

**Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015  
DFfR Inspirationsseminar  
2016  
Christopher Furlan**



## Baggrund – Vejle Roklub 2015:

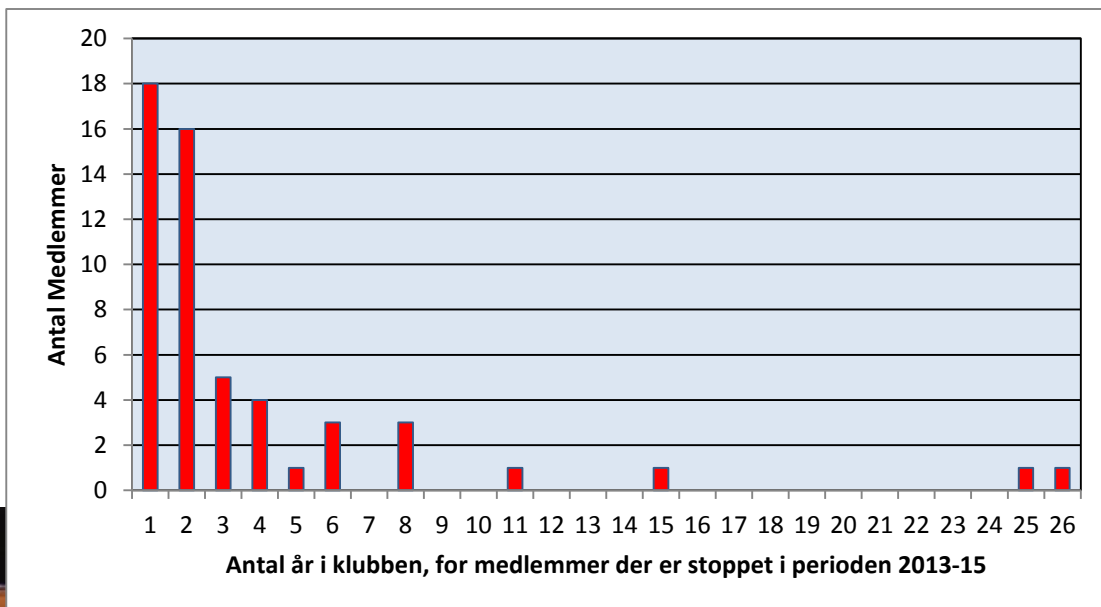
- Vejle Roklub er velfungerende og havde i 2015 omkring 150-180 medlemmer.
- Klubben består primært af motionister og har ikke eliteroere.
- Hvert år rekrutterer klubben ca. 20 nye medlemmer (21 i 2015).
- Klubbens egen erfaring er, at de hvert år mister 1/3 i løbet af sommerperioden, og yderligere 1/3 i vinterperioden.
- Vejle roklub har tre afdelinger: Master, Senior og Ungdoms (fra 12 år). Hver afdeling organiserer roning på deres egen måde.



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Omsætning af medlemmer

- Vejle Roklub har rapporteret at de mistede 54 medlemmer i perioden 2013 – 2015 hvor de ikke kunne identificere årsagen til hvorfor medlemmerne stoppede:
  - 2013-2014 – her mistede klubben 31
  - 2014-2015 – her mistede klubben 23

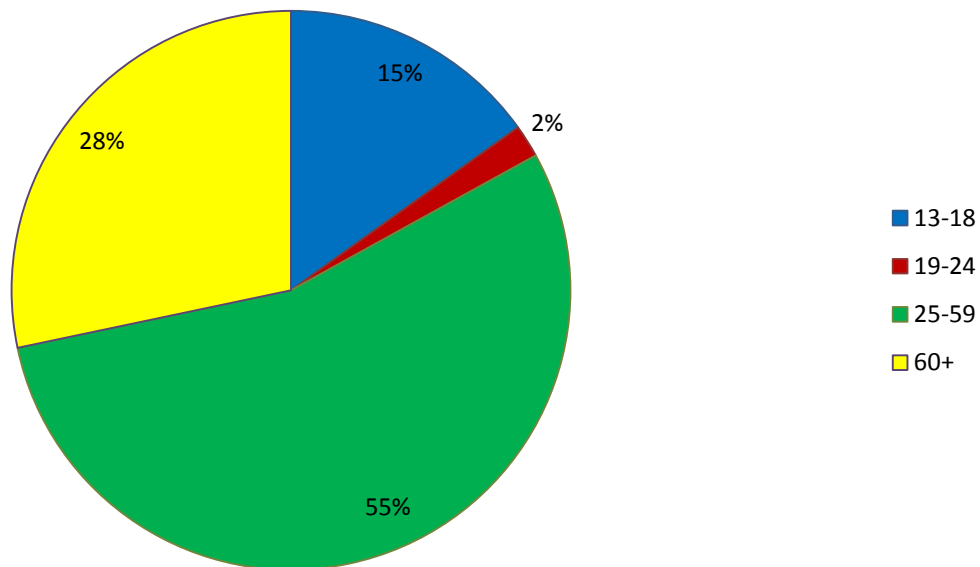


34 ud af de 54 tidligere medlemmer havde kun været medlem i Vejle Roklub i under to år.

Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Omsætning af medlemmer

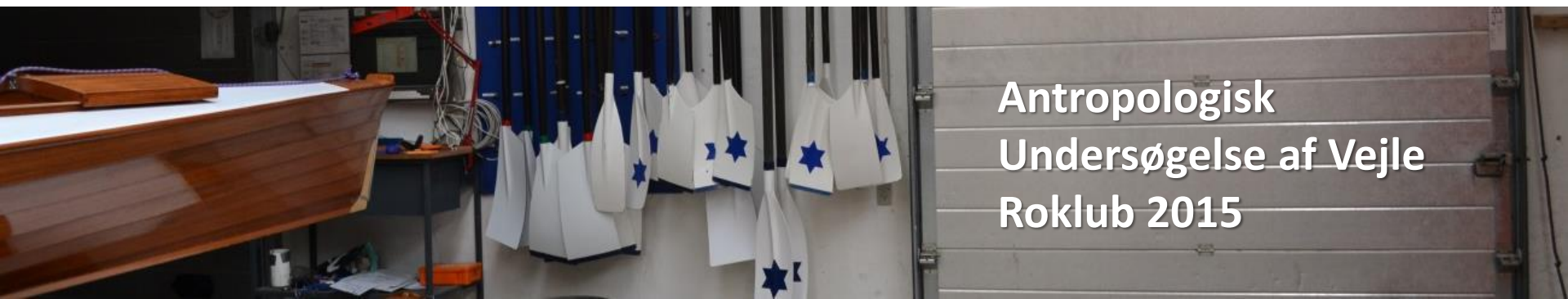
Tidligere medlemmer der er stoppet til roning i Vejle i perioden 2013-2015 uden klar årsag (opdelt efter aldersgruppe)



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Det store spørgsmål

- Hvad sker der i de første par medlems-år (især i Senior afdelingen), der gør det svært for Vejle Roklub at fastholde deres nye medlemmer?



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

## Baggrund – Undersøgelsen:

For at kunne svare på spørgsmålet, tog undersøgelsen udgangspunkt i tre områder:

- At forstå hvorfor folk holder op med at ro
  - Interviews med tidligere medlemmer
- At forstå hvorfor folk bliver ved med at ro
  - Interviews med de nuværende medlemmer og participant observation i klubben
- At forstå om klubbens organisation af roning har en direkte effekt på fastholdelse af medlemmer
  - Iagttagelse af hvordan medlemmer benytter klubbens produkter



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Motivation og Vejle Roklub

- Når vi taler om fastholdelse i rosport, taler vi om folks motivation til at tage ud og ro.
- Undersøgelsen viser at Vejle Roklubs produkter påvirker motivation. For bedre at forstå hvordan, bør vi skelne mellem kaproning og motionsroning.
  - For kaproere, er motivation forankret i konkurrencer.
  - For motionsroere, er motivation noget lidt andeledes.
    - Diffus fordi den er defineret af medlemmerne i fællesskab
      - Her kan der tales om klubfølelse (med inklusion og eksklusion som relevante ord)
    - Påvirket af klubbens produkter gennem en ro-kultur



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Motivation og Vejle Roklub

- Hvad er motivation?
  - Motivation er en persons forstillede fremtidsbillede forankret i nutiden.
  - Eksempel: Lad os prøve at danne et forstillet fremtidsbillede
    - Hvorfor sidder du her i dag?
    - Hvad har det med din roning at gøre?
    - Er seminaret som du har forventet?
- For at forstå motivation for roning i Vejle Roklub har jeg primært kigget på to ting:
  - Hvad folk siger at de gør
  - Hvad folk faktisk gør



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015



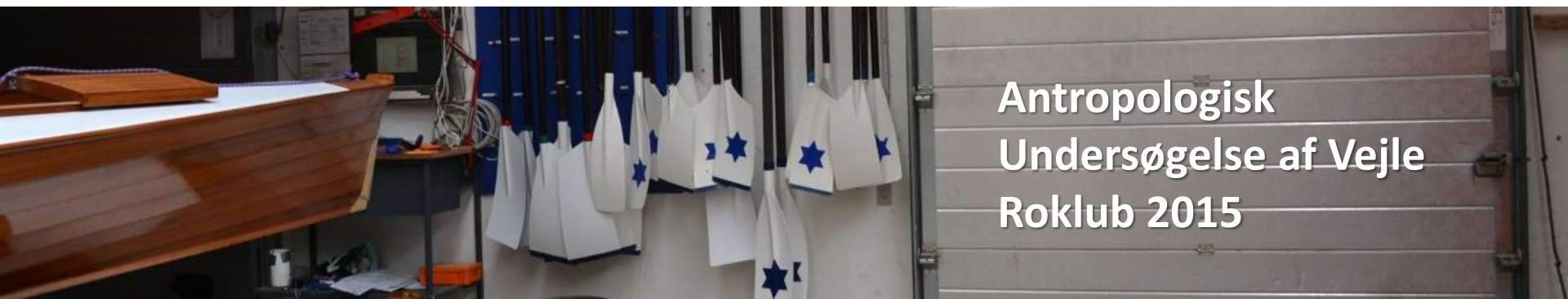
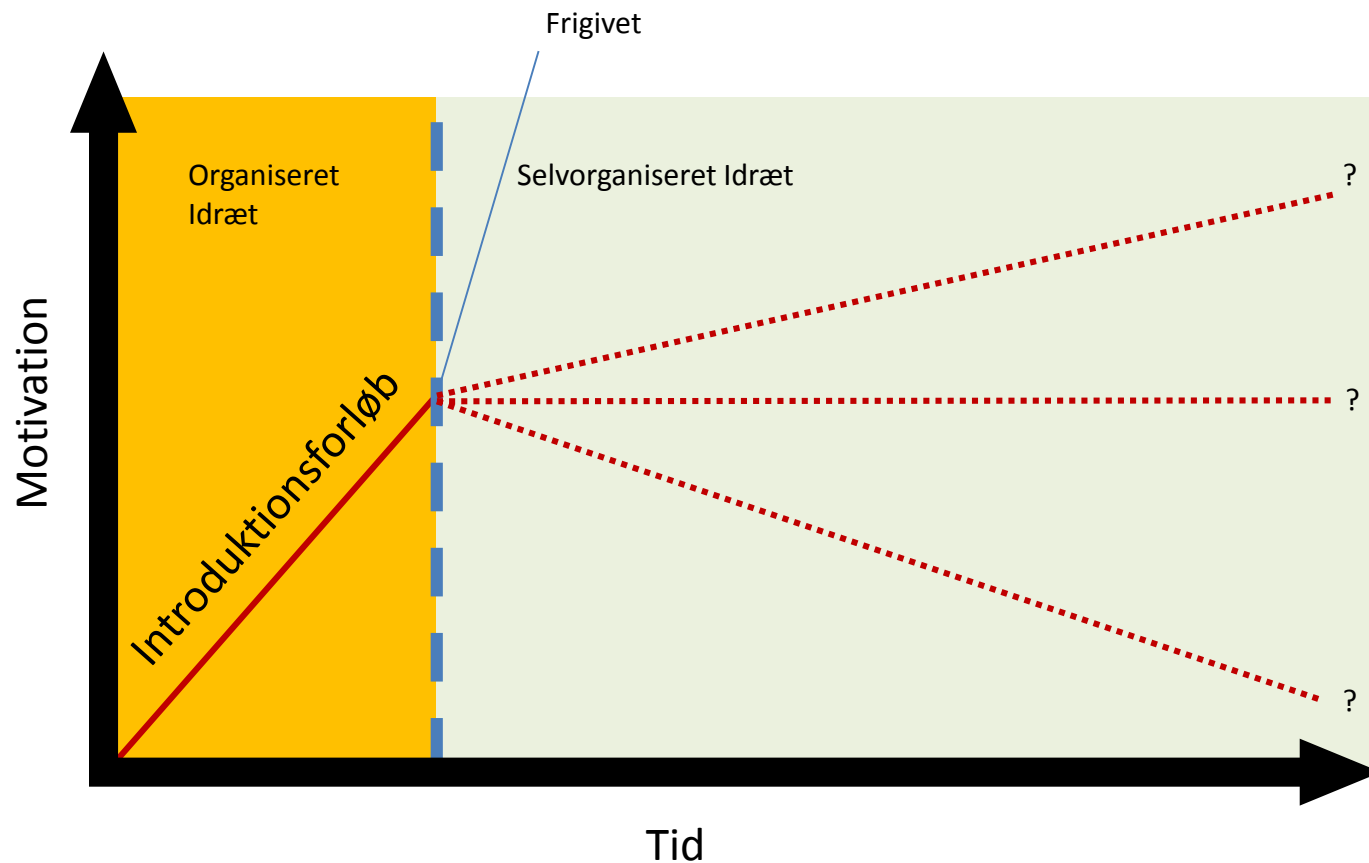
# Klubbens produkter – Motivation

Undersøgelsen har vist at hvert af Vejle Roklubs produkter producerer en subkultur, og særligt i seniorafdelingen påvirker produktet medlemmers motivation både positivt og negativt.

- Hvordan?
- Gennem samspillet med medlemmerne (brugerne) producerer produktet en subkultur – hvert produkt producerer sin egen subkultur
- Vejle Roklub har tre afdelinger med forskellige produkter:
  - Ungdomsafdelingen – tilbyder struktureret træningstilbud ledet af en instruktør
  - **Seniorafdelingen – selvorganiseret gennem Rokort**
  - Masterafdelingen – Organiseret omkring faste ugentlige tilbud



# Organiseret og selvorganiseret idræt i Vejle Roklub



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Klubbens produkt– Motivation

Hvad påvirker motivationen blandt Vejle Roklubs nye medlemmer/kaniner?

- Kaninerne i Vejle Roklub oplever angst og isolation pga.:
  1. Klubbens produkt: En slag dobbelt indmelding i Vejle Roklub - først til organiseret roning (introduktionsforløb) og bagefter til selvorganiseret roning med fremmede roere (Rokort system).
  2. Manglende inklusion fra eksisterende medlemmer (fx dårligt kropssprog, negativ kommunikation i båden, eller eksklusion ved helt at undgå at være i båd med nye roere) – giver manglende klubfølelse.
  3. Måden Seniorafdelingens subkultur definerer roning for medlemmer (ro-kultur).



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Klubbens produkt – Motivation

Hvad påvirker motivationen blandt Vejle Roklubs eksisterende medlemmer?

- Vejle Roklubs eksisterende medlemmer oplever positiv motivation pga.:
  1. De lange ro-tures fysiske og tidsmæssige vanskelighed
  2. Sammenspil mellem roere under de lange ture (fælleskab)
  3. Måden Seniorafdelingens subkultur definerer roning for medlemmerne (ro-kultur)
- Tilsammen skaber disse elementer værdi blandt de eksisterende medlemmer.



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Vejle Roklubs ro-kultur og Motivation

Så nu ved vi at:

- Vejle Roklubs ro-kultur motiverer klubbens eksisterende medlemmer.
- Men ro-kulturen gør det også svært for nye medlemmer at orientere sig i klubbens sociale struktur - hvor de ellers kan opleve fælleskab og klubfølelse.
- Hvad er Vejle Roklubs ro-kultur?
  1. Klubbens ro-kultur handler ikke om at ro.
  2. Klubbens fokus på de lange ture (20+ km) handler ikke om motion.



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Sociale processer i Vejle Roklub – Motivation

- Roning i Vejle Roklub handler om fælleskab, at være sammen i båden og at opleve turen sammen – og det har konsekvenser for nye roere.
- Når folk organiserer sig i grupper indfører de en række sociale betingelser for hvordan man opnår socialt medlemskab i gruppen.
- Typisk skal man opfylde disse sociale betingelser, for at få en plads i gruppen.
- De lange ture kan forstås som en social betingelse og spiller derfor en vigtig rolle i klubbens ro-kultur, ved at definere hvordan nye medlemmer får socialt medlemskab blandt klubbens eksisterende medlemmer.
- Når medlemmer deltager i de lange ture oplever de klubfølelse sammen med dem de ror med, de har gjort noget særligt sammen og det bekræfter deres plads i gruppen, de får **anerkendelse** – som rigtige roere.



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

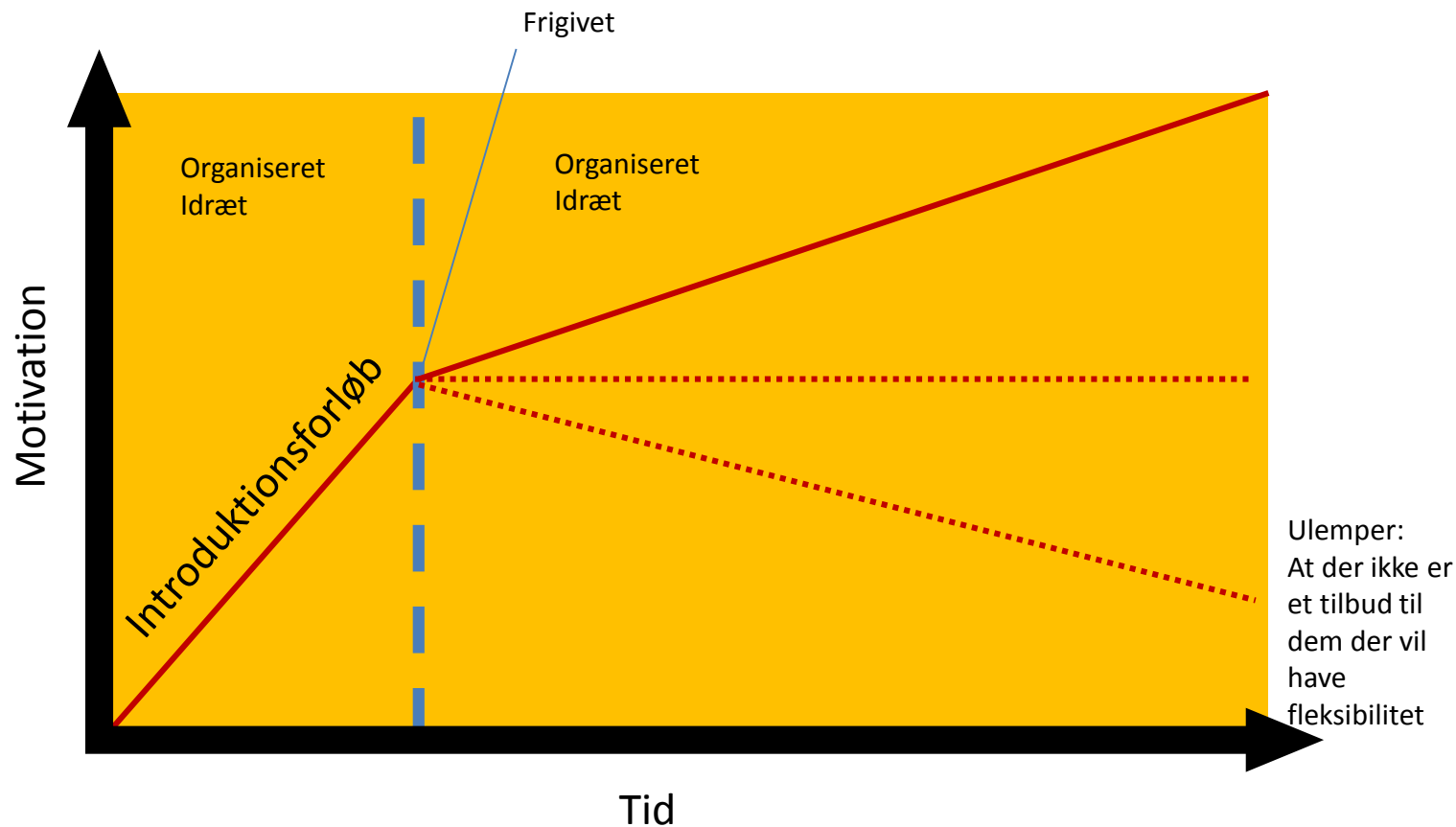
# Ungdoms- og masterafdelinger

- Ungdomsafdelingen er ledet af instruktører som er med til at kontrollere og definere ro-kultur for afdelingen.
- Masterafdelingens ro-kultur har et stærkt socialt fokus og inkluderer tilbud til dem der ikke længere kan ro. Udover det, holder masterafdeling fest for de frigivne kaniner (i deres afdeling) – i modsætning til de andre afdelinger.
- Selvom de to afdelinger har hver deres egen ro-kultur, gør deres organisatoriske struktur integrationsprocessen for nye medlemmer nemmere i begge afdelinger.
- Begge afdelinger kan forstås som organiseret idræt



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Organiseret idræt i Vejle Roklub

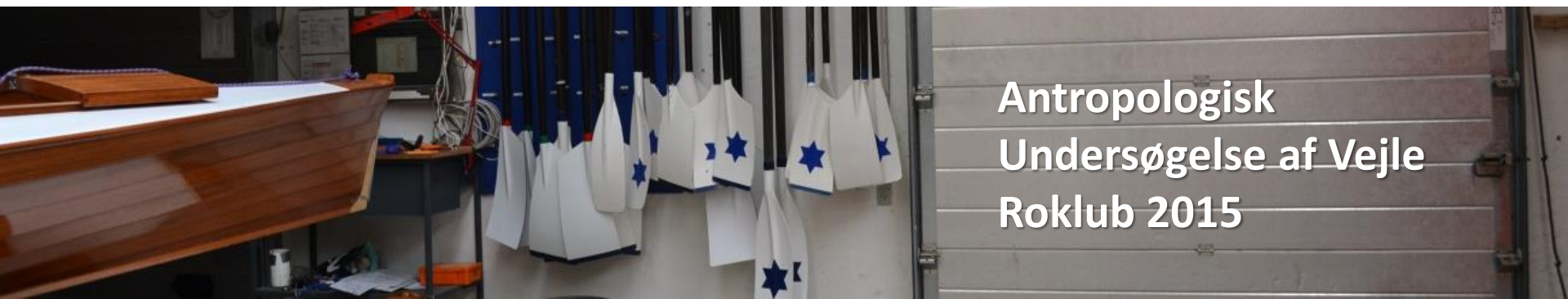


Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015



# Konklusioner

- Transitionen fra Kanin til roer i Vejle Roklubs Seniorafdeling fremkalder angst og følelse af isolation blandt nye medlemmer, fordi introduktionsforløbet ikke forbereder nye medlemmer nok på transitionen fra organiseret idræt til selvorganiseret idræt (de lange ture).
- Som resultat er det svært for nye medlemmer at orientere sig i klubbens kultur, hvor roning handler om fælleskab (i bådene).
- De lange ture er knyttet til klubbens ro-kultur, ved at give anerkendelse til medlemmerne, og er derfor en vigtig del af klubbens produkt.
- Kaninforløbet bør have til formål at integrere nye medlemmer i klubbens ro-kultur og derfor bør så meget som muligt afspejle klubbens almindelige ro-produkter.



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

# Debat

- Kan man påvirke en klubs ro-kultur?
- Hvilken betydning kan ændringer have for eksisterende medlemmer?
- Er det muligt at tiltrække nye målgrupper uden at ændre klubbens produkter?



Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015

**Tak**



**Antropologisk  
Undersøgelse af Vejle  
Roklub 2015**