

**Verksamhetsplan  
Friskis Göteborg**

**2026**



**friskis**

Friskis&Svettis är en värderingsstyrd organisation, och våra värderingar ligger till grund för allt vi gör – i träningen, i mötet med medlemmar och i hur vi utvecklar verksamheten.

### **Verksamhetsidé**

Att erbjuda lustfylld och lättillgänglig träning av hög kvalitet för alla.

### **Ändamål**

Vi vill få så många som möjligt att röra på sig.



Friskis&Svettis är i dag en av landets ledande träningsaktörer. I Göteborg har vi 12 anläggningar på över 26 000 kvadratmeter, fler än 400 funktionärer och runt 65 anställda som tillsammans skapar lustfylld träning, sköna möten och hög service. Vi har över 1 200 000 besök per år av våra drygt 33 000 medlemmar, och därtill kommer alla de skolor, företag och andra hyresgäster som använder våra lokaler.

Vår verksamhet består av individuell träning i gym, gruppträning, PT-verksamhet och kurser. Vi driver också caféer och försäljning av träningsrelaterade produkter. Under de senaste åren har vi arbetat i en föränderlig miljö med renoveringar, personalanpassningar och investeringar i utrustning. Vårt fokus är att använda våra lokaler på bästa sätt och fortsätta erbjuda träning av hög kvalitet.

Det som gör Friskis unikt är det ideella engagemanget, att vi är en idrottsförening som tillhör Svenska Friidrottsförbundet en avdelning under Riksidrottsförbundet.

2026 arbetar Friskis Göteborg utifrån den gemensamma strategin från Friskis Riks för perioden 2026–2028. Strategin bygger på två delar, Fortsätta lagbygget och Växa ännu starkare.



# Fortsätta lagbygget

## Organisation

- Friskis Göteborg ska fortsätta vara en organisation som utvecklas och anpassas för att bli ännu mer effektiv i sitt arbetssätt.
- Vi behöver löpande se över roller, arbetssätt och struktur för att använda våra resurser på bästa sätt.
- Sedan pandemin har antalet anställda på kansliet avsevärt reducerats, vilket ställer krav på tydlighet, samarbete och god prioritering.

## Aktiviteter 2026

- Ny verksamhetschef/VD anställs from 1 augusti.
- Vidareutveckling av omorganisation genomförd på anläggningarna, 12 receptionsansvariga blir 6 platsansvariga.

**Fortsätta lagbygget**

## Ekonomi

- För att utveckla Friskis Göteborg långsiktigt behöver vi både öka intäkterna och ha kontroll över kostnaderna. Vi ska vara lyhörda för nya möjligheter och samtidigt hushålla klokt med våra resurser.
- En stark ekonomi ger oss handlingsutrymme att investera i verksamheten, anläggningarna och medlemsupplevelsen.
- Göteborg är särskilt konkurrensutsatt av andra gymaktörer.

## Aktivitet 2026

- Skapa en likviditet som klarar 3 månaders kostnader.
- Skapa nya intäktskällor som sponsring och nya samarbeten.
- Skapa en ekonomi i balans.

## Digitalisering

- Digitaliseringen är en viktig del av vår utveckling, även om arbetet leds centralt av Friskis Riks.
- För oss handlar det om att använda digitala lösningar som förenklar, effektiviserar och stärker både administration och medlemsupplevelse.
- Vi behöver följa utvecklingen nära och vara beredda att ta tillvara lösningar som skapar verkligt värde.

## Växa ännu starkare

### Medlemmar

- Vårt mål är att växa med 3.000 medlemmar.
- Vi skapar fler möjligheter för fler att träna.
- Vi ska vara lättillgängliga och locka fler till Friskis. Alla ska uppleva Friskis som inkluderande och välkomnande.
- Vi möter medlemmen under bemannade tider på våra anläggningar.
- Vi erbjuder träning mellan 04.30 och 23.00 på 10 av våra 12 anläggningar.
- Fler företag ska välja Friskis för sina medarbetares träning.
- Vi ska hitta mervärden som ger medlemskapet extra kvalitet.
- Fler av våra nuvarande medlemmar ska välja att fortsätta träna hos oss.

### Aktiviteter 2026

- Vi arbetar för ett proffsigt bemötande samt ökad försäljning på varje anläggning.
- Vi fortsätter med digital medlemsuppvaktning för att se, bekräfta och uppmuntra medlemmen att fortsätta sin träning.
- Genom kampanjer, riktade åtgärder och ett anpassat utbud vill vi nå fler.
- Vi ska utöka och strukturera vårt erbjudande till företag.
- Vi ska erbjuda rabatter hos samarbetspartners och utveckla fler partnerskap.

Växa ännu starkare

## Lokaler, närhet och attraktivitet

- Vi är en mötesplats där upplevelsen breddas och där energi och trivsel ska märkas i varje besök.
- Vi ska fortsätta utveckla våra befintliga lokaler.
- Nya anläggningar ska se placeras, nära där människor bor, arbetar och rör sig.
- Även när vi har långa hyreskontrakt behöver vi arbeta aktivt för att skapa attraktiva träningsmiljöer som känns moderna och relevanta.
- Vår ambition är att Friskis Göteborg ska vara lätt att välja, nära att nå och inspirerande att komma tillbaka till.

## Aktiviteter 2026

- Vi undersöker möjligheten till mindre anläggningar som microgym.
- Vi omförhandlar hyreskontrakt för Hovås, Majorna och Gårda.
- Vi ser över ytorna för att vara så yteffektiva som möjligt.
- Vi hyr ut salar och rum på tider då vi inte själva använder dem eller bygger om. Exempel på detta är att vi gör en sal på Kvillebäcken till yogasal.
- Vi ser över våra obemannade inpasseringar och där vi inte har det idag.
- Vi öppnar vår 13:e anläggning, Medicinareberget, i mitten av december, med stor invigning i januari 2027.

## Friskis och samhället

- Friskis Göteborg ska vara en tydlig och viktig aktör i samhället.
- Vi skapar sammanhang där människor mår bättre, både fysiskt och socialt och som leder till en förbättrad folkhälsa.
- Genom vår närvaro, våra samarbeten och vårt arbetssätt vill vi fortsätta bidra till mer rörelse, mer gemenskap och bättre hälsa.

**Växa ännu starkare**

## Funktionärer

- Våra funktionärer är en av våra viktigaste kulturbärare och ambassadörer, som skapar trivsel, inspirerar medlemmar och bidrar till en miljö där fler vill träna med oss.
- Vi ska hålla lust och engagemang uppe genom att stärka, inspirera och guida funktionärerna i deras uppdrag. Genom inspirationsträffar och funktionärssupport, ges även möjligheter till vidareutbildning och utveckling.
- Ha en välkomnande och levande rekryteringsprocess så att engagemanget kan växa och hålla över tid.
- Ett välkomnande värdskap och ett inspirerande ledarskap är självklara delar av Friskis.

## Aktiviteter 2026

- Vi har startat ett funktionärsråd för att skapa ett närmare samarbete mellan styrelse, kansli och ledare. Under 2026 planeras ett möte per kvartal.
- Vi vill stärka funktionärsrollen så att den möter dagens behov och lockar till engagemang på både kort och lång sikt.

## Träning och utbud

- Vi ska vara Göteborgs främsta och största rörelseinspiratör.
- Friskis ska vara det självklara valet när människor tänker på träning.
- Vi växlar upp den digitala träningen genom våra play-system på anläggningarna och genom Friskis Go.
- Möjligheten att välja mellan gruppträning och individuell träning ska alltid finnas, och det ska vara enkelt att välja båda.
- Vi utvecklar utbudet löpande genom att följa omvärlden, Friskis Riks och lyssna på medlemmarnas och funktionärernas idéer.
- Fler ska vilja träna med oss därför att vi erbjuder lustfyllda och lättillgänglig träning som är inspirerande och ger sköna träningsupplevelser av hög kvalitet.

## Aktiviteter 2026

- Vi jobbar aktivt med att forma och effektivisera rekryteringsprocessen av nya ledare för att kunna bredda och anpassa vårt utbud.
- Vi erbjuder fler play- och Friskis Go-pass på fler anläggningar.
- Vi erbjuder uteträning under sommaren på olika platser.
- Vi fortsätter att ta aktivt avstånd från dopning och är fortsatt anslutna till 100% ren hårdträning.
- Vi fortsätter att rekrytera gymvärdar för att stärka vår närvaro på gymmet med fokus på obemannade tider.
- Vi fokuserar på att utöka antalet softpass på dag- och helgtider.
- Pilates. En helt ny träningsform i vårt utbud som lanserar i augusti.
- Power. Ny träningsform som är en vidareutveckling och sammanslagning av Pass i gymmet och Plaza.

## Kommunikation

- Befintliga medlemmar är vår viktigaste målgrupp.
- Funktionärerna är viktiga ambassadörer för verksamheten och varumärket.
- Vår kommunikation ska skapa kännedom, intresse och engagemang för vår verksamhet och vårt utbud samt stärka varumärket.
- Vi har ett brett utbud att förmedla, vilket ställer krav på att kommunikationen känns tydlig och värdefull för mottagaren.
- Vi behöver skapa innehåll som är målgruppsanpassat, relevant och utgår från mottagarens behov.

## Aktiviteter 2026

- Vi genomför två säsongstartskampanjer.
- Under våren använder vi Västtrafiks bussar och spårvagnar i vår varumärkeskommunikation.
- Vi genomför riktade säljkampanjer mot mindre grupper och geografiskt nära våra anläggningar.
- Potentiella medlemmar ska nås med anpassat innehåll utifrån kanal och målgrupp.
- Vi letar nya samarbeten och nya vägar för att nå fler i målgruppen.
- Vi använder automatiserad marknadsföring via nyhetsbrev för att göra det enklare att bli medlem och för att befintliga medlemmar ska känna sig sedda. Åtta nyhetsbrev planeras under 2026.
- Varje anläggning genomför en jubileumsaktivitet under året.



**GÖTEBORG 2026**

