

Svøm langt 2018 – Svøm deg til Kos

Sluttrapport



#svømlangt

NORGES SVØMMEFORBUND

SVØM 10 000 M FRA 1. JANUAR TIL 31. MARS 2018 OG BLI MED I TREKNINGEN AV REISE TIL KOS, HELLAS!

Hvordan delta?
For å delta registrerer du antall svømte meter på www.svømlangt.no. Her logger du inn med egen bruker eller Facebook-konto. En hovedtrener kan også registrere svømte meter for flere deltakere. Du kan også bruke registreringkort du får i svømmehallen. Du bestemmer selv hvor, når og hvor langt du svømmer.

Barn
Barn til og med 13 år som svømmer 2 500 m / 1 500 m* i kampanjeperioden får diplom og er med i trekningen av hovedpremien (* for de som har en funksjonsnedsettelse).

Voksne
Voksne (fra og med 14 år) som svømmer minst 10 000 m / 5 000 m* i kampanjeperioden er med i trekning av hovedpremien. (* for de som har en funksjonsnedsettelse).

Registrer dine svømte meter på svømlangt.no

Premier

- Hovedpremie voksne: Ukestur til Kos, sponsert av Apollo
- Hovedpremie barn: Ukestur for en hel familie til Kos, sponsert av Apollo
- Gavekort på weekenddøp hold på et av Thon Hotels sine hotell i Norge
- Svømmebriller sponsert av Klubben AS
- Samt noen premier som trekkes ut i kampanjeperioden.

svømlangt.no

Gjensidige apollo THON enwa KLUBBEN.no antibac

svømlangt.no
for hele kroppen

1.0 Om Svøm langt-kampanjen

Svøm langt er Norges Svømmeforbund (NSF) sin årlige mosjonskampanje. Dette er en kampanje som har vært arrangert siden 1997 – og det er en nasjonal mosjonskampanje som når ut til hele Norges befolkning. Hensikten er ikke å svømme lengst mulig, men vi ønsker og håper at kampanjen motiverer flere til å være fysisk aktive og at de bruker svømmehallen som mosjonsarena.

Kampanjen skal synliggjøre og styrke svømming som mosjonsaktivitet! Og gjennom kampanjen ønsker NSF å bidra til en samfunnsutvikling som styrker folkehelsen.

Selve kampanjeperioden er fra 1. januar til 31. mars. Alle kan være med i kampanjen, uansett bosted, alder og funksjonsnivå. Målet er at flest mulig voksne svømmer 10.000 meter i kampanjeperioden, og flest mulig barn (til og med fylte 13år) svømmer 2.500 meter. For mennesker med funksjonsnedsettelse er målet 5000 m for voksne og 1500 m for barn. Alle som har klart målet i kampanjen er med i trekningen av premier. Hovedpremiene er en reise til en destinasjon bestemt av vår samarbeidspartner Apollo. I 2018 ble Kos valgt ut som destinasjon og det. Det trekkes ut en reise blant barn som har klart kravet og tilsvarende for voksne.

Svømmehallene rundt om i landet er lokale arrangører i kampanjen. De som ikke har en svømmehall i nærheten som er med, kan registrere sine svømte meter på nett og være med i kampanjen på lik linje med alle andre. Når kampanjen er avsluttet, trekker hver svømmehall ut sine lokale vinnere – og vinnere i kampanjen trekkes ut blant alle de lokale vinnerne.

2.0 Svøm Langt 2018 – oversikt

Antall svømmehaller	227
Antall meter svømt	139 823 135
Antall deltakere registrert på nett	4 301
Antall deltakere /klarte kravet	12 977 / 7 708
Antall voksne / klarte kravet	9 604 / 5 595
Antall barn / klarte kravet	3 373 / 2 072
Antall svømmehaller som vil være med til neste år	208
Antall svømmehaller som mener kampanjen er et positivt tiltak	193
Antall svømmehaller som har samarbeidet med skole, idrettslag, frisklivsentral eller andre	92

Kampanjens utvikling i antall deltakere 1997 – 2017

År	Deltagere	Ant. Svømt 10.000 m	Barn svømt 2500 m	Registrert på nett	Ant. arrangører
1997	14 000	3 000			109
1998	7 698	2 818			75
1999	14.096	5 784			116
2000	18 886	9 134			190
2001	20 828	9 925			215
2002	23 486	9 896			200
2003	25 717	10 239			211
2004	22 562	8 128	3 539		191
2005	30 127	9 194	3 633		197
2006	24 254	8 109	3 364		181
2007	24 395	7 579	2 880		179
2008	22 818	6 202	2 961		174
2009	21 740	9 541	3 442		192
2010	22 083	8 546	3 898	100	204
2011	22 936	9 823	4 301	303	240
2012	21 190	8 182	4 242	2 830	244
2013	21 789	8419	3 944	2 852	242
2014	20 053	8 509	3 754	3 512	245
2015	20 522	8 629	3 150	3 960	259
2016	16 500	7 500	2 850	3 217	260
2017	17 647	7 414	3 594	3 971	237
2018	12 977	5 595	2 057	4 301	227

3.0 Kommentarer til resultater fra årets kampanje**3.1 Deltakere**

Det var i år med nærmere 13 000 deltakere i kampanjen. Dette er noe færre enn tidligere år. Noe av forklaringen kan være at det er en del mosjonistene i svømmehallen som ikke har registrert seg med deltakelse i kampanjen. Flere av svømmehallene melder tilbake dette.

I årets kampanje ble det lagt stor vekt på at deltakere skulle registrere sine svømte meter på nett og det ble derfor ikke trykket opp så mange registreringskort. Dette slo nok ikke helt an – det var flere som savnet kortene og lot de være å registrere svømte meter.

3.2 Anlegg

Det er litt over 200 stk 25-m basseng og 7 stk 50-m basseng i Norge, noe som betyr at så godt som alle svømmehaller over hele landet er med i kampanjen. Av de øvrige deltakende hallene, er de fleste 12,5m basseng. Det var 237 svømmehaller som meldte seg på kampanjen og 227 svømmehaller som rapporterte inn. Litt færre enn i 2017, men flere av svømmehallene som opprinnelige hadde meldt seg på, har vært stengt på grunn av rehabilitering i kampanjeperioden.

Det er gratis for svømmehallene å være med på kampanjen. Svømmehallene melder seg på/registerer sin deltakelse tidlig på høsten og får etter dette tilsendt en arrangementspakke bestående av t-skjorte til ansatte, Svøm langt-plakater, registeringskort for deltakere og diplomer til barn som har klart kravet. Den enkelte svømmehall er selv ansvarlig for å følge opp og markedsføre kampanjen lokalt.

Det er store forskjeller i hvordan svømmehallene følger opp kampanjen. Noen er ivrige og har konkurranser under veis, mens andre ikke gjør noe.

3.3 Tilbakemelding fra deltakere

I løpet av kampanjen har vi spurt deltakerne om hvorfor de er med på kampanjen og vi fikk mange gode innspill:

- Nyt kvar meter eg svøm, einaste treninga som er smertefri!
- Svøm langt inspirerer til regelmessig gladsømming!
- Jeg er med for å bedre min teknikk og aktivisere min kjæreste, han har blitt superflink!
- Svømming er god trim og det er utrolig hyggelig og komme til Horten svømmehall tidlig om morgenen og bare se blide fjes. Det gjør arbeidsdagen min mye lettere.
- Mange sier at det tar et halvt år å bli bra etter en hofteoperasjon, men gjennom Svøm lang-kampanje var jeg gulle god etter tre måneder. Det gir motivasjon og er en billig treningsform. Det eneste man behøver er badetøy og det flotteste basseng i hele Norge – Ballangen bassenget!
- Det er motiverende å ha et mål man skal nå. Og så er det en fin og snill trening som for hele kroppen, trening som passer for alle uansett kroppslige utfordringer. Man tilpasser selv intensitet og nivå, man kan motivere hverandre – det er GØY og så blir HELSA og KONDISEN mye bedre!
- Jeg er alltid i et kjempegodt humør etter en tur i bassenget!
- Jeg lærte å svømme i en alder av 38 år. Nå noen år senere svømmer jeg alle fire svømmeartene, dykker ned til bunnen og tar enkle stup.
- Startet med svømming i oktober og etter det har ryggen min vært smertefri. Det gir indre motivasjon til å fortsette med det som nå er min favoritttrening.
- Ghamgin Ramok kunne for halvannet år siden knapt klarte 50 meter uten å måtte stanse. Nå svømmer 1000 meter på knappe 17 min. Og at han er et forbilde for andre personer med minoritetsbakgrunn. Og at han bør ha en flaske ved bassengkanten så han stopper litt av og til slik at vi andre skal kunne ha en sjanse å holde følge. Les mer om Ghamgin Ramok i Fedrelandsvennen.

3.4 Tilbakemeldinger svømmehaller

Så godt som alle svømmehallene som var med på kampanjen i år vil være med til neste år. Ut fra dette, virker det som de fleste svømmehallene er fornøyde og hele 193 av svømmehallene mener også at kampanjen er et positivt innslag i deres svømmehall!

Noen av hallene ser i ettertid at de kunne gjort litt mer for å få med mosjonistene på kampanjen. De har mange ivrige mosjonister, men ikke så mange som er med på kampanjen. Andre svømmehaller melder tilbake om lokale konkurranser med premier, sosiale tiltak som «frokostsvøm» og mange fornøyde deltakere som er med.

3.5 Markedsføring og sosiale medier

I forkant av kampanjen (høsten 2018) ble det sendt ut informasjon til en flere helse relaterte nasjonale foreninger med oppfordring om å videreformidle informasjon om kampanjen til lokalforeninger. Informasjon ble også sendt til en rekke Frisklivssentraler og Aktiv på Dagtid.

I løpet av kampanjeperioden var vi i år aktive på Facebook. Det var minst en post i uka og vi hadde flere konkurranser under veid med stor oppslutning! Dette er noe vi vil fortsette med – selv om vi nok med dette ikke nødvendigvis når ut til mange nye deltakere. Svøm langt har over 2 400 følgere på Facebook.

3.6 Registreringsløsning

Registreringsløsningen på nett ble forbedre noe før årets kampanje, i håp om at flere skulle benytte seg av denne for å registrere sine svømte meter på nett. Jo flere som registrere seg på nett, jo mindre arbeid er det for svømmehallene når de skal rapportere inn resultatene. Det ble derfor trykket opp færre registreringskort til kampanjen.

Men – det er mange godt voksne deltakere som er med og mange som vil bruke de manuelle registreringskortene. Vi ser også at en må ha en egen app for å gjøre det enkelt å registrere på nett.

Vårt fokus på nettreregistrering kan være en av årsakene til at det var færre deltakere i årets kampanje. Det var også litt tekniske utfordringer i forbindelse med årets kampanje, som medførte frustrasjon hos deltakerne og ekstraarbeid. Til neste års kampanje, vil vi derfor jobbe med å utvikle en egen app, og en løsning med en mye bedre driftssikkerhet enn dagens løsning.

3.7 Samarbeidspartnere

Litt under halvparten (41%) av svømmehallene har en eller flere samarbeidspartnere gjennom kampanjen. Det er skole og idrettslag som er mest vanlig. Friskliv, Aktiv på

dagtid og andre helse relaterte partnere er det kun 21% som har samarbeidet med. Her bør en til neste års kampanje bli enda bedre til å markedsføre kampanjen som et folkehelse tiltak og en god form for mosjon.

4.0 Suksesskriterier og utfordringer

Suksesskriterier

- Lavterskeltilbud
- Godt forankret kampanje som har gått i mange år
- Nasjonal kampanje - så og si alle svømmehaller i Norge er med
- En webside å forholde seg til for deltakere, svømmehaller og NSF's administrasjon - gir mer effektiv kommunikasjon
- Bruk av sosiale medier
- T-skjorter, plakater og markedsføringsmateriell som er gjenkjennelig og godt synlig

Utfordringer

- Registrering og rapportering innen tidsfrist, samt korrekte registreringer i rapporteringen
- Lokalt engasjement, markedsføring og oppfølging i svømmehallene
- Brukervennlig og stabil registreringsløsning for deltakerne
- Bytte av kontaktpersoner i svømmehallene
- Elektroniske løsninger som gir gode arbeidsverktøy for svømmehaller
- Kampanjen får lav prioritet blant ansatt/ildsjeler i svømmehallene

5.0 Videre oppfølging av «Svøm langt kampanjen»

Norges Svømmeforbund er stolte av at vi fortsatt er en av Norges største mosjonskampanjer, selv om det var færre deltakere sammenlignet med tidligere år. De fleste svømmehaller i Norge er med på kampanjen og de er fornøyde. De fleste mener kampanjen er et positivt innslag i svømmehallen, at den er med på å bidra til at flere mosjonerer mer – og de vil være med til neste år. Dette tar vi med oss inn i planleggingen av neste års kampanje.

Det skal fortsatt være gratis å være med på kampanjen, både for deltakere og svømmehaller. Det ser ut til at vi får med en ny samarbeidspartner på laget – som vil utvikle ny app og registreringsløsning for kampanjen, samt bidra med t-skjorter. Dette håper vi kan bidra til bedre oppslutning. Vi vil informere og følge opp de nasjonale helse relaterte organisasjonene, Frisklivssentralene og Aktiv på dagtid – med tanke på at svømming er en aktivitet de aller fleste kan drive med.

Per dags dato er det ingen planer å gjøre endringer i innhold og organisering av kampanjen.

Mål for kampanjen 2019

- Få på plass en ny og forbedret registreringsløsning for både deltakere og svømmehaller, inkluderer også en egen app for lette registrering for deltakerne.
- Øke antallet deltakere i kampanjen, få flere av mosjonistene i svømmehallene til å være med på kampanjen
- Øke antall svømmehaller som aktivt er med
- Øke antall skoleelever som er med
- Øke nasjonal og lokal pressedekning
- Bedre profilering sentralt av kampanjen. Involvere et par av våre beste svømmere
- Øke andelen svømmehaller med samarbeid med lokale aktører innen helse og mosjon

Takk til våre samarbeidspartnere!

Kampanjen er ikke mulig uten samarbeidspartnerne.

