

Virksomhetsplan for Badelandene SA 2024



Samvirkeforetaket eies og drives av deltagende medlemmer, i henhold til vedtekter og etter de retningslinjer for drift som årsmøtet fatter.

Formål

Badelandene har til formål å bidra til utvikling av medlemmenes drift gjennom markedsføring, innkjøpsordninger, utveksling av erfaringer og kreative innspill for aktiviteter og bedre driftskonsepter, bidra til økt kompetanse og felles forståelse av sikkerhet i norske bade- og svømmeanlegg.

Visjon

Vi skal være den beste arena for kunnskap og utvikling av Norsk badebransje.

Hovedmål

Vi skal være med å utvikle badeopplevelsen og prege badefaget med fokus på service og sikkerhet.

I tillegg skape merverdi innenfor følgende områder:

- Nettverksbygging / erfaringsutveksling
- Kompetanse
- Innkjøpsavtaler
- Marked
- Rammevilkår

Situasjonsbeskrivelse

Vår styrke er at vi har attraktive tilbud til barn og familier i en tid hvor fritids- og opplevelsesmarkedet er i vekst. Badelandene er en viktig aktør for å fremme folkehelsen. Vi er sårbare for «godt» vær som påvirker besøket.

Vi har åpent «alle» dager i året.

Muligheter

I tillegg til å fokusere på badelandene som et folkehelsetilbud, ligger mulighetene våre i å utnytte publikums søken etter gode opplevelser i lokalmarkedet:

- Synliggjøre badelandene som reiselivsmål
- Viktig aktør innenfor fritids- og opplevelsesnæringen
- Optimalisere digitale og sosiale medier som informasjons-, kommunikasjons- og salgskanal

Trusler

Truslene våre er først og fremst endrede rammevilkår, konkurrerende tilbud, samt generell manglende aksept for at badelandsopplevelser koster penger.

Våre strategier

Produkt- og markedsstrategi

Videreutvikle salgs- og markedsstrategi:

- Ovenfor anleggseiere
- Ovenfor samarbeidspartnere
- Ovenfor interessenter
- Internt i organisasjonen

Synliggjøre viktigheten av anleggenes kommersielle drift for å muliggjøre vannidrett, skolesvømming og svømmeopplæring.

Jobbe for å styrke badeanleggenes posisjon som et fritids- og opplevelsestilbud, samt rollen som en viktig folkehelseaktør.

Mediestrategi

Ovenfor media skal vi framstå som profesjonelle, lette å samarbeide med, være tilgjengelig, samt være prefererte samarbeidspartnere i spørsmål relatert til «hva skjer» i Norge innen badefaget, samt innen fritids- og opplevelsessegmentet.

Styrke medlemmene via kompetanseheving for å gjøre de bedre rustet til å møte og samarbeide med media.

Alliansestrategi

Vi skal arbeide for å etablere strategiske allianser for å styrke posisjonen til Badelandene.

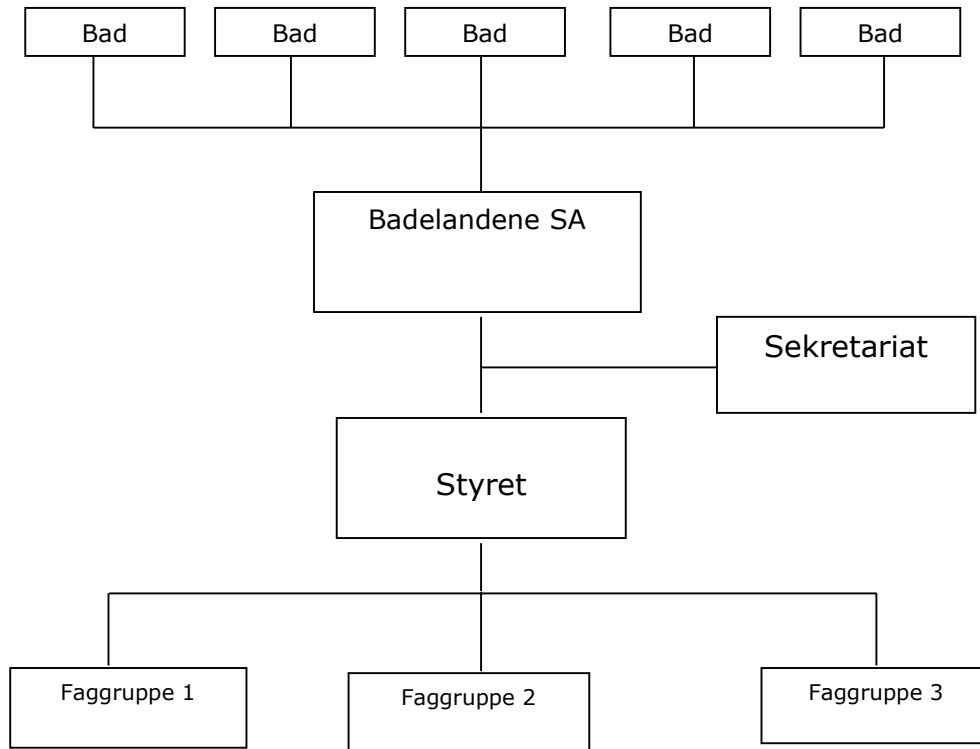
Det kan her nevnes:

- Bad, Park og Idrett
- Norges Svømmeforbund
- Flyte
- Drukningforebyggende Råd
- Norges Livredningsselskap
- Norsk Førstehjelpsrad
- Visitnorway.no
- Enova
- Innovasjon Norge
- Arbeidsgiverorganisasjoner
- Offentlige styringsorganer
- Politisk ledelse
- Norsk bassengbad teknisk forening
- Redningsselskapet

Vår organisering

- Organisasjonsformen følger av vedtektene.
- Styret fungerer som arbeidende styre.
- Badelandene kjøper sine administrative tjenester.

- Styremedlemmene får dekket sine reiseutgifter i anledning styrets møteprogram, samt et fast honorar per møte.
- Styrets leder honoreres for ansvar og utført arbeid ut over vanlig styrearbeid. Styret oppnevner selv undergrupper som tar seg av konkrete oppgaver gitt gjennom mandat fra styret.



Faste aktiviteter - kommunikasjon

Styrereferatene er tilgjengelig for medlemmene digitalt.

For å styrke kommunikasjonen ytterligere er det etablert lukket facebook-gruppe for:

- Daglig ledere og mellomledere - Badelandene lukket interngruppe
- Teknisk personell – Badelandene Teknisk

Satsningsområder 2024

- Sikkerhet – med søkelys på det forebyggende arbeidet da våre beredskapsplaner allerede er godt utarbeidet. Erfaringsutveksling av gode rutiner, kommunikasjon, konflikthåndtering i alle ledd. Det er ønskelig at arbeidet skal munne ut i konkrete verktøy hvert badeland kan nyte godt av.
- Lederutvikling - videreføres
 - Videreutvikle og gi konkret lederopplæring gjennom ledersamlinger
- Konseptutvikling videreføres med fokus på mersalg av produkter og tjenester. Vertskapsrollen og sosiale medier.

Faggrupper

Faggrupper med tema renhold og vertskapsrollen er i slutfasen og vil bli implementert og tilgjengeliggjort for medlemmene. En tredje faggruppe med fokus på sikkerhet var under vurdering, men er i stedet løftet opp som et av våre satsningsområder.

Medlemmer som ønsker å fremme og ta initiativ til andre faggrupper
Dersom det ønske for faggrupper innenfor relevante områder – ta gjerne kontakt med styret.

Årshjul 2024 utarbeidet på styremøte 21.08.23

Januar	Torsdag 18.	Styremøte på Smakfulle Rom – planlegge vårsamlingen og program regionale møter
Februar	Uke 6-7	Regionalt på teams
Mars	Uke 11 Torsdag 14.	Teknisk samling i Kristiansand. Styremøte på Teams – forbered årsmøte
April	Uke 16 el 17	Vårsamling med årsmøte i Ålesund.
Mai	Alt vårsamling i uke 22	
Juni	Torsdag 13.	Styremøte på teams
Juli		
August	28. – 29.	Styremøte Smakfulle rom Innsamling nøkkeltall – frist 1. september
September	Uke 37-38 Uke 38 Torsdag 19.	Regionale teamsmøter Den store Badedagen Styremøte på Teams - siste finpuss høstsamling.
Oktober	Uke 40-42 Medio okt – medio nov	KTI undersøkelse Høstsamling Århus/Billund
November	Uke 45 og 46	Dusjekampanje
Desember	5.-6.	Styremøte i Oslo eller Trondheim.

Andre arr. som kan være interessant	Oktober 18.- 19 Januar	Stuttgart badeteknisk messe Konferanse Flyte.
--	------------------------------	--