VERKSAMHETENS UTVECKLING 2005 – 2023

I samband med den landslagsgenomlysning som genomfördes 2022/2023 så gjordes en så kallad nulägesbeskrivning av verksamheten kring landslaget. Underlaget sträcker sig från säsongen 2005 till säsongen 2021/22 och med några uppgifter från säsongen 2022/23. Det här är en sammanfattning av det materialet.

1. **Verksamheten gick från ett gemensamt nordiskt block till en tydligare, specialiserad längdorganisation.**
2. **Omsättningen tredubblades**, från 23,4 till 71,5 miljoner kronor mellan 2005/06 och 2021/22.
3. **Finansieringen växte på flera fronter:** sponsorintäkterna ökade från 15,9 till 46,0 miljoner, SOK-intäkterna från 1,3 till 5,7 miljoner och RF-intäkterna från noll till 2,2 miljoner kronor.
4. **Kostnaderna ökade i takt med ambitionsnivån:** landslagsverksamheten steg från 15,6 till 48,6 miljoner och den nationella verksamheten från 6,9 till 13,5 miljoner kronor.
5. **Organisationen mer än fördubblades**, från 15,6 tjänster 2006/07 till 36 tjänster 2021/22.
6. **Ledningen professionaliserades:** den tidigare nordiska chefsrollen ersattes successivt av en renodlad längdchef, även om rollen var delad med marknad 2013/14–2017/18.
7. **Ledar- och tränarresurserna ökade från 5,75 till 10,5 heltidstjänster**, samtidigt som rollerna blev mer specialiserade.
8. **Utvecklingsorganisationen stärktes:** en utvecklingsansvarig tillkom 2013/14 och U-lagstränare ersattes senare av elitmiljötränare närmare de aktiva.

Svenska Skidförbundet
Riksskidstadion, SE-791 19 FALUN
Telefon: +46 (0)10-708 69 00
Webb: www.skidor.com

Huvudsponsor
SVENSKA SPEL

9. **Vallateamet byggdes ut kraftigt**, från motsvarande 3,5 tjänster 2006/07 till 7,5 tjänster 2021/22, med en topp på 9,4 tjänster 2017/18.
10. **Materialutvecklingen blev mer systematisk:** vallalastbil infördes, off-season-testningen ökade och forskare samt ingenjörer involverades.
11. **Det medicinska stödet gick från dagsarvoderade insatser till en fastare struktur**, bland annat genom klinikavtal och deltidsanställd läkare och fysioterapeut.
12. **Antalet samarbetspartners ökade från 39 till 90**, vilket speglar en betydligt större kommersiell verksamhet.
13. **Mediegenomslaget växte kraftigt**, från 56 tv-timmar, 356 tv-inslag och 805 pressbilder 2006/07 till 16 411 bilder och artiklar 2021/22.
14. **De egna sociala kanalerna blev en central räckviddsmotor:** Facebook växte från 2 688 följare 2011 till 92 000 år 2022, kompletterat med 93 000 Instagramföljare.
15. **Kommunikationen blev digital och egenproducerad:** cuper streamades, material producerades ”in house” och antalet tv-reklamfilmer gick från noll till sju 2022/23.
16. **Verksamheten breddades till året-runt-aktiviteter och samhällsfrågor**, exempelvis sommarcup, rullskidor samt projekt inom jämställdhet, hälsa och hållbarhet.
17. **Den nationella organisationen stärktes** med nationell chef, skidkonsulenter, anläggningskonsulent, Längdråd och sex ideella arbetsgrupper.
18. **Medlemsantalet ökade från 47 148 år 2015 till 64 644 år 2022**, motsvarande cirka 37 procent.
19. **Landslagssystemet förändrades snarare än växte linjärt:** totalt antal aktiva var 47 både 2006/07 och 2021/22, men nådde 54 år 2017/18 och omfattade senare stora elitmiljögrupper.
20. **Stödet till de aktiva ökade tydligt:** A-lagsarvodet steg från 75 000 kronor 2005/06 till 180 000 kronor 2021/22, samtidigt som Sverige fortsatte ta mästerskapsmedaljer på både senior- och juniorsidan.