Nedan visas en tabell över hur kostnad, tidsåtgång och gemenskap uppfattas ha påverkats av Internetanvändningen:

| Påverkan | Kostnad (%) | Tid (%) | Gemenskap (%) |
|------------|-------------|---------|---------------|
| Minskat | 21 | 30 | 1 |
| Oförändrat | 73 | 37 | 49 |
| Ökat | 6 | 33 | 49 |

Det kan vara värt att nämna att uppgiftslämnarens bakgrund påverkar hans eller hennes åsikter. De som har rätt att ändra på sidan anser att tidsåtgången påverkas mer (både positivt och negativt) än de som inte har rätt att ändra på hemsidan. Vidare har de som har rätt att

ändra på sidan en mer positiv bedömning av hur gemenskapen påverkats. Dessa skillnader är statistiskt signifikanta.

Aktivitet och effekt

Vi har tittat på hur Internetanvändningen ser ut generellt i idrottsrörelsen och vi har sett vilka effekter som uppträder, även detta i det generella fallet. Finns det något samband mellan aktivitet och effekt? Upplever de klubbar som bedömts ha högre IT-nivå fler fördelar av Internetanvändningen?

Nedan visas tabeller över hur kostnad, tid och gemenskap påverkats för respektive nivå. Nivåerna fyra och fem är hopslagna.

| IT-nivå 2 (låg IT-nivå) | | | |
|-------------------------|-------------|---------|---------------|
| Påverkan | Kostnad (%) | Tid (%) | Gemenskap (%) |
| Minskat | 13 | 13 | 1 |
| Oförändrat | 80 | 60 | 93 |
| Ökat | 7 | 27 | 7 |

| IT-nivå 3 (medelhög IT-nivå) | | | |
|------------------------------|-------------|---------|---------------|
| Påverkan | Kostnad (%) | Tid (%) | Gemenskap (%) |
| Minskat | 13 | 15 | 3 |
| Oförändrat | 80 | 39 | 49 |
| Ökat | 8 | 46 | 49 |

| IT-nivå 4-5 (hög IT-nivå) | | | |
|---------------------------|-------------|---------|---------------|
| Påverkan | Kostnad (%) | Tid (%) | Gemenskap (%) |
| Minskat | 53 | 78 | 1 |
| Oförändrat | 47 | 11 | 15 |
| Ökat | | 11 | 85 |

Vi ser att klara mönster framträder. Gemenskap har en stark korrelation med IT-nivån; ju högre IT-nivå desto starkare påverkan på gemenskap. Det finns även statistiskt signifikanta samband mellan tid och IT-nivå och kostnad och IT-nivå, även om dessa samband är lite mer komplexa.

Spetsar vi till sambanden lite kan man säga att de som har en inaktiv hemsida (IT-nivå 2) upplever små eller inga effekter på vare sig kostnad, tid eller gemenskap. De som har en sida som hålls någorlunda uppdaterad och har en viss besöksfrekvens (IT-nivå 3) upplever en

viss ökad tidsåtgång men också ökad gemenskap. De som har IT-nivå 4 och 5 upplever inte sällan kostnadsbesparingar, ofta tidsbesparingar och mycket ofta ökad gemenskap.

Detta resultat ligger väl i linje med vad man skulle ha väntat sig. Om en klubb har en inaktiv sida kan den rimligen inte generera många fördelar, men den tar å andra sidan inte mycket resurser i anspråk. De klubbar som uppdaterar sin hemsida någorlunda frekvent, men ännu inte har en riktigt hög besöksfrekvens, upplever en ökad tidsåtgång för att uppdatera hemsidan. Samtidigt behöver de lägga ner arbete på de sedvanliga informationskanalerna. Hemsidan kan dock påverka gemenskapen i klubben positivt.

Det är först när klubben uppdaterar sidan ofta och medlemmarna börjar besöka sidan frekvent som klubbarna upplever nämnvärda positiva effekter på kostnad och tid. De klubbar som har en hög IT-nivå upplever mycket ofta att gemenskapen ökar på grund av Internetanvändningen.

Man kan alltså säga att de som upplever hemsidan som betungande är de klubbar som arbetar lite halvhjärtat med den. Man lägger ner jobb på hemsidan men den leder inte till besparingar vare sig i tid eller pengar.

Kommunikation

Traditionellt har brev, anslagstavla, telefon och möten varit exempel på kommunikationskanaler. I och med IT-utvecklingen har hemsida och e-post dykt upp som nya möjligheter. Vid en analys av hur idrottsklubbarna använder dessa nya kanaler bör de ses mot bakgrund av vilka andra kanaler de använder.

I det här avsnittet ger vi en bild av vilka kanaler klubbarna anser vara viktigast. Vi ser också på vilka kommunikationskanaler SF:en använder. Slutligen granskar vi hur och i vilken omfattning Internet påverkat klubbarnas val av kommunikationskanaler.

Hur kommunicerar klubbarna

Vi har tidigare nämnt att 65 procent av klubbarna har en hemsida. Vi har vidare konstaterat att en fjärdedel av dessa är mer eller mindre inaktiva. Men för hur många klubbar är hemsidan en viktig informationskanal?

Det är vanligt att klubbarna använder olika kanaler beroende på vilken grupp de riktar sig till. Vi har valt att dela in kommunikationen i tre kategorier: mot medlemmar, mot ledare och mot förbund. Med ledare menar vi tränare, aktiva styrelsemedlemmar eller andra ideellt arbetande i klubben. Förbunden avser aktuellt SDF, SF och RF. Intensiteten i kommunikationen och även valet av kanaler kan skilja sig åt för de olika förbunds nivåerna. De flesta klubbar kan ge ett svar, oftast avseende de närmaste nivåerna SDF och SF. Kontakten med RF är vanligen inte särskilt intensiv.

Nedan finns en tabell där vi visar andelen idrottsklubbar som anser att respektive kanal är viktig i kommunikationen med medlemmar, ledare och förbund.

Det var tillåtet att nämna flera kanaler, varför totalsiffran överstiger 100 %. I snitt nämndes 2,4 viktiga kanaler för informations-spridning till medlemmarna och 1,7 till ledare respektive till förbund.

| Kommunikationsvägar | Medlemmar (%) | Ledare (%) | Förbund (%) |
|---|---------------|------------|-------------|
| Personliga möten/träningar | 38 | 67 | 12 |
| Brev | 41 | 10 | 48 |
| Hemsida | 38 | 7 | 10 |
| Flygblad | 21 | 7 | 0 |
| E-post | 28 | 33 | 51 |
| Anslagstavla | 25 | 0 | 0 |
| Telefon | 20 | 51 | 46 |
| Annonser | 10 | 0 | 0 |
| Klubbtidning | 13 | 0 | 0 |
| SMS | 2 | 0 | 0 |
| Fax | 0 | 0 | 3 |
| Chat | 0 | 0 | 0 |
| (De tre högsta värdena har markerats i varje kolumn.) | | | |

Eftersom 65 procent av klubbarna har en hemsida betyder siffran i tabellen ovan att endast hälften av de klubbar som har en hemsida tycker att hemsidan är en viktig kanal för information till medlemmarna. Många klubbar påpekade att det var svårt att veta hur

många som egentligen läste nyheter på hemsidan. Därför såg klubbarna ibland de klassiska kanalerna såsom brev, träningar och medlemsblad som de viktigaste kanalerna; hemsidan blev ett komplement.

Hemsidan är dock en av de mest nämnda kanalerna och för många klubbar utgör hemsidan den viktigaste informationskanalen mot medlemmarna. Detta gäller i synnerhet klubbar med hög IT-nivå. Klubbar med låg IT-nivå använder främst det personliga mötet och telefon för informations-spridning till medlemmarna.

I kommunikationen med ledare och förbund fyller klubbarnas hemsida en mindre roll. Där är e-post den viktigaste Internetkanalen.

Hur kommunicerar förbunden

I den enkät som skickades ut till SF:en bad vi dem betygsätta olika kommunikationskanaler efter hur viktiga de var för dem. Frågan löd:

”Hur viktiga är följande kanaler för er kommunikation med RF, SDF och klubbar (1-5 där 1 är mycket oviktigt och 5 är mycket viktigt)”

Nedan visas en sammanställning av svaren.

| Kanal | Vikt (medel) |
|-------------------------|--------------|
| Hemsida | 4,5 |
| E-post | 4,4 |
| Telefon | 4,0 |
| Personliga möten | 3,8 |
| Brev | 3,8 |
| Förbundstidning | 3,5 |
| Fax | 2,5 |
| SMS | 1,5 |
| ICQ eller msn messenger | 1,2 |

Det är intressant att förbunden anser att hemsidan är deras viktigaste kommunikationskanal. När vi frågade klubbarna hur de kommunicerade med förbunden nämnde de inte hemsidan särskilt ofta. Det är viktigt att påpeka att frågan till SF:en rörde kommunikationen med fler intressenter än bara klubbarna. Vår

känsla är dock att förbunden anser att hemsidan är synnerligen viktig i kommunikationen med klubbarna.

Varför nämner inte klubbarna denna kanal som viktig i kommunikationen med förbunden? Det finns förmodligen många förklaringar till varför de två parterna har olika uppfattning om hur kommunikationen vanligtvis går till.

Under intervjuernas gång var det många klubbar som framhöll att de inte hade någon vidare frekvent kontakt med förbunden och sade att det ibland kom ett brev eller ett e-postmeddelande. Hemsidan kräver ju att klubbarna självmant söker upp information. Man skulle kunna tänka sig att de som är mest aktiva i kommunikationen med förbunden använder hemsidan och att det därför blir en viktig kanal i förbundens ögon.

Vidare kan det vara så att klubbarna underskattar kanalen. De kanske i själva verket får en hel del information från hemsidan men anser inte att ett besök på hemsidan är kommunikation utan endast informationssökning.

Å andra sidan kan det vara så att förbunden överskattar genomslaget av sina hemsidor. Klubbansvariga framhöll ofta att det är svårt att veta hur många de egentligen når med hemsidan. Förbunden kan ha samma problem. Det är rimligt att tänka sig att förbunden har tillgång till bättre besöksstatistik än de flesta klubbar, men om de har tillgång till statistik behöver de också lägga ned tid för att analysera den. Det är rimligen svårare att analysera statistiken från förbundens sidor då det finns fler grupper av intressenter. Inte minst kan allmänhetens besök vara svåra att skilja från medlemsklubbarnas.

Det är också få förbund som har tagit fram en IT-policy, varför det finns anledning att tro att hemsidesstatistiken inte heller får någon vidare uppmärksamhet. De förbund som har tagit fram en IT-policy värderar hemsidan som något mindre viktig (fast fortfarande mycket viktig). E-post intar tätplatsen för dessa förbund.

Den höga vikt som hemsida fått i SF-enkäten kan eventuellt också förklaras med att höga värden på hemsida och även e-post var socialt åtråvärda resultat med tanke på att det var en enkät om IT-användning.

När det gäller övriga kommunikationskanaler verkar förbund och klubbar vara mer över-

ens; e-post, telefon och brev verkar vara viktiga kanaler i kommunikationen mellan klubb och förbund. När det gäller hemsidan kan detta resultat ses som en signal om att den kan ha överskattad genomslagskraft i dagsläget. Bättre träffstatistik och uppföljning skulle kunna ge säkrare svar på vilket genomslag hemsidan har.

Kommunikation före och efter IT-vågen

På ett decennium har hemsidan gått från att vara ett i princip okänt medium till att bli ett av de mest frekvent använda för idrottsklubbarna. För tio år sedan (1994) gjordes en stor postal enkätundersökning i idrottsrörelsen. Bland annat frågade man hur klubbarna i huvudsak informerade sina medlemmar. Vid detta tillfälle fanns inte hemsida med bland de alternativ som föreslogs; webben var då bara i sin linda. Det gavs möjlighet att fylla i egna alternativ och eftersom hemsida ändå inte nämndes är det rimligt att anta att den inte användes i någon större utsträckning för tio år sedan.

När frågan ställs tio år senare är hemsida och e-post självklara som alternativ. Det vore inte metodmässigt helt korrekt att jämföra 1994 års studie med denna undersökning eftersom vi här använt oss av telefonintervjuer. I vår studie gavs inga alternativ utan uppgiftslämnaren fick själv nämna de viktigaste kanalerna. I den postala enkäten har uppgiftslämnaren fått ett antal alternativ att välja emellan. Vidare har vi definierat de olika kanalerna lite annorlunda. Det vi kallar det personliga mötet innefattade både formell mötesverksamhet och information i samband med träning/tävling medan det närmast motsvarande i den postala enkäten kallades "Mötesverksamhet", vilket leder tanken till formell mötesverksamhet. Det finns andra nyansskillnader. Till exempel avser "flygblad" i den postala enkäten flygblad utdelade direkt till hushållen medan vi med flygblad avser all icke portobelagd papperskommunikation i lösbladsform. Till exempel räknar vi skriftliga meddelanden som delas ut vid träningar som flygblad. Det kan även vara värt att nämna att vi hade en mycket hög svarsfrekvens, varför även mindre aktiva klubbar har besvarat enkäten. I de postala enkäterna hade man en svarsfrekvens på 58 procent.

I en ännu icke publicerad undersökning

ställs en huvudsakligen jämförbar fråga via postal enkät. Det är utifrån dessa två undersökningar möjligt att få en fingervisning om vad som förändrats de senaste tio åren i klubbarnas sätt att informera medlemmarna.

Om hemsida och e-post gått från att vara okända till att vara frekvent använda medium bland idrottsklubbarna, har då några andra kanaler blivit mindre viktiga? I tabellen nedan visas resultaten för de olika undersökningarna.

| Kommunikationsvägar | Medlemmar (%) undersökning (Ej publicerad) | Medlemmar (%) tidigare undersökning 1994 |
|-------------------------|--|--|
| Mötesverksamhet | 41 | 47 |
| Brev/medlemsblad | 35 | 43 |
| Hemsida | 48 | Ingick ej |
| Flygblad (till hushåll) | 10 | 11 |
| E-post | 23 | Ingick ej |
| Anslagstavla | 36 | 38 |
| Telefon | Ingick ej | Ingick ej |
| Annons | 13 | 13 |
| Klubbtidning | 16 | 20 |
| SMS | Ingick ej | Ingick ej |
| Fax till medlemmar | Ingick ej | Ingick ej |
| Chat | Ingick ej | Ingick ej |

Även i de postala enkäterna fick flera kanaler väljas. Totalt valdes 2,2 kanaler i den senare postala enkäten mot 1,7 i enkätundersökningen för tio år sedan. Det vill säga att man numer använder fler kanaler. Att döma av siffrorna har de nya medierna inte fullt ut ersatt andra medier, utan de har blivit ett komplement.

Vi ser att hemsida har intagit tätplassen och att e-post också används i påtaglig omfattning. Samtidigt har alla andra kanaler blivit mindre viktiga, förutom annons som är oförändrad. Det rör sig emellertid inte om några drastiska minskningar. De största förändringarna är klubbtidning som minskat med 20 procent (4 procentenheter) brev som minskat med 19 procent (8 procentenheter) och det personliga mötet som minskat med 13 procent (6 procentenheter).

En hemsida kan fylla många funktioner som klubbtidningen tidigare haft. Vidare kan man

tänka sig att e-post skulle kunna ersätta vanlig post i viss utsträckning. Det är inte omöjligt att det är just därför som klubbtidning och brev minskat mest.

Mötesverksamhet verkar också ha minskat. En förklaring skulle kunna vara att de nya kanalerna bidragit till att människor träffas mindre i idrottssammanhang. Vi får dock vara medvetna om att formuleringen i enkäten var "Mötesverksamhet", vilket leder tanken till formella regelbundna möten med dagordning. Det är alltså inte säkert att det personliga mötet blivit mindre vanligt, bara att formella möten inte hålls lika frekvent.

Under intervjuerna framkom, som tidigare nämnts, att många klubbar upplever att hemsidan bidragit till ökad gemenskap och det var bara något enstaka fall där uppgiftslämnaren ansåg motsatsen. Det fanns emellertid några uppgiftslämnare som ansåg att gemenskapen påverkats både positivt och negativt. När det gällde den negativa delen påpekade uppgiftslämnarna att just det personliga mötet blivit mindre viktigt. I något fall hade man upptäckt att de traditionella regelbundna informationsmötena hade färre deltagare och kopplade detta till att informationen fanns på hemsidan. Det är värt att understryka att dessa kommentarer endast kom från ett fåtal intervjupersoner.

Det kan vara så att Internet i någon mån minskat vikten av det personliga mötet som informationskanal. Det kan emellertid finnas andra förklaringar till att "Mötesverksamhet" minskat i omfattning.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att såväl hemsidor som e-post etablerat sig som betydelsefulla kommunikationskanaler under de senaste tio åren, men att de i stor utsträckning är tillägg till den tidigare kommunikationsportföljen snarare än att rent ersätta befintliga kanaler.

Faktorer som påverkar Internet-användningen

Vi har nu givit en bild av i vilken utsträckning hemsidor och e-post används av idrottsklubbar. Vi har sett på vilka effekter Internetanvändningen får och hur andra kommunikationskanaler påverkats av att Internet börjat användas. Hittills har vi försökt att hålla oss på en så generell nivå som möjligt. Det är dock viktigt

att förstå att idrottsklubbar skiljer sig mycket åt beroende på hur många medlemmar de har, vilken typ av idrott de sysslar med och var de är verksamma.

Vi kommer därför att försöka nyansera bilden genom att studera hur olika parametrar, så som storlek, geografiskt läge och idrott, påverkar Internetanvändning och kommunikationsmönster.

I första hand har vi gjort statistiska korrelationstest mellan ovan nämnda parametrar och olika mått, så som IT-nivå och kommunikationsmönster. Till exempel har vi undersökt om stora och små klubbar använder olika kommunikationskanaler, om de har olika IT-nivå och så vidare.

Storlek

Det är rimligt att tänka sig att större klubbar har mer resurser för IT och därmed högre IT-nivå. Vi har inte undersökt hur det förhåller sig med IT-resurser, men vår studie visar klart att större klubbar har högre IT-nivå. De klubbar som har 100 medlemmar eller mer har i snitt en IT-nivå på 2,9, medan de som har under 100 medlemmar har en IT-nivå på i snitt 1,9. Bland klubbarna med 100 medlemmar eller fler hade 83 procent en hemsida medan motsvarande siffra för de mindre klubbarna är 49 procent. Skillnaden i IT-nivå är signifikanta och förblir signifikanta även om vi bara jämför dem som har en hemsida. Det vill säga att det är inte bara så att de större klubbarna har hemsida i större utsträckning, de har också mer avancerade sidor och uppdaterar dem oftare.

Klubbarnas omsättning varierar mycket och beror på många faktorer. Det råder emellertid inget tvivel om att antalet medlemmar påverkar omsättningen kraftigt; ju större klubb desto högre omsättning.

Klubbens storlek påverkar med andra ord IT-nivån på två sätt. Dels genom att klubbens storlek (antal medlemmar) påverkar vilka resurser klubben har, dels genom att klubbens storlek styr behovet av samordning och kommunikationskanaler.

Sättet att kommunicera med medlemmarna varierar också med storleken på klubben. Det är främst fyra kanaler som skiljer sig åt: hemsida, klubbtidning, det personliga mötet och telefon. Skillnaderna är signifikanta i samtliga fall förutom rörande det personliga mötet, då

signifikansen ligger strax utanför den brukliga femprocentnivån.

| Kommunikationsvägar mot medlemmarna | <99 medlemmar (%) | >=100 medlemmar (%) |
|-------------------------------------|-------------------|---------------------|
| Personliga möten/träningar | 49 | 30 |
| Hemsida | 17 | 48 |
| Telefon | 32 | 4 |
| Klubbtidning | 4 | 20 |

Det känns naturligt att små klubbar kan använda telefonen för att sprida information. Telefonen blir dock allt för tidskrävande för större klubbar. Medianen för antalet medlemmar bland de klubbar som anser att telefonen är en viktig kanal för informationsspridning till medlemmarna är 28 vilket kan jämföras med 100 för hela stickprovet. Detta bekräftar att telefonen är en informationskanal mot medlemmarna främst bland små klubbar.

För de större klubbarna blir informations-spridningen mindre personlig. Klubbtidning och hemsida är båda exempel på kanaler som riktar sig till många mottagare. Under intervjuerna framhölls vid ett antal tillfällen att hemsidan hade bidragit till att ledare och anställd personal inte behövde svara på lika många telefonfrågor, vilket ansågs vara positivt.

De större klubbarna har både större behov av och mer pengar till att anställa personal. När det gäller andelen klubbar som har anställd personal kan det vara värt att lägga in en brasklapp. Det är inte otänkbart att de är något överrepresenterade i vårt stickprov, då det är lättare att få tag på klubbar med ett kansli. Vi har i och för sig utfört många av intervjuerna kvällstid, men det kan ändå vara så att de som har anställd personal har bättre underhållna adressuppgifter i Förbundet Online, varifrån vi hämtade kontaktuppgifterna.

Totalt i hela urvalet hade 35 procent av klubbarna anställd personal. För dem med 100 aktiva medlemmar eller mer var denna siffra 61 procent och för de med under 100 medlemmar var den 11 procent. Denna skillnad är statistiskt signifikant. De anställda har ofta lönebidrag eller annat offentligt stöd.

De som har anställd personal har generellt högre IT-nivå. Detta beror dock på att det i första hand är större klubbar som har anställd personal. Om vi avgränsar oss och bara tittar på den större hälften av klubbarna ser vi att de klubbar som har anställd personal har lägre IT-nivå än de som drivs med bara ideellt arbete (3,1 mot 2,8). Denna skillnad är dock inte statistiskt signifikant. Det finns med andra ord inget stöd för att avlönad personal i sig bidrar till högre IT-nivå.

I takt med att en klubb växer blir det krångligare att sköta medlemsregistret manuellt. Vi ser tydligt att det är bland de mindre klubbarna som manuella register är vanligast.

| Hantering av medlemsregister | | |
|------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| Medlemsregisterhantering | Andel (%) upp till 99 medlemmar | Andel (%) 100 medlemmar eller mer |
| Klubben Online | 4 | 2 |
| Annat webbaserat | 4 | 7 |
| Annat datorregister | 54 | 78 |
| Pärm | 37 | 13 |

Dessa skillnader är statistiskt signifikanta.

Det känns naturligt att stora klubbar behöver datorisera medlemsregistret. Vi ser dock att det finns en andel, om än liten, bland klubbarna med över 100 medlemmar som har sitt medlemsregister i pappersform. Den största klubben i urvalet som uppgav att de hade medlemsregistret i pappersform hade 400 medlemmar.

Geografiskt läge

Vi kan se en del skillnader mellan stadsklubbar och landsbygdsklubbar. Förutsättningarna skiljer sig en del mellan stad och landsbygd. Stadsklubbarna är i snitt dubbelt så stora som landsbygdsklubbarna. Det genomsnittliga medlemsantalet är 310 för stad och 154 för landsbygd. Denna skillnad är dock inte statistiskt signifikant. Den stora skillnaden i antal medlemmar kan till viss del förklaras med att det finns betydligt fler riktigt stora klubbar i städerna än på landsbygden. Bland klubbarna med 100 medlemmar eller mer finns signifikanta skillnader mellan stad och landsbygd.

Det finns alltså vissa indikationer på att klubbarna på landsbygden är mindre än stadsklubbarna. Det är därför viktigt att vara vaksam så att de skillnader som vi upptäcker inte egentligen är skillnader som härrör till storleksskillnader. I vissa fall ser vi helt andra samband än sådana som rimligen skulle kunna hänga samman med storlek och då riskerar vi inte att göra felaktiga tillskrivningar. Men när vi hittar samband som liknar dem vi upptäckte mellan stora och små klubbar bör vi vara vaksamma.

Vi ser till exempel att klubbar på landsbygden har lägre IT-nivå än stadsklubbarna (2,85 mot 2,04 vilket är en statistiskt signifikant skillnad). Då vi tidigare konstaterat att små klubbar ofta har lägre IT-nivå än stora klubbar kan skillnaden här vara en följd av att landsbygdsklubbarna i snitt är mindre.

Om vi delar in klubbarna efter storlek och geografiskt läge får vi följande tabell.

| Grupp | Medelvärde IT-nivå |
|---|--------------------|
| Stadsklubbar med 100 medlemmar eller mer | 3,3 |
| Landsbygdsklubbar med 100 medlemmar eller mer | 2,6 |
| Stadsklubbar med mindre än 100 medlemmar | 2,3 |
| Landsbygdsklubbar med mindre än 100 medlemmar | 1,6 |

Det verkar alltså som om storlek och geografiskt läge var för sig påverkar IT-nivån.

Stadsklubbarna har hemsida i 78 procent av fallen medan landsbygdsklubbarna har det i 55 procent av fallen. Skillnaden är statistiskt signifikant. Skillnaden i IT-nivå kvarstår även om vi bara tittar på dem som har en hemsida. Skillnaden hamnar dock precis utanför gränsen för statistisk signifikans.

Det är inte helt klart varför IT-nivån är lägre för landsbygdsklubbarna än för stadsklubbarna. Det kan bero på att tillgången till bredband är mindre på landsbygden eller på att behovet av IT-baserad kommunikation är mindre där. Det kan också vara en effekt av att utbildningsnivån eller åldern skiljer sig åt mellan stad och landsbygd. Vi ställde inga frågor kring utbildningsnivå, men vi frågade om ålder.

Uppgiftslämnarna, som oftast var medlem-

mar av klubbens styrelse, var i snitt 42 år gamla i stadsklubbarna och 50 år i landsbygdsklubbarna. Skillnaden är statistiskt signifikant. Generellt brukar äldre personer använda Internet i mindre omfattning än yngre personer (Statistiska centralbyrån, Privatpersoners användning av datorer och Internet 2003). Det finns emellertid ingen korrelation mellan ålder på uppgiftslämnaren och IT-nivån för urvalet som helhet, varför andra förklaringsmodeller behövs.

När det gäller kommunikationsvägar ser vi främst två skillnader mellan stads- och landsbygdsklubbar. Landsbygdsklubbar använder annons och flygblad i högre utsträckning än stadsklubbarna. Skillnaderna i tabellen nedan är statistiskt signifikanta.

| Kommunikationsväg (mot medlemmarna) | Stadsklubbar (%) | Landsbygds klubbar (%) |
|--|---------------------|---------------------------|
| Annons | 3 | 18 |
| Flygblad | 13 | 33 |

Under intervjuernas gång framkom det att många klubbar på landsbygden hade så kort väg mellan medlemmarnas hus att det gick bra att leverera flygbladen utan inblandning från posten. Vidare har klubbar på små orter i större utsträckning möjlighet att annonsera gratis i den lokala tidningen/informationsbladet. Det kan göra att en hemsida ter sig mindre intressant för en landsbygdsklubb än för en stadsklubb.

Idrott

Utifrån intervjumaterialet är det svårt att dra några slutsatser om skillnader mellan olika idrotter. Det finns 67 SF representerade i RF. Vi avgränsade oss inte till några speciella förbund, utan valde klubbar att intervjua slumpmässigt ur den totala mängden klubbar i Förbundet Online. Detta gör att det inte finns tillräckligt stort antal klubbar per SF för att kunna göra statistiska jämförelser mellan idrotterna.

Det är möjligt att IT-vanan skiljer sig mellan utövare och ledare i olika förbund. Från ett par orienteringsklubbar framhölls att t ex orienterare ofta har stor IT-vana. Utifrån vårt stickprov är det dock omöjligt att testa den hypotesen.

Det går emellertid att jämföra olika förbund med hjälp av Förbundet Online. Det går

också att jämföra andelen aktiverade Klubben Online-sajter per förbund. När det gäller Förbundet Online har vi dock redan konstaterat att andelen registrerade hemsidor och e-postadresser säger mer om registreringsdisciplinen än om den egentliga andelen hemsidor och e-postadresser.

Generellt har vi sett att cirka 65 procent av klubbarna har en hemsida, men i Förbundet Online har endast 29 procent registrerat en sådan. Sålunda vet vi att mindre än hälften av klubbarna med hemsida har registrerat adressen i Förbundet Online. För enskilda förbund kan dock andelen hemsidor avvika från de 65 procent som gäller generellt. Därför är det svårt att dra några slutsatser om registreringsdisciplinen utifrån andelen registrerade hemsidor i Förbundet Online. En låg andel klubbar som registrerat hemsida i Förbundet Online kan betyda antingen att få klubbar har en hemsida eller att de inte registrerar sina hemsidor.

Siffrorna kan dock vara av intresse för förbunden då de i vissa fall kan ha egna mått på hur många klubbar som har hemsida respektive e-post utifrån andra register, som de själva håller.

På nästa sida visas de tio förbund som har högst andel av e-postregistrering respektive hemsidesregistrering. De fullständiga listorna återfinns i bilaga 2. Där återfinns dessutom listor över andelen Klubben Online-aktiveringar per SF och DF. Dessa listor är framtagna i mars 2004.

| Förbund | Antal e-postadresser registrerade | Antal klubbar | Andel klubbar med e-post i procent |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---------------|-------------------------------------|
| Svenska Cykelförbundet | 245 | 247 | 99 |
| Svenska Rugbyförbundet | 39 | 48 | 81 |
| Svenska Volleybollförbundet | 189 | 239 | 79 |
| Svenska Konståkningsförbundet | 90 | 122 | 74 |
| Svenska Orienteringsförbundet | 455 | 660 | 69 |
| Svenska Frisbeeförbundet | 35 | 51 | 69 |
| Svenska Sportdykarförbundet | 151 | 231 | 65 |
| Svenska Seglarförbundet | 281 | 431 | 65 |
| Svenska Danssportförbundet | 95 | 152 | 62 |
| Svenska Handbollförbundet | 349 | 570 | 61 |
| | | | |
| Förbund | Antal hemsidor registrerade | Antal klubbar | Andel klubbar med hemsida i procent |
| Svenska Volleybollförbundet | 226 | 239 | 95 |
| Svenska Rugbyförbundet | 36 | 48 | 75 |
| Svenska Orienteringsförbundet | 484 | 660 | 73 |
| Svenska Konståkningsförbundet | 78 | 122 | 64 |
| Svenska Innebandyförbundet | 827 | 1294 | 64 |
| Svenska Danssportförbundet | 95 | 152 | 63 |
| Svenska Cykelförbundet | 143 | 247 | 58 |
| Svenska Handbollförbundet | 327 | 570 | 57 |
| Svenska Frisbeeförbundet | 29 | 51 | 57 |
| Svenska Motorcykel & Skoterförbundet | 297 | 609 | 49 |

Åtta förbund är med i tio i topp när det gäller både hemsides- och e-postregistrering. Även för övriga placeringar finns ett samband mellan dessa registerposter. Förbund som har höga värden avseende e-postregistrering har vanligtvis det när det gäller hemsidesregistrering också. Det kan vara bra att lägga in en brasklapp när det gäller de statistiska testen avseende andel registreringar av hemsida, e-post och Klubben Online. Dessa test är utförda på listor som är några månader gamla. Det finns emellertid ingen anledning att tro att sambanden skulle påverkats nämnvärt under denna tid.

Förbund i och utanför Svenskidrott Online

De förbund som är anslutna till Svenskidrott Online är generellt något bättre på att registrera hemsidor och e-postadresser. Förbunden som är anslutna har drygt 50 procent större andel registreringar avseende både e-post och hemsida.

Skillnaden mellan förbund som är anslutna till Svenskidrott Online och dem som inte är det blir än mer påtaglig när det gäller andelen aktiverade Klubben Online-sajter. De förbund som är anslutna har i snitt mer än tre gånger så hög anslutningsgrad.

Nedan följer en tio-i-topp-lista över andelen klubbar som aktiverat sin Klubben Online per förbund.

| Förbund | Antal aktiverade Klubben Online | Antal klubbar | Andel i procent |
|-------------------------------|---------------------------------|---------------|-----------------|
| Svenska Orienteringsförbundet | 548 | 660 | 83 |
| Svenska Baseboll & SBF | 19 | 50 | 38 |
| Svenska Volleybollförbundet | 88 | 239 | 37 |
| Svenska Handbollförbundet | 208 | 570 | 36 |
| Svenska Rugbyförbundet | 17 | 48 | 35 |
| Svenska Cykelförbundet | 83 | 247 | 34 |
| Svenska Fotbollförbundet | 1079 | 3301 | 33 |
| Svenska Kanotförbundet | 38 | 126 | 30 |
| Svenska Bowlingförbundet | 238 | 934 | 25 |
| Svenska Konståkningsförbundet | 29 | 122 | 24 |

Av förbunden i tabellen ovan är det bara Svenska Konståkningsförbundet som inte är anslutet till Svenskidrott Online. Enligt denna sammanställning använder i genomsnitt 18 procent av klubbarna i Riksidrottsförbundet Klubben Online. I vårt stickprov var siffran något lägre men vi återkommer till denna skillnad i avsnittet om Klubben Online.

När det gäller andelen klubbar som aktiverat sin Klubben Online-sajt varierar denna mellan 83 procent för Orientering och 1,5 procent för Skolidrottsförbundet. För e-post- och hemsidesregistreringen varierar siffrorna mellan 2 procent och närmare 100 procent. Det är alltså stor skillnad mellan förbunden.

Skillnaden kan delvis bero på att förbunden har olika behov; de skiljer sig till exempel avsevärt i storlek. Det minsta förbundet, sett till antalet klubbar, är Landhockey som har 17 klubbar medan Fotboll, som är störst, har över 3 000 klubbar. En klar statistiskt signifikant korrelation visar att ju större förbund desto troligare att de är anslutna till Svensk-idrott Online.

Vidare kan skillnaden mellan förbunden bero på typen av idrott. Kännetecknande för Orienteringsförbundet är att en stor andel klubbar själva anordnar tävlingar, vilket innebär en hel del klubbadministration. Orientering har i samarbete med n3sport utvecklat speciella administrativa verktyg för att sköta just tävlingsanmälan, verktyg som blivit helt dominerande vid anmälningsadministration. Detta framhålls av förbundet som en bidragande

orsak till deras höga andel aktiverade Klubben Online-sajter. Fallet orientering presenteras närmre på sid 14.

Det var inte helt oväntat att förbund som är anslutna till Svenskidrott Online har fler Klubben Online-användare och högre registreringsgrad i Förbundet Online. Det är heller inte otänkbart att de anslutna förbunden generellt skulle vara mer IT-aktiva. Ett intressant resultat som talar emot detta är att det är fler ickeanslutna än anslutna förbund som har tagit fram en IT-policy. Att förbundet har en IT-policy medför dock inte att förbundet är mer IT-aktivt, bara att de förmodligen tänkt till om hur de ska arbeta med IT. För att bättre kunna bedöma skillnaderna mellan olika förbund krävs vidare studier.

Övriga mönster

I föreningsstudien 1994 konstaterades att ett tvärsnitt av den svenska idrottsrörelsen innefattar bland annat skolidrottsföreningar, fritidsföreningar, tävlingsallianser och byalag. I den studien valde man att skilja dessa i grupp från så kallade "Bra IF", som skulle ligga närmare vad som "traditionellt kännetecknar idealet för en bra idrottsförening". I mycket av analysen skiljer man på "Bra IF" och de övriga, kallade "IF Svensson".

Även vi upptäckte snabbt att det finns olika typer av föreningar i idrottsrörelsen - föreningstyper med olika karakteristika och olika sätt att verka och kommunicera. Ovan har vi beskrivit hur klubbarna skiljer sig mellan stad

och landsbygd, stora och små klubbar och hur olika idrotter och förbund skiljer sig åt. Nedan ger vi en kort beskrivning av fyra typer av klubbar som vi tyckte oss urskilja.

Gemenskapsklubben

Gemenskapsklubben utmärks av att samvaron står i centrum. Klubben återfinns ofta på landsbygden. Stora delar av befolkningen på den lilla orten är medlemmar i föreningen men det är långtifrån alla som aktivt deltar i den löpande verksamheten. Däremot brukar det hållas några årliga evenemang med stor uppslutning. Ofta är klubben medlem i flera förbund, men har aktiv verksamhet bara inom en eller ett par idrotter.

I staden är gemenskapsklubben ofta knuten till ett förbund och då ofta ett av de mindre. Utmärkande är att det finns stora inslag av samvaro, till exempel resor och fester. Idrotten är ett sammanhållande kitt: en förevändning för att umgås.

På landsbygden brukar gemenskapsklubben vara ganska inaktiv vad gäller Internetanvändning. Den klarar kommunikationen utmärkt med flygblad och anslagstavla. Kommunikationen externt är ofta sparsam både mot förbund och andra klubbar.

I städerna använder gemenskapsklubben Internet ganska flitigt. Den har ofta kontakt med andra klubbar. Inte sällan har den kontakt även med utländska klubbar. Internet blir då en förträfflig kanal för att hålla kontakten.

Den tävlande klubben

Den tävlande klubben utmärks av att idrotten och tävlandet står i centrum. För den tävlande klubben är resultat viktigt. Klubben har ofta omfattande ungdomsverksamhet och det är viktigt för den att få fram duktiga idrottsmän och -kvinnor. Klubben konkurrerar ibland med annan idrott eller andra aktiviteter. Det kan då bli ett tydligt "Push-förhållande" när det gäller informationsspridning. Det vill säga att det är klubben som vill nå ut med information och inte alltid medlemmarna som efterfrågar den. I dessa fall är det svårt att göra hemsidan till ett primärt medium, eftersom den förutsätter att medlemmarna aktivt söker upp informationen.

Det finns emellertid många tävlande klubbar som använder en hemsida aktivt, i synnerhet om klubben är tillräckligt framgångsrik

för att ha en supporterskara. De tävlande klubbarna kan vara stora och det är inte ovanligt att det finns många lag eller grupper i klubben. Ibland finns många sektioner representerade i klubben. Det är inte ovanligt att IT-nivån varierar mellan olika undergrupper, lag och/eller sektioner i klubben.

Den kommersiella klubben

Den kommersiella klubben utmärks av att det i anslutning till klubben finns en kommersiell verksamhet. Det kan vara dykklubben som har ett dykcenter för turister eller en klubb med en värdefull anläggning, som hyrs ut. Dessa klubbar har ofta ganska hög IT-nivå. De upplever också ofta att IT underlättar deras verksamhet. Hemsidan har vanligen en tydlig marknadsförande funktion.

Den personlighetsutvecklande klubben

När syftet med idrotten i första hand blir personlig utveckling snarare än tävling talar vi om den personlighetsutvecklande klubben. Här finns ofta idrotter som bågskytte, dans, klättring och idrotter i budoförbundet. För den personlighetsutvecklande klubben fungerar hemsidan ofta bra som informationskanal. De som är intresserade inhämtar aktivt information och klubben har inte samma intresse av att få med motsträviga individer som till exempel den tävlande klubben kan ha.

Klubben Online

Totalt 25 klubbar av de 110 kodade för statistisk analys använder Klubben Online. Det är här viktigt att betona att 15 av dem var kontaktade just på grund av att de använde Klubben Online flitigt. Det vore alltså oriktigt att anta att 23 procent av klubbarna (25/110) använder Klubben Online. Bland de slumpmässigt valda klubbarna uppgav 13 procent att de använder Klubben Online.

Ser vi till de uppskattningar vi gjort med hjälp av n3sports register är andelen klubbar som använder Klubben Online 18 procent. Dessa siffror är dock framtagna i mars 2004. Ser vi till motsvarande siffror framtagna i början av november 2003 är siffran 15 procent. Det innebär att det ska ha tillkommit ca 600 aktiverade Klubben Online-sajter under denna tid, vilket ligger väl i linje med ökningstakten från föregående år.

Det finns många klubbar som har en hemsida eller e-postadress utan att registrera detta i Förbundet Online. När det gäller Klubben Online-aktiveringar är det en annan sak. De klubbar som aktiverar sin Klubben Online kommer automatiskt att registreras i n3sports register. Det är också därifrån vi hämtar våra uppgifter, varför det finns anledning att tro att de siffror som rör andelen Klubben Online-aktiveringar i hög utsträckning överensstämmer med verkligheten. De felkällor som kan finnas är att vissa klubbar av en eller annan anledning dubbelregistreras, kanske på grund av att de testat betalversioner av Klubben Online och sedan gått tillbaka till basversionen eller att de av någon anledning ändrat sin URL (webbadress).

Anledningen till att andelen i vårt stickprov skiljer sig från andelen i registren från samma period kan vara ett utfall av slumpen men det kan också vara så att uppgiftslämnaren inte var medveten om att klubben aktiverat sin Klubben Online-sajt. Det är enkelt att aktivera sajten och det kostar ingenting att hålla den öppen. Det innebär att oanvända sajter sällan stängs. Det är alltså tänkbart att någon person i klubben aktiverat föreningens Klubben Online-sajt, men att den aldrig kommit i bruk och att övriga medlemmar inte känner till att den är aktiverad.

Användare och användning

Klubben Online består som sagt av en administrativ del och ett hemsidesverktyg. Den generella uppfattningen tycks vara att Klubben Online i första hand är ett hemsidesverktyg. Visst finns det många som använder Klubben Online som sin hemsida. De flesta av dem som aktiverat sin Klubben Online-sajt har dock en annan hemsida också. I 75 procent av fallen hade Klubben Online-användarna även en annan hemsida. Denna siffra är inte orimlig, men ska tas med en nypa salt då den baseras på ett fåtal klubbars uppgifter.

När det fanns en annan hemsida förutom Klubben Online-sajten var det i princip utslutande den andra sidan som var den primära hemsidan. I vissa fall hade Klubben Online-sajten aktiverats men användes inte. I andra fall användes Klubben Online för sina adminis-

trativa verktyg, till exempel medlemsregisterhantering. I åter andra fall användes Klubben Online för ungdomslaget.

Det är långt ifrån alla aktiverade Klubben Online-sajter som kan sägas vara aktiva. Utifrån n3sports loggar över Klubben Online-sajterna kan man se att 40 procent av sajterna har mer än 500 sidvisningar totalt sedan de öppnades. En sidvisning innebär att en person laddar ner en sida på sajten till sin webbläsare. Ett besök på en sajt kan naturligtvis variera från en sidvisning till i stort sett hur många som helst. En rimlig uppskattning är att ett besök på en Klubben Online-sajt i genomsnitt innefattar fyra sidvisningar. Det innebär att en sajt med 500 sidvisningar har haft ca 125 besök. Medianklubben i vårt stickprov hade 100 medlemmar. 500 sidvisningar innebär alltså för en normalklubb inte ens att alla medlemmar besökt sajten två gånger. 500 sidvisningar totalt innebär med andra ord inte att sajten är välanvänd. 20 procent eller 1 000 Klubben Online-sajter kommer upp i 5 000 sidvisningar totalt medan 60 procent eller 3 000 Klubben Online-sajter har under 100 sidvisningar totalt. Det finns med andra ord en betydande del Klubben Online-sajter som är i stort sett inaktiva.

De klubbar som använder Klubben Online verkar överlag vara ganska nöjda med redskapet. Vi bad uppgiftslämnarna för de klubbar som hade aktiverat sin Klubben Online-sajt att betygsätta Klubben Online. Det bör påpekas att i sammanställningen nedan ingår även de 15 klubbar som valts ut särskilt för att de aktiverat sin Klubben Online-sajt och hade över 500 sidvisningar totalt. Som vi nämnt tidigare är 500 sidvisningar dock ingen hög nivå.

| Vad tycker du om Klubben Online? | Andel (%) |
|---|-----------|
| Mycket dåligt (1) | 5 |
| Dåligt (2) | 0 |
| Varken bra eller dåligt (3) | 19 |
| Bra (4) | 62 |
| Mycket bra (5) | 14 |
| Medelvärdet av bedömningarna låg på 3,8 | |

Klubben Online upplevs generellt som lätt att använda. Som hemsidesverktyg upplevdes det lite stelt; designmöjligheterna är begränsade. Det faktum att det är gratis att använda basversionen tillsammans med att man inte behöver ha några direkta förkunskaper lyftes fram som mycket positivt.

Av dem som använder Klubben Online har drygt en fjärdedel sitt medlemsregister där. Ingen av Klubben Online-användarna sköter sitt medlemsregister manuellt. Nedan följer en tabell med uppgifter om hur medlemsregistret sköts för Klubben Online-användare, de som har annan hemsida och de som saknar hemsida.

| Hur sköts medlemsregistret | Andel av KO-användarna(%) | Andel av de som har hemsida ej KO % | Andel av de som saknar hemsida % |
|----------------------------|---------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| Klubben Online | 28 | 0 | 0 |
| Annat webbaserat | 4 | 8 | 0 |
| Dator | 68 | 70 | 61 |
| Pärm | 0 | 22 | 39 |

De som har Klubben Online skiljer sig signifikant från dem som har annan typ av hemsida när det gäller medlemsregisterhanteringen även om Klubben Online och annat webbaserat ses som jämbördiga. De som har hemsida skiljer sig från dem som inte har hemsida enligt ovan. Denna skillnad är också statistiskt signifikant.

Tabellen ovan visar alltså att de som har hemsida i större utsträckning har datoriserade medlemsregister än de som inte har hemsida, och att de som har Klubben Online helt övergivit manuella medlemsregister.

Svenskidrott Online, Klubben Online och förbunden

Det är, som vi tidigare nämnt, i första hand de stora förbunden som är anslutna till Svenskidrott Online. Av RF:s 67 förbund är 35 anslutna. Summerar vi antalet klubbar i förbunden som är respektive inte är anslutna till Svenskidrott Online, ser vi att över 80 procent av Idrotts-Sveriges klubbar tillhör ett förbund som är anslutet till Svenskidrott Online.

De förbund som är anslutna till Svenskidrott Online har betydligt högre andel klubbar med aktiverade Klubben Online-sajter. Detta i kombination med att det är de största förbunden som är anslutna gör att över 90 procent av de klubbar som aktiverat sin Klubben Online tillhör ett anslutet förbund. 20 procent av klubbarna i de anslutna förbunden har aktiverat sin Klubben Online. Motsvarande siffra för de icke anslutna förbunden är 9 procent.

Under undersökningens gång har det från olika håll framförts att det främst är lagidrotterna som är anslutna. Den uppfattningen tycks ogrundad. Lagidrotterna är något överrepresenterade, men inte mycket, och sett till faktiskt antal SF överväger de individuella idrotterna stort. Ser vi på antalet klubbar som aktiverat sin Klubben Online-sajt är det i princip jämnt fördelat mellan lagidrotter och individuella idrotter.

I bilaga 2 över andelen anslutna klubbar per SF ser vi att Orientering ligger överlägset i topp. Här ska vi nämna att Korpen inte finns med i tabellen. De har en något annorlunda organisation, varför det är svårt att jämföra dem med övriga förbund. Korpen har ett organisationsled mellan SDF och de tävlande föreningarna. De tävlande föreningarna benämns Korpklubbar och mellan dem och SDF:en finns så kallade motionsidrottsföreningar (MIF). På MIF-nivå har i princip alla aktiverat en Klubben Online-sajt. Det finns vanligtvis ett MIF per kommun.

Vi konstaterade att det aktiverats cirka 600 nya Klubben Online-sajter från november 2003 till skrivande stund (mars 2004). Orienteringsförbundet, som har högst andel Klubben Online-aktiveringar, fick under denna tid endast en ny aktivering. Förbundet uppger att det nått en nivå där i princip alla tävlingsaktiva klubbar aktiverat sin Klubben Online.

Bland de förbund som ökar sin andel märks Skidförbundet som ökat sin andel från 14 till 22 procent från november 2003 till mars 2004. I faktiska tal innebär detta att man gått från 246 till 386 aktiverade Klubben Online-sajter: en ökning med 140 klubbar. Inom Fotbollförbundet har 160 Klubben Online-sajter öppnats under samma tid, vilket motsvarar en ökning av andelen klubbar med aktiverad Klubben Online från 28 till 33 procent. Friidrott har 34

nya aktiveringar och Ridsport har ökat med 29. Friidrottsförbundets och Ridsportsförbundets andel klubbar som aktiverat sin Klubben Online-sajt ligger på 13 procent respektive 8 procent. Dessa fyra förbund står tillsammans för mer än hälften av den totala ökningen.

Skidförbundet har nyligen tagit en tävlingsanmälningsmodul i bruk. De har aktivt informerat klubbarna om möjligheterna med verktyget. Detta förklarar den stora ökningen av aktiverade Klubben Online-sajter inom förbundet.

Fotbollförbundet har varit knutna till Svenskridrott Online under en längre tid och bedriver inte någon aktiv kampanj för att öka Klubben Online-användningen från central ort. Däremot har vissa SDF ökat sin aktivitet.

Friidrottsförbundet är i dagsläget inte anslutet till Svenskridrott Online och har inte vidtagit några speciella åtgärder för att förmå medlemsklubbarna att aktivera sina Klubben Online-sajter.

Ridsportförbundet har inte varit anslutet till Svenskridrott så länge. Deras ökning är också från en relativt låg nivå. Från förbundets sida nämner man att man nyligen börjat arbeta med Förbundet Online och personalen var på utbildning så sent som i december. Klubben Online har omnämnts i förbundstidningen och på hemsidan, vilket skulle kunna förklara det gryende intresset från klubbarna.

Totalt är det sju förbund som ökat sin andel Klubben Online-aktiveringar med mer än fyra procentenheter. Fotboll och Skidor har nämnts. Övriga förbund är relativt små och har inte så stora öknings i antal Klubben Online-aktiveringar. De övriga förbunden med en ökning på mer än fyra procentenheter är: Amerikanska Fotbollförbundet, Cykelförbundet, Squashförbundet, Bangolförbundet och Rugbyförbundet. Samtliga har färre än 250 medlemsföreningar.

I bilaga 3 finns en tabell över antalet nyöppnade Klubben Online-sajter per förbund.

Icke användare

De som använder Klubben Online verkar generellt vara nöjda, men hur ser det ut bland dem som valt att inte använda Klubben Online? Frågan visade sig vara fel ställd då få klubbar aktivt valt att inte använda Klubben Online. Faktum är att oväntat få ens har hört talas om

Klubben Online, detta trots att utskick ska ha gjorts till samtliga klubbar. En av förklaringarna kan vara att de adressuppgifter man haft tillgång till via Förbundet Online inte varit korrekta. Under 2002 genomfördes en stor kampanj där man skickade ut information om Klubben Online till alla klubbar i RF. Enligt den operativt ansvariga på n3sport i Sverige fick man drygt 10 procent av de utskickade informationsbroschyrerna i retur.

Man kan vidare tänka sig att en del av utskicken hamnat hos personer som tidigare varit kontaktpersoner för klubbarna men numera inte har någon kontakt med dem. De utskick som av detta skäl inte nått klubben är också verkningslösa. Det är emellertid svårt att få en uppfattning om hur stor andel som hamnat i denna kategori.

Vi gjorde, som vi tidigare nämnt, en kontroll av tillförlitligheten av de e-postadresser som var registrerade i Förbundet Online, vilket är samma register som man använde vid ovan nämnda informationskampanj. Då använde man emellertid postadressen och inte e-postadressen, varför en jämförelse inte är helt tillförlitlig.

I e-posttestet fick vi retur på 28 procent och ytterligare 23 procent svarade aldrig på testet. Det betyder att vi förmodligen nådde färre än hälften av klubbarna.

När det gäller informationskampanjen räcker det inte bara med att nå klubbarna. Det återstår fortfarande att mottagaren ska föra informationen vidare till de beslutande i klubben.

Nedan visas hur många av dem som inte använder Klubben Online som hade kännedom om produkten.

| Känner du till Klubben Online? | Andel (%) |
|--------------------------------|-----------|
| Ja | 31 |
| Har hört det nämnas | 14 |
| Nej | 55 |

Tabellen ovan gäller generellt, men kunskapen om Klubben Online skiljer sig mellan stora och små klubbar samt mellan stad och landsbygd. Klubbarna med 100 medlemmar eller mer har signifikant bättre kännedom om Klubben Online än klubbarna med färre än 100 medlemmar och stadsklubbarna har signifikant

bättre kännedom om Klubben Online än landsbygdsklubbarna.

Som vi tidigare nämnt bör vi vara vaksamma om vi får liknande samband för både storlek och geografiskt läge. Men även här ser det ut som om båda faktorerna påverkar kännedomen var för sig.

| Grupp | Andel som inte hört talas om Klubben Online (%) |
|---|---|
| Stadsklubbar med 100 medlemmar eller mer | 16 |
| Landsbygdsklubbar med 100 medlemmar eller mer | 60 |
| Stadsklubbar med mindre än 100 medlemmar | 59 |
| Landsbygdsklubbar med mindre än 100 medlemmar | 73 |

Bland stora stadsklubbar verkar kännedomen om Klubben Online god. I denna kategori uppgav 68 procent av dem som inte redan aktiverat sin Klubben Online att de kände till tjänsten och ytterligare 15 procent hade hört det nämnas. Det är slående att kännedomen om Klubben Online är så mycket lägre bland större landsbygdsklubbar. Bland de små klubbarna på landsbygden är det än sämre ställt. Det är emellertid här som behovet av en hemsida är som minst. I denna grupp är det personliga mötet, flygblad och anslagstavla de viktigaste kommunikationskanalerna.

Individernas Internetvanor

I inledningen av intervjun ställde vi frågor om uppgiftslämnarens Internetvanor. Detta dels för att på ett bra sätt kunna anpassa intervjun till uppgiftslämnaren men också för att det kunde vara användbart med en uppskattning av väsentliga klubbadministratörers IT-kunnande och Internettillgång. En sådan uppskattning kan vara bra att ha vid bedömning av hur stora krav riksorganisationen kan ställa på klubbarna rörande till exempel digitala föreningsrapporter eller ansökningar om olika former av stöd.

Det framhålls från många håll att IT kan underlätta administrationen inom idrottsrörelsen. Det framhålls likaledes att det är viktigt att inte ställa vissa grupper utanför. Då alla

inte har tillgång till Internet vill man skynda långsamt.

Med detta som bakgrund är det intressant att få en bild av hur det ser ut i klubbarna rörande tillgång till Internet och datorer.

Uppgiftslämnarnas Internetvanor

Vi ställde frågan hur ofta uppgiftslämnaren använder Internet. I de fall vi genomförde flera intervjuer med personer från samma klubb kodade vi den första personens uppgifter för statistisk analys. Svaren bör vara någorlunda representativa för väsentliga klubbadministratörers Internetanvändning.

Internetanvändning bland svarande

| Hur ofta uppgiftslämnaren använder Internet | Andel (%) |
|---|-----------|
| Dagligen | 74 |
| Någon gång i veckan | 8 |
| Någon gång i månaden | 5 |
| Mer sällan | 1 |
| Aldrig | 12 |

Jämför vi detta med ett genomsnitt av svenska befolkningen ser vi att klubbadministratörerna använder Internet relativt ofta. Enligt Statistiska centralbyrån (SCB), Privatpersoners användning av datorer och Internet 2003, använder drygt 40 procent av svenskarna i åldern 16-74 år Internet minst en gång måndag till fredag (36 procent kvinnor 47 procentmän). Denna siffra bör jämföras med summan av dem som använder Internet dagligen och någon gång i veckan i vår undersökning. Uppgiftslämnarna använder med andra ord Internet dubbelt så frekvent som ett genomsnitt av Sveriges befolkning.

I vår undersökning framgår det att äldre personer använder Internet mindre ofta än yngre. Även i SCBs undersökning ser vi detta mönster.

I vår undersökning ser vi också en skillnad mellan stad och landsbygd som är statistiskt signifikant. Det är visserligen klubbens geografiska läge och uppgiftslämnarens Internetvanor som efterfrågats, men i de flesta fallen torde uppgiftslämnaren bo på den ort där klubben är aktiv.

| Hur ofta uppgiftslämnaren använder Internet | Andel (%) Landsbygd | Andel (%) Stad |
|---|---------------------|----------------|
| Dagligen | 65 | 85 |
| Någon gång i veckan | 9 | 5 |
| Någon gång i månaden | 7 | 3 |
| Mer sällan | 2 | 0 |
| Aldrig | 17 | 8 |

Enligt SCB skiljer sig Internetanvändningen också beroende på utbildningsnivå och kön. Då vi inte frågat uppgiftslämnaren om utbildningsnivå och dessutom inte registrerat kön på uppgiftslämnaren kan vi inte testa dessa hypoteser.

I avsnittet om effekter av Internetanvändningen nämns att gemenskapen ökat inom klubben men även mellan klubbar till följd av främst hemsidan. Detta visar sig också i att uppgiftslämnarna relativt ofta besöker andra klubbars hemsidor.

I tabellen nedan visas hur ofta uppgiftslämnarna besöker andra klubbars hemsidor.

| Hur ofta andra klubbars hemsidor besöks | Andel (%) |
|---|-----------|
| Dagligen | 15 |
| Någon gång i veckan | 25 |
| Någon gång i månaden | 16 |
| Mer sällan | 18 |
| Aldrig | 27 |

Lägg märke till att nästan 40 procent uppger att de besöker andra klubbars hemsidor någon gång i veckan eller oftare.

Även här ser vi att äldre personer har en något lägre frekvens. Skillnaden mellan stad och landsbygd kvarstår också. I båda fallen rör det sig om statistiskt signifikanta resultat. På landsbygden är det 20 procent av uppgiftslämnarna som är inne på andra klubbars hemsida någon gång i veckan eller oftare. Motsvarande siffra för uppgiftslämnare från stadsklubbar är 58 procent.

Detta kan bero på att stadsklubbarna har fler klubbar i närområdet som dessutom oftare har en hemsida. Vidare spelar säkert personliga Internetvanor och uppkopplingsmöjligheter stor roll.

Medlemmarnas Internetvanor

När det gäller enskilda medlemmars Internetvanor har vi sämre underlag för statistisk analys. I detta avsnitt presenterar vi de uppgifter vi har, vilka grundar sig på en webbenkät. En länk till enkäten har legat på sju utvalda klubbars hemsida. Klubbarna har informerat medlemmarna om enkäten och bett dem fylla i den. De klubbar som deltagit på detta sätt har alla haft en IT-nivå på 3 eller högre och de har alla själva uppgivit att hemsidan är en viktig kanal för informationsspridning till medlemmarna.

Då urvalet inte var slumpmässigt och svarsfrekvenserna låga gjorde vi inga statistiska test på materialet. Uppgifterna kan trots bristerna ge en fingervisning om hur det kan se ut i vissa idrottsklubbar.

De som besvarat webbenkäten använder Internet mycket ofta, de flesta (94 procent) dagligen.

Vi frågade medlemmarna hur de vanligtvis får information från klubben. Nedan visas svaren i kolumnen "Medlemmarna". Som jämförelse visar vi hur dessa klubbar, representerade av uppgiftslämnaren i telefonintervjun, svarat att de når ut med information till medlemmarna. Klubbarnas uppfattning visas i kolumnen "Klubbarna". I denna kolumn visas alltså ett medelvärde för de sju berörda klubbarna.

| Kommunikationsvägar | Medlemmarna (%) | Klubbarna (%) |
|----------------------------|-----------------|---------------|
| Personliga möten/träningar | 61 | 57 |
| Brev | 10 | 14 |
| Hemsida | 91 | 100 |
| Flygblad | 5 | 14 |
| E-post | 46 | 57 |
| Anslagstavla | 12 | 0 |
| Telefon | 31 | 14 |
| Annons | 5 | 0 |
| Klubbtidning | 13 | 0 |
| SMS | 5 | 0 |
| Fax till medlemmar | 0 | 0 |
| Chat | 1 | 0 |

Som synes skiljer sig de här sju klubbarna från genomsnittresultaten i undersökningen (jämför med tabell sid 10. Brev och flygblad är relativt oviktigt, medan hemsida och i någon mån e-post är viktigt. Det är också värt att notera att personliga möten/träningar är viktigare i dessa klubbar än i undersökningen i gemen.

Ser vi specifikt till de sju klubbarna verkar klubbadministratörerna och medlemmarna överlag vara någorlunda överens om vilka de viktigaste informationskanalerna är. Medlemmarna verkar dock tycka att telefonen används mer än vad klubbledningen tycker. Det finns även medlemmar i alla sju klubbarna som anser att information via möten/träningar är viktigt, även när klubbadministratörerna inte uppgav detta som en viktig kanal. En förklaring till detta kan vara att information via telefon och personliga möten kan spridas utan att det nödvändigtvis är på administratörernas initiativ; medlemmarna informerar varandra.

61 procent av medlemmarna uppgav att de är inne på klubbens hemsida dagligen och ytterligare 35 procent är där någon gång i veckan. Vi får dock betänka att detta förmodligen är klubbens mest frekventa besökare som svarat på enkäten.

| Skäl att besöka hemsidan | Andel (%) |
|---|-----------|
| För att se om det hänt något nytt i klubben | 81 |
| För att söka information om tävlingar/träningar eller andra aktiviteter | 79 |
| För att kolla resultat | 70 |
| För att se om det hänt något nytt på hemsidan | 63 |
| För att läsa eller skriva i gästboken | 62 |
| För att få tag på telefonnummer eller annan kontaktinformation | 54 |
| För att anmäla mig till träning/tävling eller andra aktiviteter | 39 |
| Annat skäl | 10 |

Det skäl till att besöka hemsidan som nämns oftast, "För att se om det hänt något nytt i klubben", kan ses som knutet till gemenskapen i klubben. Medlemmarna verkar söka information om annat än vad som bara berör deras eget tävlande och tränande. Hemsidan i sig är också intressant, då 63 procent uppger att eventuella förändringar på hemsidan lockar till besök. Även gästboken kan sägas knuten till klubbens gemenskap.

Information kring träning och tävling intar sin förväntat starka position. Det är främst medlemmar från fyra av de sju medverkande klubbarna som anger anmälan till träning tävling eller andra aktiviteter som skäl till att besöka hemsidan. Det är få eller inga i de andra tre klubbarna som anger detta skäl.

Medlemmarna i de sju klubbarna är också generellt nöjda med hemsidorna. Vi bad dem sätta ett betyg på sin klubs hemsida på en skala från 1 till 5. Generellt var medlemmarna nöjda eller mycket nöjda med sidorna. För en klubb låg medelbetyget på 3,7 men för övriga låg de väl över 4 med ett toppresultat på 4,7.

Andra klubbars hemsidor

När det gäller besöksfrekvensen på andra klubbars hemsidor är bilden något mer nyanserad än på den egna sidan.

| Hur ofta andra klubbars hemsidor besöks | Andel (%) |
|---|-----------|
| Dagligen | 8 |
| Någon gång i veckan | 32 |
| Någon gång i månaden | 31 |
| Mer sällan | 22 |
| Aldrig | 7 |

Dessa siffror liknar dem vi fick från uppgiftslämnarna i telefonintervjun. Även här har vi en andel på ca 40 procent som uppger att de är inne på andra klubbars hemsidor någon gång i veckan eller oftare men i det här fallet är det färre som gör det dagligen.

| Skäl att besöka andra klubbars hemsidor | Andel (%) |
|---|-----------|
| För att söka information om tävlingar/träningar eller andra aktiviteter | 50 |
| För att kolla resultat | 42 |
| För att se om det hänt något nytt i klubben | 33 |
| För att läsa eller skriva i gästboken | 26 |
| För att få tag på telefonnummer eller annan kontaktinformation | 23 |
| Annat skäl | 19 |
| För att se om det hänt något nytt på hemsidan | 12 |
| För att anmäla mig till träning/tävling eller andra aktiviteter | 8 |

Medlemmarna uppger betydligt fler skäl till att de besöker den egna hemsidan än till att de besöker andra klubbars hemsidor. De är också betydligt mer sällan inne på andra klubbars sajter. Väl där är det mest information om tävlingar och träningar samt resultat som lockar. Nyheter i klubben, gästboken och nyheter på hemsidan verkar vara mer sekundärt.

Kunskapsbehov

Den känslan vi fick under intervjuerna var att få klubbar gjort en samlad bedömning av hur de bäst når ut med information till medlemmar och andra intressenter. Många hade skaffat en hemsida för att det ligger i tiden eller för att de ansåg att det anstod en klubb i deras storlek att ha en hemsida. Andra hade skaffat en hemsida för att det var någon som tyckte att det var kul. Hemsidan fungerade då ofta utmärkt, tills eld-själen av någon anledning lämnade klubben.

Det som saknas är med andra ord en kommunikationsstrategi. Detta leder till att många klubbar hamnar i en situation där man inte får full valuta för sin Internetanvändning. Kommunikationsstrategi låter kanske avancerat men i praktiken kan det handla om att ta ställning till vilka kanaler man använder och varför. Avseende hemsidan handlar det om varför man har en hemsida och vad man vill uppnå med den, om klubben kan räkna med att medlem-

marna läser på hemsidan och i så fall hur ofta. Vidare kan det handla om vem eller vilka som är ansvariga för olika typer av information; finns det information som medlemmarna själva är ansvariga för att ta reda på? Bör man ha olika kanaler till olika grupper inom klubben? Kostnaden för olika kanaler bör också tas med i analysen.

Mer praktiska kunskapsbehov kan vara sådant som hur man vet om informationen på hemsidan går fram eller inte. Många klubbar vet inte om att det finns räknare som kan visa antalet besökare eller sidvisningar, än mindre vad det är för skillnad på måtten. Genomtänkt statistik och analys av densamma är ovanligt även i professionella organisationer, varför det inte är förvånande att få klubbar arbetar med webbstatistik. Det finns emellertid gratis räknare att finna på nätet och en enkel statistik kan ändå ge värdefull information. Webbstatistik är ett ganska enkelt sätt att få en uppfattning om hur många man når med hemsidan.

Andra praktiska frågor kan vara hur man blir av med personangrepp i sajtens forum eller hur man får fler delaktiga i skapandet av hemsidan. Det rör sig inte i första hand om tekniska problem som klubbarna brottas med. Visst finns det många webbansvariga som önskar att de hade mer tekniska kunskaper men i huvudsak är det de organisatoriska och kommunikationsstrategiska problemen som lyfts fram under intervjuerna (även om uppgiftslämnarna inte använde just de orden). För dem som känner att de har begränsade tekniska kunskaper är dessutom Klubben Online ett billigt alternativ till egenhändigt kodad hemsida.

På frågan hur förbunden såg på klubbarnas IT-användning svarade många förbund att de gärna såg att klubbarna använde IT och att de ställde upp med råd och tips om klubbarna så önskade. Det fanns också ett antal förbund, företrädesvis små, som ansåg att klubbarnas IT-användning inte var något som de lade sig i.

Det är svårt att ha en uppfattning om hur det ser ut med råd och tips i praktiken från de förbund som uppgav att de hade den ambitionen. Med tanke på hur få förbund som själva hade tagit fram en IT-policy finns det anledning att tro att det kan behövas ett mer samlat grepp för att stödja klubbarna.

Fallet Orientering

Orientering är den idrott som utan jämförelse har mest utbredd användande av Klubben Online bland sina klubbar. Över 80 procent av alla orienteringsklubbar har aktiverat sin sida och idag sker den överväldigande majoriteten av anmälningarna till orienteringstävlingar via den. Vad har denna utveckling för bakgrund?

I slutet av 90-talet stod Orienteringsförbundet i ett läge där det var tvunget att förändra sina tävlingssystem. Anmälningar till tävlingar är en stor apparat. När n3sport kom med idén att bygga ett webbaserat system för idrotten var Orienteringsförbundet intresserat. Främst var det ett webbaserat arrangemangs- och anmälningssystem som lockade. Orientering blev den första individuella idrotten som gick med i Riksidrottsförbundets satsning tillsammans med n3sport.

Nära hälften av Orienteringsförbundets föreningar arrangerar tävlingar. Totalt arrangerar de cirka 650 tävlingar på ett år. Tävlingarna hanteras med hjälp av fristående system som körs av den arrangerande klubben. Det finns två stora standardsystem för tävlingsadministration. Att mata in anmälningarna från deltagare i tävlingssystemen har varit ett stort, manuellt arbete. Arbetet för tävlingsarrangören skulle underlättas väsentligt om de tävlande själva kunde sköta inmatningen. Anmälningfunktionen i Klubben Online utvecklades för att kunna hantera detta.

Medlemmen anmäler sig till tävling via sin egen klubbs Klubben Online-sajt (inte arrangerande klubb).¹ Applikationen kräver att du finns registrerad som medlem i din klubb för att kunna anmäla dig till tävlingar. En fil med anmälningarna förs över till klubbens tävlingssystem. Efter tävlingen förs starttider och resultat tillbaka till Klubben Online och blir då tillgängliga via klubbarnas Klubben Online-sajter, publiceras på orientering.se samt lyfts till rankingsystem, som finns på såväl distrikts- som Sverigenivå för orienterare.

Orienterare är flitiga datoranvändare. Vid en undersökning vid O-ringen 2003 med 300 svarande fann man att 97 procent hade till-

gång till en dator med Internetanslutning. Även i åldersklassen 65 och över var tillgången så hög som 86 procent, det vill säga långt över riksgenomsnittet. 89 procent utnyttjade sin Internetuppkoppling minst varje vecka och en fjärdedel av dem gjorde det flera gånger om dagen. Av dem vilkas postnummer börjar med "1" använde 46 procent sin Internetuppkoppling flera gånger om dagen. 43 procent av respondenterna angav att de hade fast uppkoppling eller bredband.

Anmälningfunktionen i Klubben Online utvecklades under 2001. Den togs i drift inför säsongen vinter/vår 2002. Inför idrifttagandet gick Orienteringsförbundet ut med information om satsningen via nyhetsbrev, notiser på förbundets webbsidor och artiklar i förbundets tidning. Tidningen går ut till alla föreningar och har ca 8 500 abonnenter. Det är alltså även många "vanliga" orienterare som läser den, inte bara funktionärer.

Från idrifttagandet och framåt lade Orienteringsförbundet en hel del arbete på att lägga in generella uppgifter, som tävlingskalendrar, etcetera, som skulle vara värdefulla bakgrundsuppgifter för den som ville börja använda applikationen. Systemet skulle inte vara "tomt" när eventuella nyfikna användare började titta på det. Någon hårdlansering var däremot inte tänkt. Förbundet gick också tydligt ut med budskapet att den som använde applikationen inte fick hindra anmälningar via traditionella kanaler. Den nya webbapplikationen skulle inte stänga ute orienterare som inte kunde eller ville använda webben för anmälan.

I samband med idrifttagande gick man ut och berättade att de tävlingsarrangörer som var intresserade kunde börja använda applikationen, och att alla klubbar skulle behöva registrera sina medlemmar i Klubben Online, för att de i sin tur skulle kunna använda anmälningfunktionen.² En manual för tävlingsarrangörers webbanvändning på ca 30 sidor skickades ut till alla föreningar så att de som ville pröva skulle veta i detalj hur systemet fungerade och det fanns tre- till fyrsidiga användningsinstruktion för medlemmar och för föreningarnas

¹ Medlemmens anmälan via sin klubbs sida har en juridisk bakgrund. Det är klubben som står för betalningsansvaret för anmälan och Klubben Online har en funktion för "attest" från klubbens tävlingssekreterare innan anmälan blir definitiv.

² Förbundet har återkommande puffat för registrering av klubbmedlemmar i Klubben Online. Registreringsinsatsen var ju en tröskel som var viktig att komma över.

anmälningssekreterare, med flera. Artiklar om användningen skrevs i tidningen. Men egentligen spred sig användningen mest som ringar på vattnet från nöjda tävlingsarrangörer (och medlemmar).

Vid starten och under vårvintern fanns generellt en skepsis mot applikationen i föreningarna, men enstaka entusiaster prövade den. Så började det sprida sig och det gick mycket snabbare än initiativtagarna hade väntat sig eller ens hoppats. Hösten 2002, bara ett drygt halvår efter att anmälningsapplikationen gjorts tillgänglig gick Orienteringsförbundet ut med en marknadsundersökning. Enligt den hade 90 procent av tävlingsanmälningarna nu kommit in via Klubben Online.

Spridningseffekter från anmälningsmodul till annan användning

Anmälningsmodulen var den första delen av Svenskidrott Online som vann en bredare användning inom orientering, men andra delar har undan för undan börjat tas i bruk. När satsningen började, använde Orienteringsförbundet egna register som bas för sina utskick. Uppgifterna i Förbundet Online var vid den tiden inte tillräckligt tillförlitliga för att använda. I och med att användningen av anmälningsmodulen fått så stor spridning bedömde man att det också fanns grund att utnyttja andra funktioner i bred omfattning. För att öka kvaliteten på adressuppgifterna i Förbundet Online har Orienteringsförbundet det senaste året puffat mycket för att få klubbarna att veta om vilka uppgifter om dem som finns i Förbundet Online och att hålla dessa aktuella genom att själva ändra via Klubben Online i stället för att skicka in ändringar till Orienteringsförbundet. Idag gör förbundet sina utskick utifrån adressregistret i Förbundet Online.

Nästa steg är föreningsrapporten - diverse statistik förbundet samlar in från föreningarna och sammanställer. Sammanställningen utifrån pappersblanketter är mycket arbetskrävande och förbundet har därför nu försökt öka användningen av rapporteringsfunktionen i Klubben Online. Idag rapporterar cirka hälften av klubbarna via Klubben Online. Det ska noteras att Orienteringsförbundet utnyttjat möjligheten att lägga in egna frågor som är specialförbundsspecifika. En stor del av frågorna rör därför just orienteringssporten, vilket kan

tänkas bidra till föreningarnas intresse av att besvara enkäten - den gäller verkligen dem.

Problem och utmaningar

Den framgångsrika spridningen av utnyttjandet av Klubben Online har inte varit helt utan baksidor. Fungerande teknik har varit mycket arbetsbesparande, men i ett inledningsskede har såväl föreningar som medlemmar kommit att förlita sig så mycket på att applikationen fungerar att driftstörningar kan få stora konsekvenser. Systemet utvecklas fortlöpande och är stort och komplext - så stort att varken förbundet eller n3sport kan överblicka alla tänkbara konsekvenser av en ändring. Till exempel fick O-ringen problem med resultatrapporteringen efter en ändring som såväl beställaren Orienteringsförbundet som utföraren n3sport trott vara OK. Riskerna för problem ökas också av att mycket av användningen sker på kvällar och helger när driftbemanningen inte är på topp. Beredskapen för att upptäcka och åtgärda problem är ju störst på kontorstid.

Tävlingsarrangerande föreningar som fullt ut velat utnyttja webbanmälningens möjligheter till att ge de tävlande orienterarna flexibilitet har accepterat anmälningar via Klubben Online fram till kvällen innan tävlingen. Om sedan servern är nere eller linjen bruten har föreningen ingen beredskap för att hantera anmälningarna på alternativa sätt. Hittills har alla akuta situationer löst sig i tid (ibland väldigt mycket i sista sekund), med merarbete från förening, förbund och IT-avdelning, men Orienteringsförbundet har nu gått ut med rekommendationen att alltid lägga minst en arbetsdag (vardag) mellan sista online-anmälningsstidpunkt och tävling. Problem kan uppstå, och de kan vanligen lösas under en arbetsdag, men kan ge magsår om de ska lösas natten eller timmarna före tävlingen.

Införandet av anmälningsmodulen var en stor förenkling jämfört med den tidigare, manuella hanteringen. När den väl blivit det nya standardförfarandet börjar användare se till vad som kan förenklas ytterligare. De allra flesta orienteringsföreningarna för sina medlemsregister i fristående programlösningar - vanligen med en koppling till ekonomisystem, med mera. Medlemsregistret i Klubben Online, som är en förutsättning för den webbaserade anmälningen till tävlingar, blir då en dubbling.

Därför efterfrågas nu möjligheter att överföra uppgifter från Klubben Online till ekonomisystem och vice versa utan att behöva mata in dem på nytt.

Framgångsfaktorer för införandet inom Orienteringsförbundet

En väsentlig faktor vid införande av ett nytt system är att identifiera funktioner som ger bred och återkommande användning av systemet. På engelska talar man om ”killer applications”. Sällananvändning ger inte en stabil bas för utnyttjande av ett system. I orienteringsfallet var anmälningsmodulen en funktion som hade stor potential för föreningarna. Genom att orienterare vanligen är vana datoranvändare fanns också förutsättningar för att enskilda medlemmar skulle uppfatta anmälningsfunktionen som attraktiv. Vi bedömer att Orienteringsförbundets initiala satsning på just den för klubbar och orienterare mest intressanta funktionen i Klubben Online, tävlingsanmälning, snarare än ett försök att sprida intresse för hela Klubben Online-paketet, spelade stor roll för den snabba spridningen av användningen.

Det underlättade rimligen spridningen att förbundet försökte förse systemet med grunddata, som tävlingskalendrar etcetera från början. Det återkommande uppmärksammandet i föreningstidning, nyhetsbrev och så vidare gjorde säkerligen sitt till; ett enskilt utskick eller meddelande har liten chans att få genomslag. Utan en funktionalitet som användarna uppskattade hade dock de insatserna inte varit tillräckliga för att skapa användning.

Spridningen underlättades också av ömsesidiga kopplingar mellan olika intressenters användning av just tävlingsanmälning. Orienterare deltar ofta i tävlingar arrangerade av andra klubbar. En orienterare kan inte anmäla

sig via webben till en tävling om inte den egna klubben lagt in sitt medlemsregister i Klubben Online. Vartefter tävlingsarrangerande klubbar började använda anmälningsmodulen skapades då också ett tryck från medlemmar i andra klubbar att deras klubb skulle använda Klubben Online för att registrera dem som medlemmar, så att de kunde använda anmälningsfunktionen. Dessa inbördes beroendeförhållanden hjälpte ringarna att sprida sig snabbare på vattnet. Hade inte anmälningsapplikationen varit attraktiv för såväl arrangerande klubbar som för enskilda orienterare hade sådana kopplingar tvärtom snarare bromsat spridningen.

En sällananvändningsfunktion, som den årliga föreningsredovisningen, behöver ”draghjälp” av andra funktioner för att bli använd. Eftersom föreningarna nu redan använder tävlingsanmälning och därtill hörande funktioner finns en grund för användning även av funktioner som föreningsredovisning och LOK-stödsredovisning - funktioner som i sig knappast skulle locka den enskilde funktionären att bekanta sig med ett nytt program som Klubben Online. På samma sätt möjliggörs användningen av Klubben Online för att underhålla adressregistret i Förbundet Online av att orienterare redan använder Klubben Online till annat. Men för att registerunderhållet ska ses som betydelsefullt i föreningarna krävs också att man på föreningsnivå kan se att registret används - att det faktiskt finns ett värde av att adressuppgifterna hålls korrekta. Här spelar både förbundets faktiska användning av registret för utskick och förbundets upprepade försök att uppmuntra till registervård en väsentlig roll.

Slutsatser

Vi rundar av rapporten med några reflektioner. Först går vi igenom implikationerna av våra resultat under rubriken ”Sammanfattande reflektioner”. Det finns dock många frågor som denna studie inte kan ge svar på. Under rubriken ”Förslag på framtida forskning” går vi därför igenom några av de områden som vi tycker förtjänar ytterligare uppmärksamhet.

Sammanfattande reflektioner

De sammanfattande reflektionerna inleds med en översiktlig beskrivning av Internetanvändningen i idrottsrörelsen. Därefter går vi igenom vad vi tycker att klubbarna kan lära av resultatet. Slutligen resonerar vi kring Svenskidrott Online, vilket genomslag systemet fått, hur det används och tidpunkten för satsningen.

Två tredjedelar av idrottsklubbarna har en hemsida. Kvaliteten och besöksfrekvensen varierar stort mellan olika hemsidor. Generellt kan man säga att:

- 1/4 av hemsidorna är i stort sett inaktiva (sidan uppdateras sällan, besöksfrekvensen är låg)
- 1/2 av hemsidorna används i begränsad omfattning (vissa delar av klubben besöker sidan)
- 1/4 av hemsidorna används flitigt (stora delar av klubben besöker hemsidan frekvent)

Det finns emellertid stora skillnader mellan olika grupper inom rörelsen. Det är inte förvånande att de mest avancerade hemsidorna återfinns i större klubbar. Skillnaden mellan stad och landsbygd var emellertid större än väntat. Stadsklubbarna har hemsida i 78 procent av fallen medan landsbygdsklubbarna har det i 55 procent av fallen. Det var också fler än väntat - var fjärde klubb - som uppgav att de har medlemsregistret i pappersform.

Ser vi till de effekter som den ökade Internetanvändningen har fått är ökad gemenskap den mest tydliga effekten. Detta märks i ökad kunskap om och ökat intresse för andra delar av klubben. Bilder från gemensamma aktiviteter och tävlingar/matcher är exempel på inslag

som anses höja gemenskapen i klubbarna. Tävlingsresultat och forum är andra exempel.

Lanseringen av idrottens gemensamma system Svenskidrott Online har gått under parollen ”Mer tid för idrott”. Det stora flertalet klubbar har dock inte lyckats nå några kraftiga vinster vare sig i tid eller pengar till följd av sin Internetanvändning och många klubbar har till och med ökat tiden för klubbadministration. Detta beror främst på att många klubbar använder samma kanaler för informationsspridning som man alltid gjort. Hemsidan blir ett komplement och en ambitionshöjning, men ersätter i praktiken ingenting.

Det finns dock en inte oväsentlig del av idrottsklubbarna som sparar både tid och pengar på sin Internetanvändning. I huvudsak gäller detta den fjärdedel av klubbarna som har mest frekvent besökta hemsidor. Dessa klubbar har ofta lyckats minska användningen av tidigare kanaler som brev, telefon och klubbtidning. De har inte sällan vissa interaktiva element på hemsidan, till exempel möjlighet att anmäla sig till tävlingar eller boka anläggningar.

De flesta klubbadministratörer är vana vid Internet som medium. Tre fjärdedelar av dem använder Internet dagligen, vilket är betydligt mer än vad den genomsnittliga svensken gör. Klubbadministratörerna uppger också att de besöker andra klubbars hemsidor förvånansvärt ofta. 40 procent uppger att de gör det någon gång i veckan eller oftare.

E-post har också blivit en viktig kanal för klubbarna men mediet används främst i kommunikationen med ledare och förbund, inte direkt gentemot medlemmarna.

Implikationer för klubbarna

Få klubbar har en genomtänkt kommunikationsstrategi. Hemsida och e-post har snarare smugit sig in i klubbarna. Motiven för att skaffa en hemsida är inte sällan ganska vaga, som till exempel att ”det ligger i tiden”. I andra fall kom hemsidan med en eldsjäl som åtog sig att sköta den. I dessa fall står och faller hemsidan ofta med denne eldsjäl.

Vi tror att många klubbar skulle kunna vinna mycket på att göra ett medvetet ställningstagande - att ta fram en kommunikationsstrategi. En strategi bör bygga på en analys av vilka olika målgrupper man vill kommunicera med, vilka kanaler som står till buds,

vilka kostnader och vilken arbetsinsats som är förknippad med respektive kanal, samt hur man ska kunna utvärdera om kommunikationen fungerar som avsett.

En genomtänkt kommunikationsstrategi behöver inte medföra vare sig mycket arbete eller större IT-åtaganden. För många klubbar skulle den kunna leda till besparingar i både tid och pengar och kanske även bidra till mindre dåligt samvete. En kommunikationsstrategi skulle inte heller behöva betyda att alla klubbar bör öka sin Internetanvändning. För några kan det i stället leda till att de lägger ner satsningar som inte ger den tänkta nyttan. Men det kan också finnas enkla sätt att använda Internet som kan ge både tids- och kostnadsbesparingar. Till exempel kan e-post ofta vara ett utmärkt alternativ till vanliga brev. Det är enkelt, billigt och snabbt om mottagaren läser sin e-post någorlunda regelbundet. Det är dock viktigt att ha rutiner för hur man uppdaterar adresslistorna när medlemmar börjar, slutar eller byter adress.

Vad gäller ambitionen i hemsidesanvändningen i idrottsklubbarna ser vi, något förkortat, fyra lämpliga nivåer: ingen hemsida, statisk hemsida, aktiv hemsida som komplement (fokus på gemenskap) och aktiv hemsida som viktig kanal, som ersätter vissa tidigare kanaler, kanske klubbtidning och många av breven.

Ingen hemsida eller statisk hemsida: Finns det inte någon i klubben som har tid eller kunskap att uppdatera en hemsida bör man kanske helt avstå från att ha en sådan. Alternativt kan man lägga upp en statisk sida som bara uppdateras när något väsentligt händer i klubben, som att man byter adress eller telefonnummer. För detta ändamål är Klubben Online utmärkt. Det är lätt att arbeta med Klubben Online och det behövs inga avancerade IT-kunskaper. En passiv sida kan tjäna syftet att andra klubbar eller intresserade personer kan få tag på kontaktuppgifter till klubben. Använder man Klubben Online är det dessutom gratis.

Aktiv hemsida som komplement: För dem som känner att de har tid och lust att arbeta med hemsidan men inte känner att man kan räkna med att alla medlemmar besöker den kan det vara värdefullt att ställa sig frågan vad de vill ha ut av hemsidan. Det kanske finns

vissa grupper som är på hemsidan så pass ofta att man inte behöver skicka brev till dem. Det kanske är så att man inte kan räkna med att hemsidan besöks så ofta att man kan ersätta någon tidigare informationskanal. I det läget kan det vara bra att veta att hemsidan kan främja gemenskapen i klubben utan att för den skull vara en viktig informationskanal för verksamhetskritisk information.

Aktiv hemsida som viktig kanal: De klubbar som har tid och möjlighet att uppdatera hemsidan ofta och känner att det är rimligt att förutsätta att medlemmarna utnyttjar den relativt frekvent kan ofta minska användningen av andra kanaler som de tidigare använt. Det är dock viktigt att ställa sig frågan vilken typ av information medlemmarna kommer att söka upp själva och när man måste kontrollera att viss information nått fram samt hur detta kan göras.

För att bedöma om den egna sajten fyller den funktion man tänkt sig, behöver man en bild av hur många som besöker sajten och vad besökarna egentligen intresserar sig för. Här kan träffstatistik vara användbart. Ur sådan statistik kan man utläsa vilka sidor som besöks, när, vilka vägar besökare går, var de lämnar klubbens sajt och så vidare. Dessutom kan man få en uppfattning om hur många unika besökare som varit inne på sajten.

Räknare som genererar enkel översiktlig statistik finns att ladda ner gratis på nätet. I Klubben Online finns en enkel räknare som visar hur många gånger en sida på sajten visats. Här får man vara medveten om att en person kan generera många sidvisningar under ett och samma besök. En mer avancerad statistikfunktion kan ge betydligt bättre möjlighet till uppföljning. Det kan även vara värdefullt att fråga medlemmarna hur ofta de är på hemsidan och vad de letar efter.

Att underhålla en hemsida kan bli betungande - framför allt om arbetet faller på en enda person. Det finns anledning att tänka igenom hur man kan fördela arbetet. Ett verktyg som Klubben Online ger möjlighet att dela upp ansvaret och att ge olika personer olika behörighet för vad de har möjlighet att uppdatera.

Svenskidrott Online

Genomslag

Det råder inget tvivel om att Internet har kommit att bli en viktig kommunikationskanal för idrottsrörelsen. Hemsida eller e-post är med bland de tre viktigaste kanalerna för idrottsklubbarnas kommunikation såväl med medlemmar som med ledare och förbund. För förbunden har hemsida och e-post kommit att bli de viktigaste kanalerna, enligt generalsekreterarna.

Inom RF finns idag det gemensamma konceptet Svenskidrott Online, bakom vilket 35 av 67 SF i dagsläget sluter upp. Över 80 procent av idrottsklubbarna inom RF är knutna till ett anslutet förbund. I konceptet Svenskidrott Online ingår en central databas som är knuten till webbapplikationer vilka erbjuds klubbarna gratis.

Det finns många som har synpunkter på vilken funktionalitet som behövs i det gemensamma systemet och det finns de som anser att det har varit och är för dyrt. Det är inte konstigt att det finns många kritiska röster inom rörelsen; att utveckla en gemensam lösning för en så stor organisation som RF medför med nödvändighet många kompromisser. Det finns emellertid också många som ser stora fördelar med ett gemensamt system. Några förbund har gjort egna specialanpassningar av systemet och mycket tid läggs på att utveckla systemet så att fler får tillgång till förbundsspecifika lösningar. Ser vi till de klubbar som kommit igång med att använda sin applikation Klubben Online verkar de i huvudsak vara nöjda med produkten.

Implementeringsgraden av Svenskidrott Online är generellt sett inte särskilt hög. Totalt har omkring 6 000 Klubben Online-sajter aktiverats. Vissa klubbar har emellertid flera sajter aktiverade, dels klubbsajten men också sektionssajter. Uppskattningsvis har mellan fyra- och femtusen klubbar aktiverat sin Klubben Online, men av dessa har bara en femtedel börjat använda produkten. Det innebär att bara cirka 1 000 klubbar eller 5 procent aktivt använder Klubben Online.

Ser man till förbundens verktyg för registeradministration, Förbundet Online, är situationen liknande. På RF:s kansli är det inte många som använder Förbundet Online. Ofta använ-

der anställda andra IT-verktyg till det som Förbundet Online var tänkt att lösa. Situationen är liknande på de flesta SF och SDF.

En viktig orsak till att implementeringsgraden är så låg är att kunskapen och kännedomen om systemet är låg. Detta gäller i såväl specialförbunden som klubbarna. Bland klubbarna var det bara 31 procent som kände till Klubben Online och bland förbunden är uppfattningen om Svenskidrott Online ofta luddig.

Utveckling av användningen

Funktionaliteten hos en central databas är beroende av dess tekniska egenskaper men också av vilka uppgifter som läggs in. Datadisciplinen i Förbundet Online är i långa stycken otillräcklig. Här brottas man alltså med ett dubbelt problem; det är få som har kännedom och kunskap om systemet och de som har det upplever ofta att allt för mycket data saknas eller är inaktuell.

Hittills har problemen mest setts som tekniska. Det finns dock en gryende insikt om att problemet är organisatoriskt såväl som tekniskt. SISU Idrottsutbildarna har börjat fundera på hur de kan bidra till att öka kunskapen om IT och Svenskidrott Online. Från RF:s sida har man avsatt en deltidstjänst för att bland annat utbilda personal på förbunden i programmen i Svenskidrott Online.

I dagsläget finns ett användarråd med en styrgrupp som är ansvarig för den tekniska utvecklingen av programmen i Svenskidrott Online. Det finns dock ingen instans eller person som ansvarar för den organisatoriska implementeringen av systemet. Vi menar att det finns anledning att fundera på om inte en sådan grupp skulle sättas samman. Ser man till lärdomarna från Orienteringsförbundets arbete med implementeringen är det organisatoriska arbetet viktigt. I Orienteringsförbundets fall spelade uppmärksamhet kring Klubben Online i förbundstidning, på hemsida och i det personliga mötet stor roll för en lyckad implementering.

En grupp med fokus på den organisatoriska implementeringen skulle kunna arbeta med att samla erfarenheter från framgångsrika satsningar och sprida dem i organisationen. De skulle vidare kunna hjälpa förbund som är i en tidig fas (vilket de flesta är i dagsläget) att formulera en strategi för implementeringen. Hur

organisationen hanterar implementeringsfasen är minst lika viktigt som den tekniska lösningen för satsningens framgång.

Retrospektiv analys - var satsningen rätt i tiden?

Riksidrottsförbundet var med och startade ett IT-bolag bara månader innan IT-bubblan sprack. När n3sport bildades var det tänkt att vidareutveckling av programmen skulle finansieras av reklam på de webbapplikationer som utvecklats. Intresset för reklam på nätet minskade snabbt i samband med IT-kraschen. Detta innebar att utvecklingen fick finansieras på annat sätt. Kostnaderna för systemet har därför blivit högre än man först trott.

Å andra sidan, vad var alternativet? När man bestämde sig för den gemensamma lösningen var IT hett och risken fanns att viktiga förbund skulle börja utveckla egna system, vilket Golf förbundet också gjorde. Samordningsfördelar och möjligheten att dela utvecklingskostnader skulle då gått förlorade. Att RF tidigt började ta fram en gemensam lösning gjorde att man fick med förbund som då övervägde att ta fram egna lösningar.

Alla förbund är inte anslutna till Svensk idrott Online, men mer än 80 procent av landets idrottsklubbar är knutna till ett anslutet förbund och trenden är ökande. Ser man till användningen av systemet är det inte lika ljus vare sig på förbunden eller hos klubbarna. Men intresset för den gemensamma lösningen har nu börjat vakna. Svensk idrott Online har därför potential att bli det gemensamma systemet för idrottsrörelsen även i praktiken. Nu återstår att se till att systemet kommer i användning och blir produktivt för alla anslutna - en tuff utmaning.

Förslag på framtida forskning

Under studiens gång har vi vid flera tillfällen varit tvungna att lämna intressanta frågeställningar obesvarade på grund av att vi haft begränsad tid och begränsade resurser till förfogande. Nedan presenterar vi tre områden som förtjänar ytterligare studier. Det finns naturligtvis många andra intressanta områden att studera. De tre förslagen gör inte anspråk på att vara uttömmande.

Implementering av standardiserade system

Idrottsrörelsen är en mångfacetterad rörelse där de ingående förbunden har olika behov, förutsättningar och kultur. Riksidrottsförbundets demokratiska natur ger ingående förbund stor autonomi. Detta leder till att olika delar av förbundet tar olika vägar, vilket är synligt inte minst på IT-området.

Våra resultat indikerar att implementeringsgraden av Klubben Online är beroende av SF:ets ställningstagande och agerande. Implementeringsgraden, i bemärkelsen andelen klubbar som aktiverat sin Klubben Online, varierar kraftigt mellan olika förbund.

Svenskidrott Online har mottagits olika inom olika förbund. Vissa förbund har valt att stå utanför och andra har anammat systemet. Även bland dem som börjat använda systemet finns stora olikheter i implementeringsgrad.

I perspektivet implementering av standardiserade system i ideella organisationer finns här en möjlighet till fördjupade studier. Det standardiserade systemet Svensk idrott Online implementeras i olika organisationsled som inbördes skiljer sig mycket åt. Härvidlag finns det alltså möjlighet att undersöka hur olika angreppssätt och förutsättningar påverkar implementeringsgraden. Svensk idrott Online är ett webbaserat standardsystem som håller på att tas i bruk i tusentals organisationer - en skala som oss veterligt saknar motstycke i världen. En så omfattande införandeprocess ger unika möjligheter till jämförande studier.

Ekonomiska styrmedel i ideella organisationer

I konceptet Svensk idrott Online ingår flera programvaror. För klubbarnas del är det i första hand Klubben Online som är aktuellt. På förbunds nivå finns det stor potential att rationalisera till exempel LOK-stödshanteringen eller föreningsrapporter, om klubbarna sköter detta via sin Klubben Online.

Det är emellertid inte alltid lika klart vad föreningarna tjänar på att aktivt arbeta med Klubben Online. För orienteringsklubbarna finns klara vinster när klubben arrangerar tävlingar. Däremot finns många exempel på föreningar där LOK-stöds-redovisningen inte underlättas nämnvärt av att använda Klubben Online. Olika former av ekonomiska styrmedel har

därför diskuterats. Vidare har ekonomiska styrmedel föreslagits i form av provision på försäljning via e-handel kopplad till Klubben Online.

Hur påverkar ekonomiska styrmedel implementeringen av idrottens gemensamma system? Vad får det för konsekvenser för attityder och motivation? Detta är exempel på frågor som är intressanta för idrottsrörelsen men även ur ett bredare perspektiv för kunskapen om ekonomiska styrmedel i ideella organisationer och förändringsprocesser i dessa organisationer.

Informationssystem och användningsmönster

Det finns i dagsläget närmare 6 000 aktiverade Klubben Online-sajter. Även om det är långt ifrån alla som används aktivt av idrottsklubbarna finns det möjlighet att via de centrala registren identifiera sajter med hög aktivitet.

För varje sajt registreras antalet sidvisningar sedan start. Detta ger en unik möjlighet att på ett standardiserat sätt mäta aktiviteten på sajterna. Givet att funktioner för mer detaljerad träffstatistik tas fram öppnas möjligheter till än mer intressanta analyser.

Genom undersökningar riktade till användare på klubbnivå kan man fånga upplevda konsekvenser av Klubben Online som informationskanal, som administrativt redskap och som kontaktmedium och sätta detta i relation till träffstatistikens beskrivningar av aktivitet. Detta kan ge fördjupade insikter om utvecklingen av effekter av ett standardsystem varter det tas i bruk. Det kan också ge värdefulla bilder av enskilda och grupper av rollinnehavares upplevelse av ett delvis gemensamt informationssystem.

Bilaga I

SF-frågor

Förbund:

Förbundet har en hemsida på adressen:

Har förbundet en officiell IT-policy? (ja/nej)

Är ert förbund knutet till Svenskidrott online?

Ja det var det naturliga valet för oss

Ja för att vi ser en fördel med en gemensam lösning inom RF

Nej vi har en annan lösning men funderar på att byta till Svenskidrott online.

Nej vi har en annan lösning som vi trivs med

Nej, vi hade redan skaffat oss en annan lösning när Svenskidrott online blev aktuellt och nu är vi så inkörda på vår andra lösning att vi inte kan byta

Annat nämligen:

Hur ser ni på klubbarnas IT-användning?

De får göra hur de vill - inget vi blandar oss i

Vi ser gärna att de använder IT i informationsspridningen och ställer upp med tips och råd om de önskar.

Vi ser gärna att de använder Klubben online.

Vi utgår från att de använder sin gratis hemsida i Klubben online när vi utformar vår administration.

Vi har en egen lösning som vi rekommenderar våra klubbar.

Vi har en egen lösning och ser ogärna att klubbarna använder Klubben online.

Annat nämligen:

Uppskattningsvis hur stor andel av era klubbar har en hemsida? (%)

Uppskattningsvis hur stor andel av era klubbar har aktiverat sin Klubben online? (%)

Anser du att ni har aktuell och korrekt information om antalet medlemmar i klubbarna?

Anser du att ni har aktuell och korrekt information om e-postadresser till kontaktpersoner i klubbarna?

Hur viktiga är följande kanaler för er kommunikation med RF, SDF och klubbar
(1-5 där 1 mycket oviktigt och 5 är mycket viktigt)

| Kanal | Vikt |
|-------------------------|------|
| Brev | |
| E-post | |
| Hemsida | |
| Personliga möten | |
| Förbundetstidning | |
| Telefon | |
| Fax | |
| SMS | |
| ICQ eller msn messenger | |

Vad tycker du om n3sport?

Vad tycker du om Förbundet Online?

Vad tycker du om Klubben Online?

Visioner för IT-användningen

Vilka visioner har du för IT-användningen inom er idrott? Vilken roll vill du / tror du att IT kommer att spela inom er idrott på ett års sikt och på fem års sikt?

Tack för att du tog dig tid att svara!

Bilaga 2

Andelen registrerade e-postadresser per specialidrottsförbund

| Förbund | Antal e-postadresser registrerade | Antal klubbar | Andel klubbar med e-post (i procent) |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------------------|
| Svenska Cykelförbundet | 245 | 247 | 99 |
| Svenska Rugbyförbundet | 39 | 48 | 81 |
| Svenska Volleybollförbundet | 189 | 239 | 79 |
| Svenska Konståkningsförbundet | 90 | 122 | 74 |
| Svenska Orienteringsförbundet | 455 | 660 | 69 |
| Svenska Frisbeeförbundet | 35 | 51 | 69 |
| Svenska Sportdykarförbundet | 151 | 231 | 65 |
| Svenska Seglarförbundet | 281 | 431 | 65 |
| Svenska Danssportförbundet | 95 | 152 | 63 |
| Svenska Handbollförbundet | 349 | 570 | 61 |
| Svenska Curlingförbundet | 43 | 71 | 61 |
| Svenska Bowlingförbundet | 549 | 934 | 59 |
| Sveriges Akademiska IF | 37 | 66 | 56 |
| Svenska Innebandyförbundet | 719 | 1294 | 55 |
| Svenska Taekwon-do förbundet | 96 | 173 | 55 |
| Svenska Motorcykel & | 330 | 609 | 54 |
| Svenska Kanotförbundet | 68 | 126 | 54 |
| Svenska Brottningsförbundet | 82 | 152 | 54 |
| Svenska Landhockeyförbundet | 9 | 17 | 53 |
| Svenska Fotbollförbundet | 1678 | 3301 | 51 |
| Svenska Baseball & SBF | 24 | 50 | 48 |
| Svenska Vattenskidförbundet | 36 | 76 | 47 |
| Svenska Basketbollförbundet | 260 | 554 | 47 |
| Svenska Handikappidrottsförbundet | 169 | 420 | 40 |
| Svenska Skidförbundet | 699 | 1778 | 39 |
| Svenska Bandyförbundet | 131 | 335 | 39 |
| Svenska Skridskoförbundet | 38 | 99 | 38 |
| Sv Amerikanska Fotbollförbund | 18 | 48 | 38 |
| Svenska Sportskytteförbundet | 292 | 806 | 36 |
| Svenska Budoförbundet | 234 | 648 | 36 |
| Svenska Flygsportförbundet | 150 | 417 | 36 |
| Svenska Tyngdlyftningsförbundet | 31 | 90 | 34 |
| Svenska Styrkelyftförbundet | 49 | 151 | 32 |
| Svenska Gång o Vandrarförbundet | 45 | 142 | 32 |

| | | | |
|--------------------------------|-------------|--------------|-----------|
| Svenska Bordtennisförbundet | 258 | 818 | 32 |
| Svenska Boxningsförbundet | 45 | 143 | 31 |
| Svenska Castingförbundet | 14 | 48 | 29 |
| Svenska Dragkampförbundet | 7 | 24 | 29 |
| Sveriges Dövas IF | 12 | 43 | 28 |
| Svenska Ishockeyförbundet | 178 | 726 | 25 |
| Svenska Varpaförbundet | 13 | 56 | 23 |
| Svenska Fäktförbundet | 9 | 44 | 20 |
| Svenska Simförbundet | 70 | 356 | 20 |
| Svenska Biljardförbundet | 14 | 73 | 19 |
| Svenska Judoförbundet | 29 | 160 | 18 |
| Svenska Bouleförbundet | 52 | 296 | 18 |
| Svenska Bangolförbundet | 21 | 127 | 17 |
| Svenska Badmintonförbundet | 44 | 284 | 15 |
| Svenska Squashförbundet | 8 | 53 | 15 |
| Svenska Skidskytteförbundet | 9 | 60 | 15 |
| Svenska Golförbundet | 68 | 461 | 15 |
| Svenska Triathlonförbundet | 14 | 96 | 15 |
| Svenska Bågskytteförbundet | 22 | 155 | 14 |
| Svenska Friidrottsförbundet | 149 | 1165 | 13 |
| Svenska Tennisförbundet | 68 | 558 | 12 |
| Svenska Isseglarförbundet | 5 | 45 | 11 |
| Svenska Skolidrottsförbundet | 170 | 1534 | 11 |
| Svenska Roddförbundet | 7 | 65 | 11 |
| Svenska Klätterförbundet | 5 | 54 | 9 |
| Svenska Ridsportförbundet | 90 | 981 | 9 |
| Svenska Bilsportförbundet | 44 | 505 | 9 |
| Svenska Mångkampsförbundet | 9 | 110 | 8 |
| Svenska Gymnastikförbundet | 113 | 1477 | 8 |
| Svenska Racerbåtförbundet | 2 | 46 | 4 |
| Svenska Draghundsportförbundet | 3 | 95 | 3 |
| Svenska Bob o Rodelförbundet | 1 | 43 | 2 |
| Summa | 9269 | 25809 | 36 |

Andelen registrerade hemsidor per specialidrottsförbund

| Förbund | Antal hemsidor registrerade | Antal klubbar | Andel klubbar med hemsida (procent) |
|-----------------------------------|-----------------------------|---------------|-------------------------------------|
| Svenska Volleybollförbundet | 226 | 239 | 95 |
| Svenska Rugbyförbundet | 36 | 48 | 75 |
| Svenska Orienteringsförbundet | 484 | 660 | 73 |
| Svenska Konståkningsförbundet | 78 | 122 | 64 |
| Svenska Innebandyförbundet | 827 | 1294 | 64 |
| Svenska Danssportförbundet | 95 | 152 | 63 |
| Svenska Cykelförbundet | 143 | 247 | 58 |
| Svenska Handbollförbundet | 327 | 570 | 57 |
| Svenska Frisbeeförbundet | 29 | 51 | 57 |
| Svenska Motorcykel & | 297 | 609 | 49 |
| Svenska Kanotförbundet | 61 | 126 | 48 |
| Svenska Fotbollförbundet | 1490 | 3301 | 45 |
| Svenska Sportdykarförbundet | 102 | 231 | 44 |
| Svenska Taekwondo förbundet | 76 | 173 | 44 |
| Svenska Bandyförbundet | 142 | 335 | 42 |
| Svenska Skridskoförbundet | 41 | 99 | 41 |
| Svenska Landhockeyförbundet | 7 | 17 | 41 |
| Svenska Brottningsförbundet | 62 | 152 | 41 |
| Svenska Flygsportförbundet | 169 | 417 | 41 |
| Svenska Skidförbundet | 661 | 1778 | 37 |
| Svenska Klätterförbundet | 20 | 54 | 37 |
| Svenska Baseball & SBF | 18 | 50 | 36 |
| Sv Amerikanska Fotbollförbund | 16 | 48 | 33 |
| Svenska Basketbollförbundet | 184 | 554 | 33 |
| Svenska Vattenskidförbundet | 25 | 76 | 33 |
| Svenska Tyngdlyftningsförbundet | 27 | 90 | 30 |
| Svenska Dragkampförbundet | 7 | 24 | 29 |
| Svenska Handikappidrottsförbundet | 121 | 420 | 29 |
| Svenska Styrkelyftförbundet | 43 | 151 | 28 |
| Svenska Gång o Vandrarförbundet | 40 | 142 | 28 |
| Svenska Bowlingförbundet | 254 | 934 | 27 |
| Svenska Ishockeyförbundet | 164 | 726 | 23 |
| Svenska Sportskytteförbundet | 182 | 806 | 23 |
| Svenska Bågskytteförbundet | 34 | 155 | 22 |
| Svenska Boxningsförbundet | 31 | 143 | 22 |
| Svenska Castingförbundet | 10 | 48 | 21 |
| Svenska Bordtennisförbundet | 170 | 818 | 21 |

| | | | |
|--------------------------------|-------------|--------------|-----------|
| Svenska Fäktförbundet | 9 | 44 | 20 |
| Svenska Badmintonförbundet | 55 | 284 | 19 |
| Svenska Simförbundet | 68 | 356 | 19 |
| Sveriges Dövas IF | 8 | 43 | 19 |
| Svenska Triathlonförbundet | 17 | 96 | 18 |
| Svenska Skidskytteförbundet | 10 | 60 | 17 |
| Svenska Bangolförbundet | 21 | 127 | 17 |
| Svenska Biljardförbundet | 12 | 73 | 16 |
| Svenska Judoförbundet | 26 | 160 | 16 |
| Svenska Isseglarförbundet | 7 | 45 | 16 |
| Svenska Curlingförbundet | 11 | 71 | 15 |
| Svenska Budoförbundet | 99 | 648 | 15 |
| Sveriges Akademiska IF | 10 | 66 | 15 |
| Svenska Friidrottsförbundet | 175 | 1165 | 15 |
| Svenska Golförbundet | 64 | 461 | 14 |
| Svenska Seglarförbundet | 58 | 431 | 13 |
| Svenska Squashförbundet | 7 | 53 | 13 |
| Svenska Bouleförbundet | 35 | 296 | 12 |
| Svenska Mångkampsförbundet | 12 | 110 | 11 |
| Svenska Roddförbundet | 7 | 65 | 11 |
| Svenska Tennisförbundet | 57 | 558 | 10 |
| Svenska Bilsportförbundet | 43 | 505 | 9 |
| Svenska Ridsportförbundet | 72 | 981 | 7 |
| Svenska Varpaförbundet | 4 | 56 | 7 |
| Svenska Gymnastikförbundet | 104 | 1477 | 7 |
| Svenska Draghundsportförbundet | 5 | 95 | 5 |
| Svenska Racerbåtförbundet | 2 | 46 | 4 |
| Svenska Skolidrottsförbundet | 52 | 1534 | 3 |
| Svenska Bob o Rodelförbundet | 1 | 43 | 2 |
| Summa | 7750 | 25809 | 30 |

Aktiverade Klubben Online-sajter per distriktsförbund

| Förbund | Antal klubbar med KO | Antal klubbar totalt | Andel klubbar med KO procent |
|--------------------------------|-------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| Örebro Läns Idrottsförbund | 203 | 758 | 27 |
| Västmanlands Idrottsförbund | 172 | 671 | 26 |
| Smålands Idrottsförbund | 564 | 2370 | 24 |
| Gästriklands Idrottsförbund | 100 | 439 | 23 |
| Gotlands Idrottsförbund | 62 | 278 | 22 |
| Upplands Idrottsförbund | 246 | 1157 | 21 |
| Södermanlands Idrottsförbund | 185 | 945 | 20 |
| Dalarnas Idrottsförbund | 225 | 1200 | 19 |
| Värmlands Idrottsförbund | 202 | 1097 | 18 |
| Blekinge Idrottsförbund | 81 | 442 | 18 |
| Hälsinglands Idrottsförbund | 102 | 568 | 18 |
| Östergötlands Idrottsförbund | 184 | 1033 | 18 |
| Hallands Idrottsförbund | 161 | 909 | 17 |
| Västergötlands Idrottsförbund | 326 | 1844 | 18 |
| Västernorrlands Idrottsförbund | 175 | 1007 | 17 |
| Västerbottens Idrottsförbund | 178 | 1027 | 17 |
| Västsvenska Idrottsförbundet | 371 | 2182 | 17 |
| Jämtland-Härjedalens IF | 106 | 739 | 14 |
| Stockholms Idrottsförbund | 496 | 3481 | 14 |
| Skånes Idrottsförbund | 355 | 2630 | 13 |
| Norrbottens Idrottsförbund | 133 | 1031 | 13 |
| Summa | 4627 | 25809 | 18 |

Andelen aktiverade Klubben Online-sajter per specialidrottsförbund

| Förbund | Antal klubbar som aktiverat sin KO | Antal klubbar totalt | Andel klubbar med KO (procent) |
|-------------------------------|------------------------------------|----------------------|--------------------------------|
| Svenska Orienteringsförbundet | 548 | 660 | 83 |
| Svenska Baseball & SBF | 19 | 50 | 38 |
| Svenska Volleybollförbundet | 88 | 239 | 37 |
| Svenska Handbollförbundet | 208 | 570 | 36 |
| Svenska Rugbyförbundet | 17 | 48 | 35 |
| Svenska Cykelförbundet | 83 | 247 | 34 |
| Svenska Fotbollförbundet | 1079 | 3301 | 33 |
| Svenska Kanotförbundet | 38 | 126 | 30 |
| Svenska Bowlingförbundet | 238 | 934 | 25 |
| Svenska Konståkningsförbundet | 29 | 122 | 24 |
| Svenska Innebandyförbundet | 282 | 1294 | 22 |
| Svenska Skidförbundet | 386 | 1778 | 22 |
| Svenska Bangolfförbundet | 27 | 127 | 21 |
| Svenska Bandyförbundet | 67 | 335 | 20 |
| Svenska Basketbollförbundet | 107 | 554 | 19 |
| Svenska Castingförbundet | 9 | 48 | 19 |
| Svenska Judoförbundet | 29 | 160 | 18 |
| Svenska Danssportförbundet | 26 | 152 | 17 |
| Svenska Vattenskidförbundet | 13 | 76 | 17 |
| Sv Amerikanska Fotbollförbund | 8 | 48 | 17 |
| Svenska Tennisförbundet | 92 | 558 | 16 |
| Svenska Sportdykarförbundet | 35 | 231 | 15 |
| Svenska Bordtennisförbundet | 121 | 818 | 15 |
| Svenska Skridskoförbundet | 14 | 99 | 14 |
| Svenska Ishockeyförbundet | 100 | 726 | 14 |
| Svenska Simförbundet | 49 | 356 | 14 |
| Svenska Squashförbundet | 7 | 53 | 13 |
| Svenska Friidrottsförbundet | 149 | 1165 | 13 |
| Svenska Brottningsförbundet | 19 | 152 | 13 |
| Svenska Roddförbundet | 8 | 65 | 12 |
| Svenska Bågskytteförbundet | 19 | 155 | 12 |
| Svenska Bouleförbundet | 36 | 296 | 12 |
| Svenska Mångkampsförbundet | 13 | 110 | 12 |
| Svenska Frisbeeförbundet | 6 | 51 | 12 |
| Svenska Landhockeyförbundet | 2 | 17 | 12 |
| Svenska Fäktförbundet | 5 | 44 | 11 |

| | | | |
|---|-------------|--------------|-----------|
| Svenska Klätterförbundet | 6 | 54 | 11 |
| Svenska Varpaförbundet | 6 | 56 | 11 |
| Svenska Skidskytteförbundet | 6 | 60 | 10 |
| Svenska Badmintonförbundet | 28 | 284 | 10 |
| Svenska Budoförbundet | 62 | 648 | 10 |
| Svenska Sportskytteförbundet | 74 | 806 | 9 |
| Svenska Gång o Vandrarförbundet | 13 | 142 | 9 |
| Svenska Taekwon-do förbundet | 15 | 173 | 9 |
| Svenska Flygsportförbundet | 36 | 417 | 9 |
| Svenska Handikappidrottsförbundet | 36 | 420 | 9 |
| Svenska Ridsportförbundet | 81 | 981 | 8 |
| Svenska Gymnastikförbundet | 121 | 1477 | 8 |
| Svenska Boxningsförbundet | 11 | 143 | 8 |
| Svenska Triathlonförbundet | 7 | 96 | 7 |
| Svenska Seglarförbundet | 29 | 431 | 7 |
| Svenska Styrkelyftförbundet | 10 | 151 | 6 |
| Sveriges Akademiska IF | 4 | 66 | 6 |
| Svenska Curlingförbundet | 4 | 71 | 6 |
| Svenska Motorcykel & Snöskoterförbundet | 31 | 609 | 5 |
| Sveriges Dövas IF | 2 | 43 | 5 |
| Svenska Isseglarförbundet | 2 | 45 | 4 |
| Svenska Racerbåtförbundet | 2 | 46 | 4 |
| Svenska Dragkampförbundet | 1 | 24 | 4 |
| Svenska Bilsportförbundet | 21 | 505 | 4 |
| Svenska Biljardförbundet | 3 | 73 | 4 |
| Svenska Tyngdlyftningsförbundet | 3 | 90 | 3 |
| Svenska Bob o Rodelförbundet | 1 | 43 | 2 |
| Svenska Golförbundet | 10 | 461 | 2 |
| Svenska Draghundsportförbundet | 2 | 95 | 2 |
| Svenska Skolidrottsförbundet | 23 | 1534 | 1 |
| Summa | 4626 | 25809 | 18 |

Bilaga 3

Antalet nya Klubben Online-sajter de senaste 5 månaderna per specialidrottsförbund

| Förbund | Antal klubbar som aktiverat sin KO under perioden november 2003 till mars 2004 | Antal klubbar totalt | Andel klubbar som öppnat sin KO under perioden november 2003 till mars 2004 (procent) |
|----------------------------|--|----------------------|---|
| Fotbollförbundet | 160 | 3301 | 5 |
| Skidförbundet | 140 | 1778 | 8 |
| Friidrottsförbundet | 34 | 1165 | 3 |
| Ridsportförbundet | 29 | 981 | 3 |
| Gymnastikförbundet | 22 | 1477 | 1 |
| Tennisförbundet | 16 | 558 | 3 |
| Innebandyförbundet | 16 | 1294 | 1 |
| Basketbollförbundet | 15 | 554 | 3 |
| Cykelförbundet | 14 | 247 | 6 |
| Bordtennisförbundet | 13 | 818 | 2 |
| Handbollförbundet | 11 | 570 | 2 |
| Bandyförbundet | 10 | 335 | 3 |
| Ishockeyförbundet | 10 | 726 | 1 |
| Sportskytteförbundet | 9 | 806 | 1 |
| Bowlingförbundet | 9 | 934 | 1 |
| Budoförbundet | 7 | 648 | 1 |
| Bangolförbundet | 6 | 127 | 5 |
| Judoförbundet | 6 | 160 | 4 |
| Badmintonförbundet | 6 | 284 | 2 |
| Bågskytteförbundet | 5 | 155 | 3 |
| Golförbundet | 5 | 461 | 1 |
| Mångkampsförbundet | 4 | 110 | 4 |
| Seglarförbundet | 4 | 431 | 1 |
| Amerikanska Fotbollförbund | 3 | 48 | 6 |
| Squashförbundet | 3 | 53 | 6 |
| Sportdykarförbundet | 3 | 231 | 1 |
| Bouleförbundet | 3 | 296 | 1 |
| Rugbyförbundet | 2 | 48 | 4 |
| Klätterförbundet | 2 | 54 | 4 |

| | | | |
|---------------------------------|------------|--------------|----------|
| Varpaförbundet | 2 | 56 | 4 |
| Skridskoförbundet | 2 | 99 | 2 |
| Kanotförbundet | 2 | 126 | 2 |
| Gång o Vandrarförbundet | 2 | 142 | 1 |
| Brottningsförbundet | 2 | 152 | 1 |
| Volleybollförbundet | 2 | 239 | 1 |
| Flygsportförbundet | 2 | 417 | 0 |
| Motorcykel & Snöskoterförbundet | 2 | 609 | 0 |
| Castingsförbundet | 1 | 48 | 2 |
| Baseboll & SBF | 1 | 50 | 2 |
| Skidskytteförbundet | 1 | 60 | 2 |
| Roddförbundet | 1 | 65 | 2 |
| Akademiska IF | 1 | 66 | 2 |
| Vattenskidförbundet | 1 | 76 | 1 |
| Triathlonförbundet | 1 | 96 | 1 |
| Konståkningsförbundet | 1 | 122 | 1 |
| Styrkelyftförbundet | 1 | 151 | 1 |
| Danssportförbundet | 1 | 152 | 1 |
| Taekwon-do förbundet | 1 | 173 | 1 |
| Simförbundet | 1 | 356 | 0 |
| Orienteringsförbundet | 1 | 660 | 0 |
| Handikappidrottsförbundet | 0 | 420 | 0 |
| Boxningsförbundet | 0 | 143 | 0 |
| Dövas IF | 0 | 43 | 0 |
| Curlingförbundet | 0 | 71 | 0 |
| Frisbeeförbundet | 0 | 51 | 0 |
| Landhockeyförbundet | 0 | 17 | 0 |
| Biljardförbundet | 0 | 73 | 0 |
| Racerbåtförbundet | 0 | 46 | 0 |
| Draghundsportförbundet | 0 | 95 | 0 |
| Tyngdlyftningsförbundet | 0 | 90 | 0 |
| Fäktförbundet | 0 | 44 | 0 |
| Bob o Rodelförbundet | 0 | 43 | 0 |
| Isseglarförbundet | 0 | 45 | 0 |
| Bilsportförbundet | -1 | 505 | 0 |
| Dragkampförbundet | -1 | 24 | -4 |
| Skolidrottsförbundet | -2 | 1534 | 0 |
| Summa | 592 | 25809 | 2 |



RIKSIDROTTSFÖRBUNDET

Idrottens Hus, 114 73 Stockholm • Tel: 08-699 60 00 • Fax: 08-699 62 00
E-post: riksidrottsforbundet@rf.se • Hemsida: www.rf.se