



Svensk Orientering

— Bosön 14 mars 2026



Agenda

13:00	Välkomna, Anders Sahlén
13:20	SOFT:s arbete med markfrågor, Joacim Ingelsson
13:50	Rörelsepaus
14:00	SOFT:s arbete med kommunikation, Tero Marjamäki
14:30	Strategi 2035, Anders Sahlén och Kristina Ljungros
15:00	Energipaus
15:30	Förbundsmötet öppnas

14 MARS 2026

Välkomna

—— Anders Sahlén



FÖRBUNDSMÖTE:
ETT SVENSKT
ORIENTERING,
FÖR DET BÄSTA

MÄSTARVILLAN
- FIRA IKVÄLL

GEMENSAM
NAVIGERING

UTMANINGAR

EKONOMI

MARKFRÅGOR



14 MARS 2026

SOFT:s arbete med markfrågor

——— Joacim Ingelsson



Tillgång till mark – en förutsättning för orientering

- ▲ Orientering bedrivs i naturen – på allemansrättslig grund
- ▲ Vår verksamhet bygger på förtroende från markägare och samhället
- ▲ Tillgång till mark är en avgörande förutsättning för träning och tävling

Orientering

- sker på naturens och samhällets villkor

- ▲ Orientering ska planeras och genomföras med hänsyn till naturen och samhällets villkor
- ▲ Vi ska visa respekt för markägare, jägare och andra friluftsutövare
- ▲ Orientering ska upplevas som en positiv verksamhet och ett hållbart nyttjande av naturen
- ▲ Våra arrangemang ska genomföras så att orienterare är välkomna tillbaka!

Omvärlden förändras

– konkurrensen om marken ökar

Allt fler vill ut i skogen för aktiviteter

- MTB
- Trail
- Äventyrsaktiviteter

Ny generation med ändrad attityd

- Markägare
- Jägare
- Orienterare
- Handläggare

Informations- och kunskapssamhälle

- Äganderätt
- Miljöns betydelse
- Värnande av växt- och djurliv

Nuläge:

– allt svårare att få tillgång till mark

Förbundet arbetar
därför med:



Samverkan



Informationsmaterial



Utbildningar

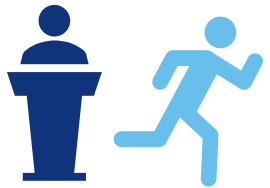


Marknätverk

Samverka med externa intressenter

- Ansvara för den löpande dialogen med myndigheter och organisationer
 - Företräda SOFT i remissvar, utredningar, möten och projekt som rör mark och miljöfrågor.
- Naturvårdsverket
 - Svenskt Friluftsliv
 - LRF (Lantbrukarnas Riksförbund)
 - Jägareförbunden
 - Länsstyrelserna
 - RF (Riksidrottsförbundet)
 - FFV (Fortifikationsverket)
 - Andra relevanta aktörer

Vårt behov av kunskap



Både ledare och aktiva



Allemansrätten och de
regler som styr orientering



Miljöbalken
(kunskapskravet, tillstånd, dispens)



Brottsbalken
(tagande av olovlig väg)

Utbildningar i utbildningsportalen

Gäst i naturen – orienteraren

- Allemansrätten
- Att tänka på som deltagare
- Skyddad natur
- Jakt och jaktperioder
- Vilt och viltzoner
- Vårperioden
- Träning

Grundutbildning i markfrågor – arrangören

- Dialog och samverkan
- Vårperioden
- Skyddad natur
- Ägaren
- Vägar
- Marken
- Lagar
- Skogsbruk
- Vilt och jakt



- [Introduktion och hjälp att logga in](#)
- [Grundutbildning i markfrågor](#)

Marknätverket – en viktig del av arbetet med markfrågor



- ▲ Ett nätverk med kontaktpersoner i distrikten
- ▲ Erfarenhetsutbyte kring markfrågor
- ▲ Spridning av kunskap och information
- ▲ Stöd i dialog med markägare, rättighetsinnehavare och myndigheter

Viktigt att distrikten har aktiva kontaktpersoner i nätverket

Framgångsfaktorer i arbetet med markfrågor

- ▲ Stärka anseendet hos politiker, myndigheter, intresseorganisationer och allmänhet
- ▲ Informera hur tävlingar och träningar genomförs
- ▲ Både tävlande och arrangörer har ansvar för orienteringens goda rykte
- ▲ Markfrågor ska hanteras lokalt - bygger mycket på personkemi

Styrdokument och anvisningar för arrangemang

Följ SOFT:s anvisningar

- ▲ Val av terrängområde
- ▲ Tidpunkt för arrangemanget
- ▲ Samråd med markägare, rättighetsinnehavare och myndigheter
- ▲ Banläggning i stråk
- ▲ Frizoner för vilt
- ▲ Skydd av känsliga biotoper

Vägledning Naturvårdsverket

- ▲ Arrangemang ska planeras så att de kan genomföras med hänsyn till
 - ▲ Naturen
 - ▲ Markägare och rättighetsinnehavare
 - ▲ andra friluftsutövare
- ▲ Det innebär bland annat:
 - ▲ Hänsyn till plats, tid och aktivitet
 - ▲ Dialog och samråd med myndigheter och markägare
 - ▲ Bedömning av påverkan på naturmiljön
 - ▲ Särskild hänsyn under vårperioden



A male orienteer is captured in action, running through a dense forest. He is wearing a blue and white long-sleeved athletic jersey with a red logo on the chest and a race bib. He is holding a map in his right hand and looking intently at it. The background is filled with tall, thin trees and lush green foliage, creating a sense of being deep in the woods. The lighting is bright, suggesting a sunny day.

Frågor/kontakt

Joacim.Ingelsson@orientering.se

Kort rörelsepaus
återsamling 14:05



14 MARS 2026

SOFT:s arbete med kommunikation

_____ Tero Marjamäki



Agenda

Synen på orientering

Förändringsresor

Kommunikationsenheten

Medielandskapet

Uppdaterad grafisk profil

“The single biggest
problem in
communication is the
illusion that it has taken
place”

George Bernard Shaw

Kommunikation är inte
vad du säger.
Det är vad den andra
personen förstår.

Hej ChatGPT....

...jag vill att du skapar en bild av en
orienterare, en som du tror att svenska
folket ser orienterare som, tänk stereotyper

...Här är en bild av en stereotypisk orienterare, som jag tror många svenskar föreställer sig – pannband, glasögon, knälånga strumpor, karta och kompass i handen, och lite lera på skorna från skogsäventyret. Vad tycker du, stämmer det med bilden du hade i huvudet? 😊



Nu då...



Synen på orientering

Synen på orientering, enligt svenska folket via Synovate (2011)

- ▲ Bilden av orientering är positiv – men ganska smal
- ▲ Många känner till sporten – få engagerar sig själva
- ▲ Utmaningen är inte bilden – utan tröskeln in

Synen på orientering, enligt svenska folket via Novus (2024)

- ▲ Orientering är en lågkännedomssport
- ▲ Bilden av orientering är smal och stereotyp
- ▲ Tröskeln upplevs som hög

Andra sporter som gjort en förändringsresa



Formel 1 – från tekniksport till
storytelling



Löpning – från smal aktivitet till
massrörelse



Klättring – från subkultur till
mainstream

Gemensamma nämnare

De ändrade berättelsen. Inte sporten, utan hur man pratar om den.

Fokus på upplevelse och identitet snare än teknik och regler.

Tydlig kärna. Kommunikerar den om och om igen.

Gå från sport till upplevelse och identitet.

Genom att sänka trösklar och öka förståelsen för sporten.

Stora event och kopplat sporten till livsstil och hälsa = social och inkluderande.

Vi har förutsättningarna

- ▲ Helt rätt i tiden
- ▲ Relevant aktör i samtiden
- ▲ Natur + motion + utmaning
- ▲ Utmaningen är bilden och tröskeln in, inte själva "produkten".



En rörelse i förändring

Idrottslandskapet har blivit betydligt bredare och mer diversifierat.

Idrottsrörelsen har genomgått en kraftig breddning.

Ökad konkurrens på flera sätt: Fler sporter. Innebandy, discgolf och padel några som tillkommit senaste 30 åren.

De idrottsliga valmöjligheterna har ökat.

För många är motionsspår, gym och andra träningslokaler fullgoda alternativ till idrott i föreningsregi.

Andra föredrar löst organiserade äventyrs- och modesporter.

Den traditionella folkrörelsemodellen har fått ökad konkurrens inte bara från andra fritidssysselsättningar utan även från idrott i nya former.

En mediebransch i förändring

Samtidigt har mediemarknaden helt ritats om.

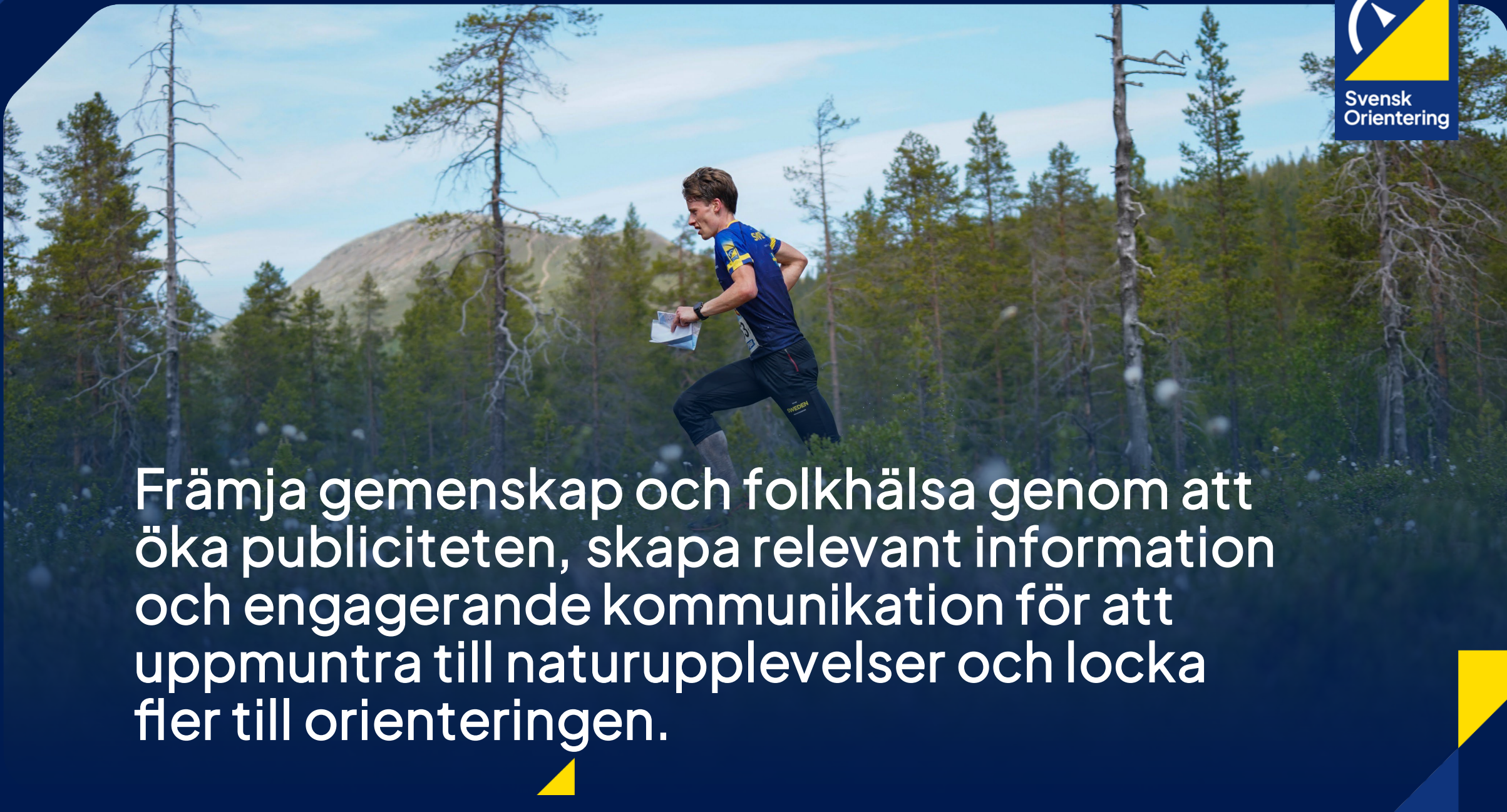
1984 fanns en TV-kanal och tre radiokanaler.

2026 finns tusentals digitala distraktioner.

Att locka människor ut i rörelse är därför en helt annan utmaning. De stora sporterna har också blivit större – och fått mer ekonomiska muskler och fler kommunikativa muskler. Fotbollsförbundet har exempelvis 15 anställda inom kommunikation och varumärke och ännu fler specialister. Plus alla ligor och klubbar. Hockeyförbundet har sju anställda och ännu fler specialister knutna till sig. Plus alla ligor och klubbar. Skidförbundet och skidskytte – stora vintersporter har liknande uppsättning. SVT har en ny strategi – folksporterna och landslagen först. Samtidigt som de stora sporterna blivit sina egna mediehus och profiler som dikterar mediernas agenda.

Uppdrag: Växa orienteringen



A photograph of a male orienteer in a blue and yellow jersey running through a forest, holding a map. In the background, there are tall pine trees and a large, rounded rock formation under a blue sky with light clouds.

Främja gemenskap och folkhälsa genom att
öka publiciteten, skapa relevant information
och engagerande kommunikation för att
uppmuntra till naturupplevelser och locka
fler till orienteringen.

Experter & Inhousebyrå



Tero Marjamäki (fria medel)
Strategi, budget, Press, PR



Tilda Segerslätt (fria medel)
Grafik, social medier, skriva



Johan Trygg (Orienteraren)
Redaktör, fota, skriva

Experter & Inhousebyrå



Simon Rehnström (projektmedel)
Foto, film, skriva



Anna Wennertorp (Events AB)
Marknad, upplevelse

Tillsamman: Skriva/Copy, Layout/grafik, PR/press, Foto/Film, Marknadsföring, Projektledning/produktionsledning



En avdelning – för hela Svensk Orientering

- ▲ Året runt – fokus att lyfta orienteringen.
- ▲ Utgår från basuppdraget
- ▲ Landslaget – skyltfönstret utåt. Bygga profiler och hjälpa SVT.
- ▲ Projektkommunikation
- ▲ Basen – tävlingsprogrammet
- ▲ Stöd och experter till rörelsen

Kanaler & målgrupper

Hur vet vi om vi lyckas?

- ▲ Följare
- ▲ Prenumerationer
- ▲ Räckvidd
- ▲ Engagemang

Statistik 2025	2024 resultat	2025 mål	2025 utfall
SOME			
Instagram, följare	18 184	19096 (5 % ökning)	19 863 = 9 %
Instagram, räckvidd	558 452	586374 (5 % ökning)	3905869= 599 %
Facebook, följare	16 291	17107 (5 % ökning)	17 340 = 6 %
Facebook räckvidd	3 041 580	3 193 659.0 (5 % ökning)	3700641= 22 %
Linkedin, följare	1 250	1502 (20 % ökning)	1422= 14 %
Tiktok, följare	1 284	1932 (50 % ökning)	1648=28 %
Youtube, prenumeranter	2 940	3528 (20 % ökning)	3110= 6 %
Retriever			
Orientering antal träffar	6 468	6 791 (5 % ökning)	7390 = 14 %
All Ears			
Omnämmanden	6 000	6297 (5 % ökning)	5838 = - 2.7 %
Nyhetsbrev			
Kontrollen	45 % öppningsgrad	50 % öppningsgrad	42.5
(Till data nedan, titta på Engagemang, målsida)			
Hemsidan			
Hemsidan antal användare	477 024	477024 (ingen ökning)	459 782 = - 3.6 %
Hemsidan antal sessioner	1 037 031	1 037 031	1194075= 15 %
Engagemangstid	2 min 14 sek	2 min	1 min 46 sek
Lix-värde Orientering.se (54 start)	55 (44)	50 (40)	56 (43)
Orienteraren			
Orienteraren- etidningen läsare	3 139	3 300	8252= 150 %*
Orienteraren- etidningen sessioner	5 846	6138 (5 % ökning)	6082=4 % *
Orienteraren - etidning lästid	4 min 4 sek	4 min	3 min 41 sek
Betalande prenumeranter	3 472	3 988 (15 % ökning)	3412 = -2 %
Öqitalt	215	299 (40 % ökning)	229 = 7 %

Pressklipp 2025

6362 artiklar



Helena Bergman (tidigare Jansson) under orienterings-VM i Sverige 2016. Bild: Adam Ilse/

Tidigare VM-stjärna gör comeback

Sport • Hon har flera VM- och EM-guld på meritlistan, men har inte sprungit för orienteringslandslaget sedan 2018. Nu gör Helena Bergman (tidigare Jansson) comeback i den blågula dräkten – 39-åringen är tillbaka till sprint-EM i Relais



**Anton Johansson har tävlat för blågu
är örebroaren fast medlem i svenska
inför 2026.**

Anton Johan tillbaka i lan



14 Sport Nyhetschef: Markus Backström, 023-935 65, markus.backstrom@falukronan.se
 Tjän: anna.sporon@falukronan.se

SVC SPORT

Nyheter Lokalt Sport SVT Play Barn Tv-tablå Alla program Om SVT



Hanna Lundberg, Tove Alexandersson och Sanna Fasth språk

Orientering i parker vann Årets friluftsluft



Vinnare Årets friluftsliv i kategorin Sänkta trösklar. Medverkar på bilden: Josefine Åhrman, generalsekreterare Svenskt Friluftsliv, Moira Widell, Svensk orientering, Susanne Månarp, Svensk orientering och Cecilia Magnusson, ordförande Svenskt Friluftsliv.

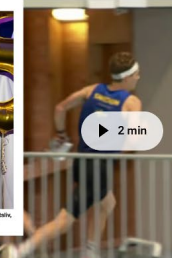


Tove tangerade legendaren: "Betyder inte jättemycket"

[illegible]

Max Peter Bejmer vann totala världscupen i orientering

UPPDATERAD 28 SEPTEMBER 2025 PUBLICERAD 28 SEPTEMBER 2025



1000



SSUSA

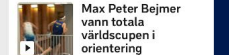
SENASTE AVSNITTET PÅ SVT PLAY



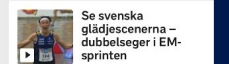
100

Sportnytt
Idag 09:41

MEST TITTAT ORIENTERING



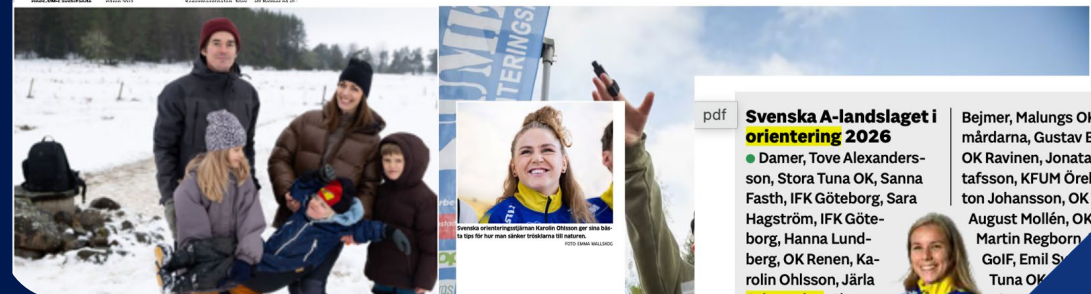
100



LOGGA IN PRENUMERERA

Testar karta och kompass i egna kvarter

Publicerad 07 juni kl. 11:00



Svenska A-landslaget i orientering 2026

● Damer, Tove Alexandersson, Stora Tuna OK, Sanna Fasth, IFK Göteborg, Sara Hagström, IFK Göteborg, Hanna Lundberg, OK Renen, Karolin Ohlsson, Järila

Bejmer, Malungs OK
mårdarna, Gustav B
OK Ravinen, Jonatan
tafssson, KFUM Öreb
ton Johansson, OK
August Mollén, OK
Martin Regborn, Hagaby
Golf, Emil S
Tuna OK
Svensk,

Nästa steg

För att lyfta oss till nästa nivå

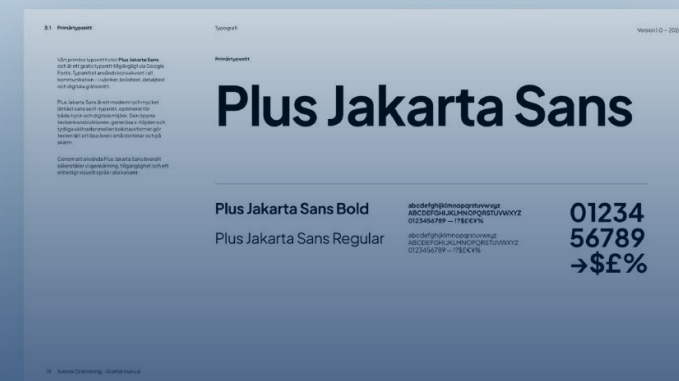
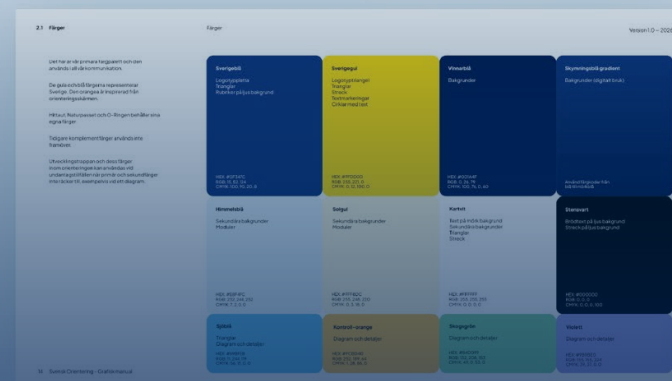
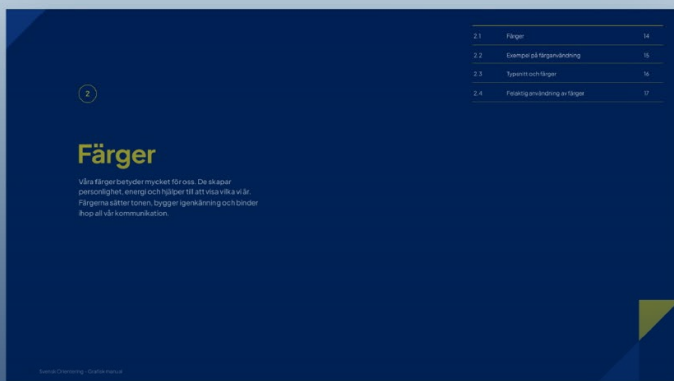
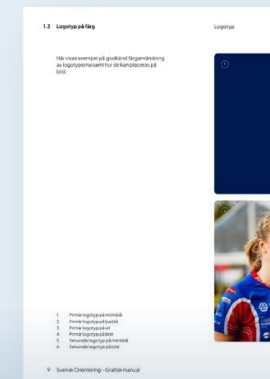
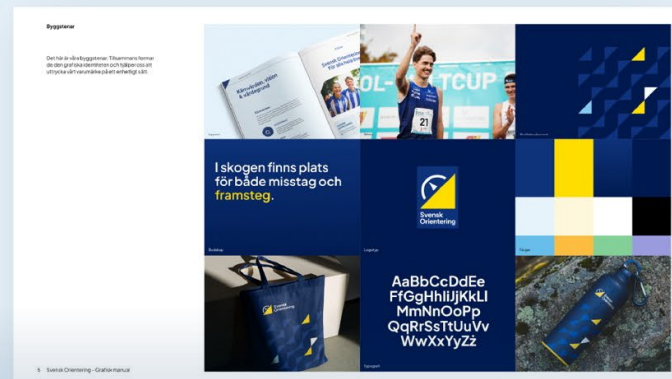
Uppdatering av **Grafisk manual**

Bakgrund och nya riktlinjer



“Your brand is what
people say about you
when you’re not in the
room.”

Jeff Bezos



Vi har utgått från det som redan finns
och gjort det **tydligare**, mer **tillgängligt**
och mer **enhetligt**.

Förord

Det har hänt mycket sedan vi senast uppdaterade vår profil. Vi har vuxit, både som rörelse och som varumärke. Svensk Orientering står för mer i dag än tidigare – Vi är för alla, hela livet. Potentialen framåt är stor, samtidigt som det digitala samhället utvecklas snabbt. Därför har vi tagit ett nytt grepp om vår grafiska profil och vår grafiska karta, så att vi kan växa tillsammans.

Orienteringen är unik. Den rymmer rörelse, gemenskap och äventyr genom hela livet. Det vill vi spegla i vår grafiska profil som är framtidsanpassad, tillgänglig och lätt att känna igen, för att göra det enklare att nå ut och bjuda in fler till orienteringen.

Du kommer att se mjukare former som symboliserar att vi är en varm och välkomnande rörelse. Vår logotyp skrivs med gemener, för vi behöver inte skrika. Vi hörs ändå. Vårt nya typsnitt är lättläst, fungerar bra digitalt och är tillgängligt för många. I kursivt signalerar det fart och riktning framåt. Färgerna vi valt har tydlig koppling till vår idrott. Våra grafiska element, symboler och ikoner är moderna, men rotade i vår historia. Bildmanéret är varmt, äkta och genuint.

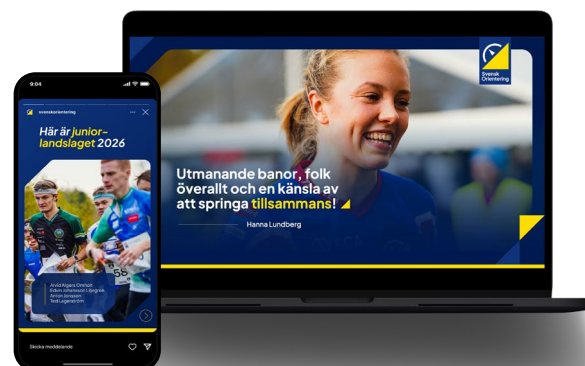
Oavsett sammanhang ska vi vara lätta att känna igen. Den uppdaterade profilen är ett gemensamt verktyg som gör det enklare att kommunicera, nå ut och arbeta tillsammans på ett enhetligt sätt. Så se vår grafiska profil som en guide att hjälpa till att skapa en igenkänning i allt vi gör.

Varmt välkommen att ta del av och inspireras av vår grafiska karta.

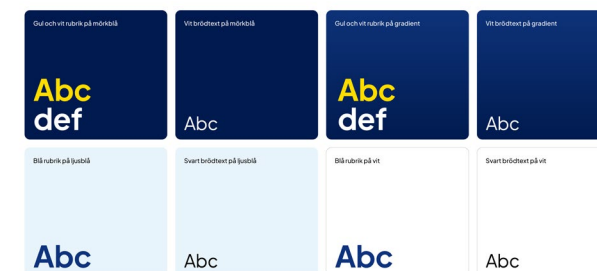
Bakgrund till uppdateringen



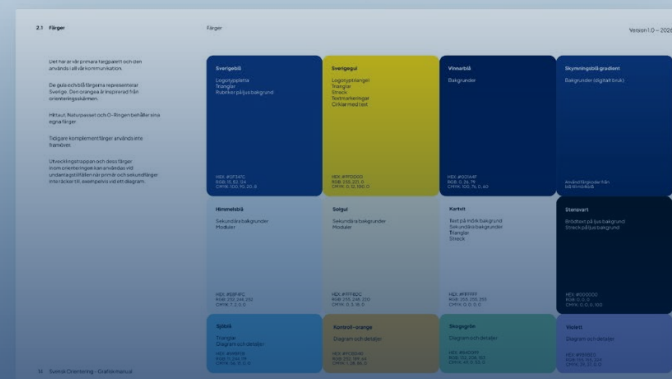
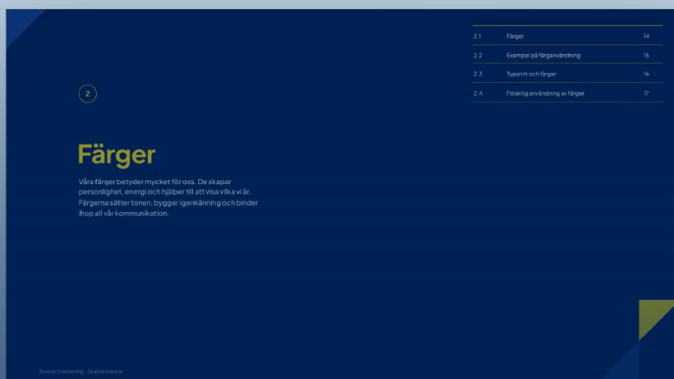
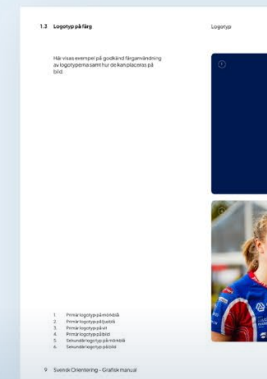
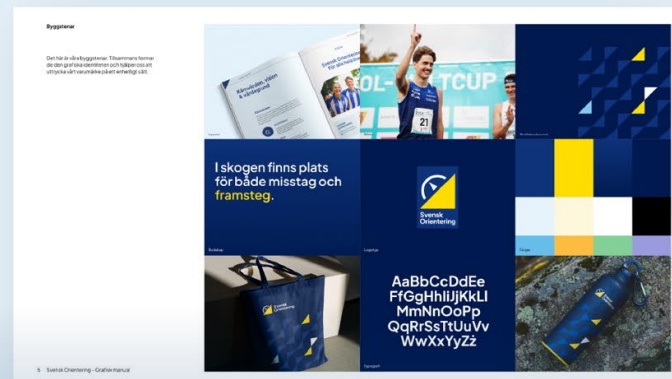
Hålla samman, förtydliga,
inspirera och vägleda



Modernisera och anpassa till
det digitala samhället



Tillgänglighet och
användarvänlighet



Uppdateringen sker **successivt**. Befintligt material behöver inte bytas ut direkt utan **uppdateras** i samband med **nyproduktion**.

Dessa koncept behåller sina profiler



naturpasset



hittaut

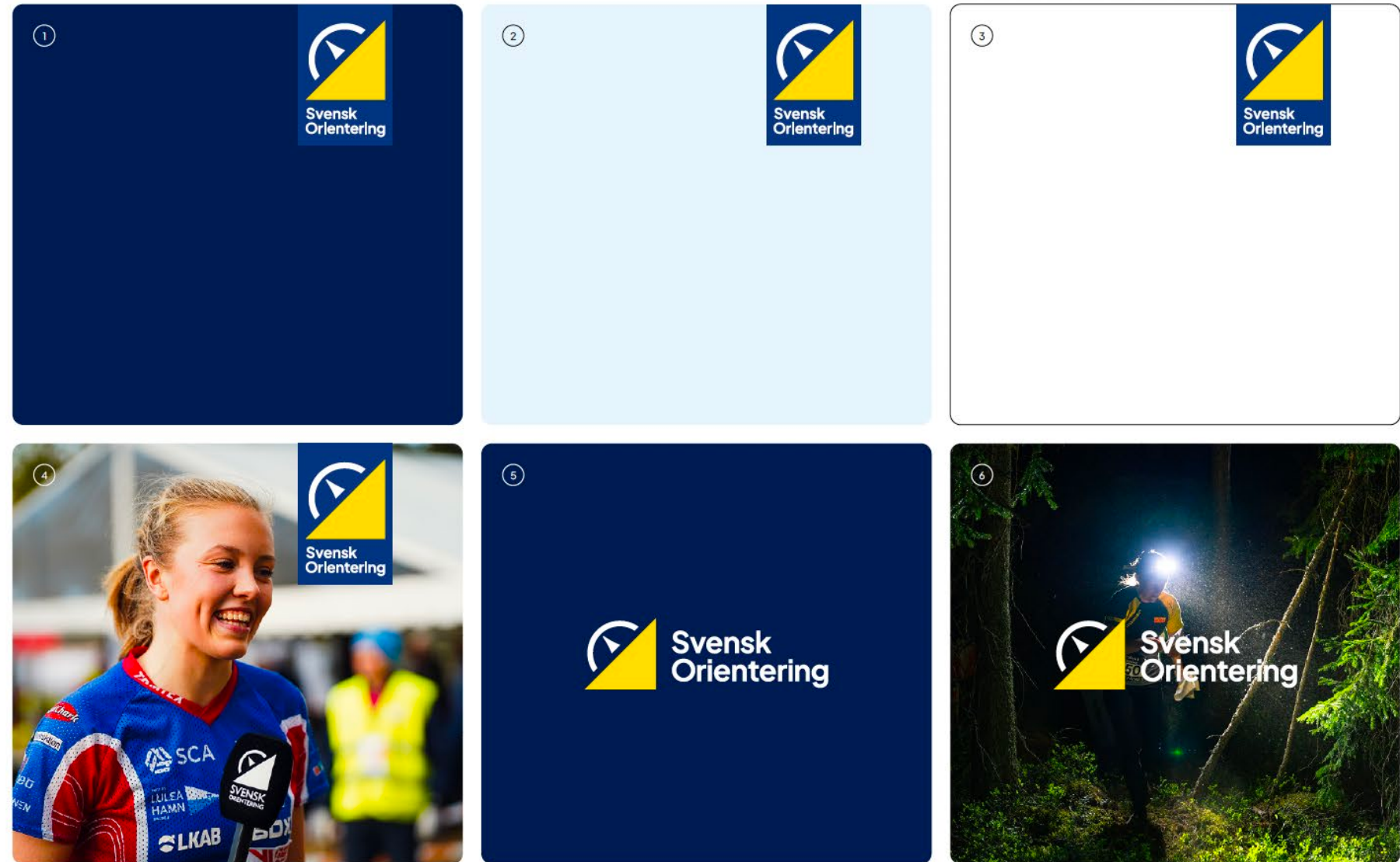


motionsorientering



Innehållsförteckning	02				
Byggstenar	03				
01 Logotyp		04 Grafiska element		07 Applicering	
Logotypöversikt	05	Triangelmönster	24	Instagramposts	42
Logotyphierarki	06	Triangelement	25	Instagram Stories	43
Logotyp på färg	07	Triangelement – Färganvändning	26	Layout dokumentframsidor	44
Logotypplacering	08	Den gula linjen	27	Inlagor & uppslag	45
Felaktig användning av logotypen	09	Den gula linjen – Färganvändning	28	Inbjudan	46
Symbol	10	Tunna streck	29	Diplom	47
		Moduler	30	Layout enklare dokument	48
		Sekundärt element – Höjdkurvor	31	Presentationsslides	49
		Sekundärt element – Stigar	32	Kampanjtor	50
		Punktlistor	33	Statistik & grafer	51
				LinkedIn-banner	52
02 Färger		05 Bildmanér		Videografik	53
Färger	12	Bildmanér	35	Teams-bakgrund	54
Exempel på färganvändning	13	Bildramar	36	Översikt	55
Typsnitt och färger	14	Gradient	37		
Felaktig användning av färger	15				
		06 Ikoner och knappar		Checklista	56
03 Typografi		Siffror, pilar & knappar	39	Kontakt	57
Primärtypsnitt	17	Ikoner	40		
Primärtypsnitt	18				
Typsnittshierarki	19				
Typografisk betoning	20				
Typografiskt exempel	21				
Felaktig typografianvändning	22				

Här visas exempel på godkänd färganvändning av logotyperna samt hur de kan placeras på bild.



1. Primär logotyp på mörkblå
2. Primär logotyp på ljusblå
3. Primär logotyp på vit
4. Primär logotyp på bild
5. Sekundär logotyp på mörkblå
6. Sekundär logotyp på bild



SOFT_Distriktslogotyp_Blekinge.png



SOFT_Distriktslogotyp_Bohuslän-Dal.png



SOFT_Distriktslogotyp_Dalarna.png



SOFT_Distriktslogotyp_Gotland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Gästrikland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Göteborg.png



SOFT_Distriktslogotyp_Halland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Hälsingland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Jämtland-Härjedalen.png



SOFT_Distriktslogotyp_Medelpad.png



SOFT_Distriktslogotyp_Norrbotten.png



SOFT_Distriktslogotyp_Skåne.png



SOFT_Distriktslogotyp_Småland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Stockholm.png



SOFT_Distriktslogotyp_Södermanland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Uppland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Värmland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Västerbotten.png



SOFT_Distriktslogotyp_Västergötland.png



SOFT_Distriktslogotyp_Västmanland.png



Det här är vår primära färgpalett och den används i all vår kommunikation.

De gula och blå färgerna representerar Sverige. Den orangea är inspirerad från orienteringsskärmen.

Hittaut, Naturpasset och O-Ringen behåller sina egna färger.

Tidigare komplementfärger används inte framöver.

Utvecklingstrappan och dess färger inom orienteringen kan användas vid undantagstillfällen när primär och sekundfärger inte räcker till, exempelvis vid ett diagram.

Sverigeblå Logotypplatta Trianglar Rubriker på ljus bakgrund HEX: #0F347C RGB: 15, 52, 124 CMYK: 100, 90, 20, 8	Sverigegul Logotyptriangel Trianglar Streck Textmarkeringar Cirklar med text HEX: #FFDD00 RGB: 255, 221, 0 CMYK: 0, 12, 100, 0	Vinnarblå Bakgrunder HEX: #001A4F RGB: 0, 26, 79 CMYK: 100, 76, 0, 60	Skymningsblå gradient Bakgrunder (digitalt bruk) Använd färgkoder från blå till mörkblå
Himmelsblå Sekundära bakgrunder Moduler HEX: #E8F4FC RGB: 232, 244, 252 CMYK: 7, 2, 0, 0	Solgul Sekundära bakgrunder Moduler HEX: #FFF8DC RGB: 255, 248, 220 CMYK: 0, 3, 18, 0	Kartvit Text på mörk bakgrund Sekundära bakgrunder HEX: #FFFFFF RGB: 255, 255, 255 CMYK: 0, 0, 0, 0	Stensvart Brödtext på ljus bakgrund Streck HEX: #000000 RGB: 0, 0, 0 CMYK: 0, 0, 0, 100
Sjöblå Trianglar Diagram och detaljer HEX: #69BFEB RGB: 11, 244, 119 CMYK: 56, 15, 0, 0	Kontroll-orange Diagram och detaljer HEX: #FCBD40 RGB: 252, 189, 64 CMYK: 1, 28, 86, 0	Skogsgrön Diagram och detaljer HEX: #84D099 RGB: 132, 208, 153 CMYK: 49, 0, 53, 0	Violett Trianglar Diagram och detaljer HEX: #9B9BE0 RGB: 155, 155, 224 CMYK: 39, 37, 0, 0

Vårt primära typsnitt heter **Plus Jakarta Sans** och är ett gratis typsnitt tillgängligt via Google Fonts. Typsnittet används konsekvent i all kommunikation – i rubriker, brödtext, detaljtext och digitala gränssnitt.

Plus Jakarta Sans är ett modernt och mycket lättläst sans serif-typsnitt, optimerat för både tryck och digitala miljöer. Den öppna teckenkonstruktionen, generösa x-höjden och tydliga skillnaden mellan bokstavsformer gör texten lätt att läsa även i små storlekar och på skärm.

Genom att använda Plus Jakarta Sans överallt säkerställer vi igenkänning, tillgänglighet och ett enhetligt visuellt språk i alla kanaler.

Primärtypsnitt

Plus Jakarta Sans

Plus Jakarta Sans Bold

Plus Jakarta Sans Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$£€¥%

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$£€¥%

01234
56789
→ \$£%

Svensk Orienterings primära typsnitt är Plus Jakarta Sans. I de fall där detta typsnitt inte är tillgängligt, används Arial som alternativt typsnitt.

Arial är valt eftersom det har liknande proportioner och teckenbredd som Plus Jakarta Sans, vilket gör att texten i stort sett tar lika stor plats. Detta minimerar risken för att radbrytningar, sidindelning eller layout förändras när dokument öppnas i olika miljöer.

Fallbacktypsnittet är särskilt viktigt i sammanhang där material skickas mellan olika mottagare, till exempel presentationer, Word-dokument eller andra redigerbara filer. Genom att använda Arial säkerställs att innehållet visas på ett konsekvent och förutsägbart sätt, även när originaltypsnittet saknas.

Alternativt typsnitt

Arial

Arial Bold

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$€¥%

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$€¥%

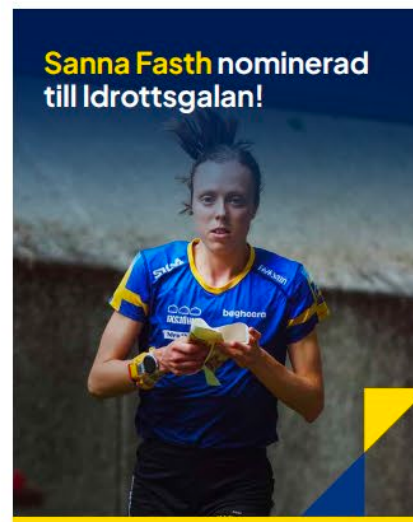
01234
56789
→ \$£%

Våra bilder ska vara ljusa och levande, med människor i centrum. Bildspråket ska förmedla rörelse, energi och glädje, med färger som är klara och mättade utan att upplevas överdrivna. Ibland kan kort skärpedjup användas för att skapa effekt.

Undvik Stockphoto-bilder och AI-bilder.



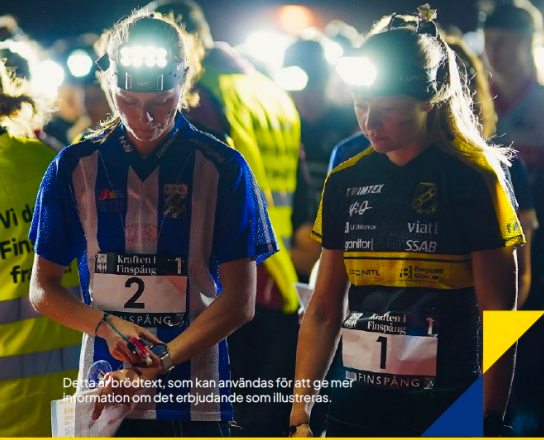
Här visas exempel på hur vårt visuella uttryck kan tillämpas för att skapa ett enhetligt och igenkännbart uttryck i sociala medier. I annonserat material kan ett mer grafiskt uttryck användas, medan innehåll i flödet bör vara något mer nedtonat för att upplevas naturligt och lättillgängligt.





Det här är en rubrik

Det här är en vit underrubrik i SemiBold som är mindre än rubriken.



Detta är brödtext, som kan användas för att ge mer information om det erbjudande som illustreras.

Välkomnansrapport 2026

Kärnvärden, vision & värdegrund

Svensk Orientering – För alla hela livet

Kärnvärden

Våra kärnvärden är de ledord som följer oss överallt i vår verksamhet. De är grundstenen i vår verksamhet. De är de värderingar som vi vill ha i oss själva och i andra. De är de värderingar som vi vill ha i oss själva och i andra. De är de värderingar som vi vill ha i oss själva och i andra.

NYFIKENHET

Vi vill att våra nyfikenhet ska vara en del av oss. Vi vill att våra nyfikenhet ska vara en del av oss. Vi vill att våra nyfikenhet ska vara en del av oss. Vi vill att våra nyfikenhet ska vara en del av oss.

MOD

Vi vill att våra mod ska vara en del av oss. Vi vill att våra mod ska vara en del av oss. Vi vill att våra mod ska vara en del av oss. Vi vill att våra mod ska vara en del av oss.

STOLTHET

Vi vill att våra stolthet ska vara en del av oss. Vi vill att våra stolthet ska vara en del av oss. Vi vill att våra stolthet ska vara en del av oss. Vi vill att våra stolthet ska vara en del av oss.



SVENSK ORIENTERING

Står för ett utövande i idrotten, orientering och ett utövande i hela livet.

FÖR ALLA

Välkommer alla till orienteringen och vill vara en del av oss. Vi vill att våra nyfikenhet ska vara en del av oss. Vi vill att våra mod ska vara en del av oss. Vi vill att våra stolthet ska vara en del av oss.

HELA LIVET

Välkommer alla till orienteringen och vill vara en del av oss. Vi vill att våra nyfikenhet ska vara en del av oss. Vi vill att våra mod ska vara en del av oss. Vi vill att våra stolthet ska vara en del av oss.

Orientering

Orientering innebär att med karta och kompass navigera sig fram i terrängen. Allt fler upptäcker hur kul det är att träna med både kroppen och hjärnan!

Här vill vi kort berätta om orienteringens grunder och om Hittahem, en orienteringsklubb för alla. Hittahem finns på en bostadsområde och parker, men inte i stora skogar. Därför är Hittahem en perfekt aktivitet för dig som inte tidigare testat orientering. Banaom bjuder även på utmanande vägar för vana orienterare.



Det här är orientering

Villste du att du orienterar när du har tiden ska hitta till en ny plats? Du tar del av en beskrivning, jämför med verkligheten, hittar utskil efter ett landmärke att ta sikte på. Så småningom är du framme – kanske för att möta en vän eller njuta av en vacker utsikt.

Orientering som idrott handlar om precis samma sak – att röra på sig, hitta rätt, komma i mål och dela upplevelsen med andra.

En orienteringsbana består av start, en rad kontrollposter som ska besökas i rätt ordning, och mål. Kontrollerna är markerade med ringar på kartan och med orange-vita skärmar i terrängen.

Det går att orientera både i skog och stad, alla möter har sina utmaningar. Tävlingar anordnas oftast på nya platser men det går jättebra att orientera på samma ställe flera gånger. Orientering är ett bra sätt att upptäcka sitt närområde på eller olika delar av Sverige!



Labbtema

Hej!

Välkommen till labbtemat ledarlaget just nu.

Labbuppgifterna är tänkta att ge dig en översikt över de olika delarna i labbtemat. De är tänkta att ge dig en översikt över de olika delarna i labbtemat. De är tänkta att ge dig en översikt över de olika delarna i labbtemat.

Vilka kan delta?

Ledare eller klubblädares som bryr sig om föreningens välmående och framtid.

Hur går vi till väga?

Avslut utgått två timmar för hela labbtemat. Labbtemat har tre delar: en uppvärmning, ett huvudexperiment och en avslutning. Utan någon som leder labbet och någon som skriver ner viktiga saker ni kommer på. Läs igenom labbreglerna innan ni börjar.

Lycka till!

Labbregler

- Ledaren bjuder på en introduktion.
- Det är ett omfattande arbete, utvärderat och testat.
- Vissa punkter är obligatoriska, till exempel:
- Lyssna och försök förstå andras perspektiv.
- Respekt för varandra och för varandra.
- Det är viktigt att delta.

Uppvärmning

Värdera 1-6

Vinider detta labbtema med en värderingsövning.

Före

- Utse någon som leder övningen.
- Var och en ställer sig längs linjen på den siffra som anger vad man tycker i frågan.

Under

- Ledaren läser den första frågan som finns här nedanför.
- Var och en ställer sig längs linjen på den siffra som anger vad man tycker i frågan.

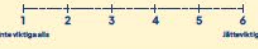
Eftersnack

- Diskutera med den som står närmast: varför står du där du står?
- Beakta för alla: vad komni fram till vid de olika siffrorna? Binge till?

Frågor

Hur viktiga är vi som ledare:

- för föreningens överlevnad?
- för att rekrytera fler ledare?
- för att behålla fler ledare?



Huvudexperiment

1/2

Här har vi kommit till labbtemats huvuddel: fyra labbuppgifter som diskuteras i grupper. Fyra labbuppgifter som diskuteras i grupper. Fyra labbuppgifter som diskuteras i grupper.

- Roller. Vilka roller i föreningen är det som leder?
- Kartläggning. Vilka har ett ledningsuppgift i föreningen idag? Vilka har ett ledningsuppgift i föreningen idag? Vilka har ett ledningsuppgift i föreningen idag?
- Luckor att fylla. Om ni behöver rekrytera, vilka roller och personer ska ni rekrytera?
- Vem är tillräckligt? Vem kan bli en ledare i en förening idag? Vilka vill ni ska kunna bli en ledare i en förening idag? Vilka vill ni ska kunna bli en ledare i en förening idag?
- Introduktion. Hur får ni upp nya ledare? Hur får de veta vad föreningen värderar och vad som gäller?

En idrott för hela livet

Ung eller gammal, nybörjare eller erfaren – orientering är en idrott som passar alla. På orienteringsbänningar finns det oftast tävlingsklasser från 8 till 85 år, och man ser ofta flera generationer som idrottar samtidigt. Alla kan detta och orientera på sina egna villkor, och det är aldrig för sent att börja!

Orientering är mycket mer än motion och tävling – den sociala gemenskapen är en stor del av idrotten. Många föreningar anordnar soppiknir och fikar i anslutning till tävlingar.

BLI BÄTTRE PÅ MYCKET

I orientering får du träna på många olika saker. Du får:

- Lära dig att leta
- Öva på att vänta på din tur
- Bättre motorik
- Bättre kondition och styrka
- Öva på att förstå och nummerordning
- En rolig stund i naturen
- Täffa nya människor
- Bättre självförtroende och ansvarskänsla



VISSTE DU ATT...

- ...det finns omkring 550 orienteringsklubbar i Sverige, som ordnar tränings, tävling och prova-på-aktiviteter?
- ...det finns massor av möjligheter att prova orientering, både i grupp och på egen hand?

Läs mer i slutet av broschyren!

Två länkar

[Grafisk profil](#)

[Bildbank](#)

Frågor?

kommunikation@orientering.se

14 MARS 2026

Strategi 2035

— Anders Sahlén och Kristina Ljungros





O

O

O

O

O

O

O

O

O

O

N

N

N

Sverigeresan

Planering
Omvärldsbevakning

Dialogfas

Förankringsprocess

Beslutsprocess

14 MARS 2026

Energipaus

Återsamling 15:30

