

Oppsummering Strategisamling 2025

16. september 2025

Deltagere:

Styret: Kjell Fordal, Odd Martin Solem, Harald Bjørlykke, Tove Eivindsen, Mia Kiønig Vollan og Silje Hoel Fossen.
Fravær: Bodil Helen Andersen

Ekstern:

Adm: Frode Støre Bergrem, Torunn Haugrønning, Jonny Remmereit, Jesper Sjøstad Jørgensen og Simen Bruheim.

Tid: 1600-1930

Sted: Rønningen

○

☒ Oppsummert strategiske prioriteringer

Styret la følgende føringer for arbeidet med strategien og forventer at disse føringene reflekteres i budsjett og handlingsplan i 2026. Styret ønsker at det skal brukes ressurser til hytteprosjektene framover for å skape større framdrift.

- Hytteutvikling
 - Løse kapasitetsutfordringer på Gjevilvasshytta – Skal prioriteres først.
 - Øke gjennomføringskraften. Prosjektledelse er en del av investeringene.
 - Avklare driftsform på Schulzhytta
- Øke medlemsmassen
 - Etablere en tydelig og attraktiv medlemsstrategi for å sikre måloppnåelse
 - Jobbe aktivt for å øke medlemslojalitet fra år to og tre
 - Tydeligere medlemsfordeler, vurdere fordelsprogram
- Helhetlig satsning på Trondheimsmarka
 - Utarbeide en tydelig konseptplan for satsningen og TT sin rolle i marka
 - Fullføre påbegynte prosjekter som Gråkallhytta og Rønningen ubetjent
- Grønn mobilitet
 - Hvor er de viktigste grønne startpunktene?
 - Samarbeid med aktuelle aktører for å bedre kollektivtilbud et og skilting til startpunkter
 - Balansere bærekraft med besøksvekst
- Økonomisk bærekraft og investeringsvilje
 - Utnytte god likviditet til strategiske investeringer innen eksisterende rammer.

- Følge langtidsplan og investeringsbudsjett uten å øke lønnsbudsjettet for investeringer
- Organisasjon
 - Bygge en sterkere frivillighet med kompetanse, felleskap og gjennomføringsevne
 - Involvere frivillige med ulike typer kompetanse som for eksempel prosjektledelse

Referat fra møtet

1. Velkommen fra styreleder og innledning ved daglig leder

Sammendrag: mål og forventninger – innspill fra deltakere innledningsvis

Mål for samlingen

- Avklare hva som blir viktigst å gjøre framover
- Få et klart bilde av hvilke oppgaver vi skal starte med og i hvilken rekkefølge
- Konkretisere strategivalgene fra tekst til handling
- Gjøre strategien mer navigerbar og spissformulere hovedmålene
- Definere hva som skal være annerledes om ett år for å øke gjennomføringsevnen
- Identifisere hvilke tiltak som gir flest nye medlemmer, mest hyttebesøk, økt aktivitet og økt frivilliginnsats
- Spisse hytte- og rutestrategien med tydelige signaler på prioriterte satsingsområder
- Vurdere driftsform for Schulzhytta og tørre å ta beslutninger tidlig

Forventninger fra deltakerne

- Gode diskusjoner om prioriteringer
- Klare strategivalg for Trondheimsmarka og øvrige satsinger
- En tydelig plan for kommunikasjon som forenkler hverdagen og når målgruppene
- Innspill på styrets tanker om aktivitet og ønsket retning
- Forbedring av hyttene og rutetilbudet
- Et engasjerende arbeidsmøte med konkrete, praktiske utfall

Kort oppsummering av status og innledende innspill

- Status 2024 og hovedmål for 2031 ble raskt gjennomgått (ved Frode)
- Spørsmål om administrasjonen har tro på strategien
- Bekreftelse på at TT er solid med god likviditet og investeringskapasitet
- Behov for flere tall og innsikt fra aktivitetsdata

2. 📅 Tidsakse: Tre faser i strategiperioden (diskusjonsgrunnlag)

◆ Fase 1: Fundament (2025–2026)

◆ Fase 2: Utvikling (2027–2028)

◆ Fase 3: Konsolidering (2029–2031)

Et forslag til en tidsakse ble presentert (se utsendt dokumentasjon).

Følgende innspill ble gitt:

- Medlemsvekst er veldig viktig og bør prioriteres høyt, fokus på hvorfor skal man være medlem
- Medlemslojalitet og fordelsprogram er et verdivalg for organisasjonen
- Vi må gjenskape medlemsvekst og vekst på hytteovernatting
- Strategien inneholder mye, både veivalg som styret skal beslutte og oppgaver som administrasjonen bare kan gjennomføre
- Hvordan tenker administrasjonen at vi skal prioritere? Fundamentet 2025-2026 fase 1? Bygge organisasjonen for vekst, kartlegge, kunnskapsinnhenting. Vil det føre til liten fremdrift på måltallene?
- Gjevilvasshytta er en flaskehals og bør prioriteres
- TT bør øke prosjekteringskapasiteten /kompetansen for å få fart på prosjektene på Gjevilvasshytta, hytta ved Gråkallen. og Rønningen ubetjent. Hva med et strategisk samarbeid med et snekkerfirma. Administrasjonen må øke tempoet for gjennomføring. Viktig med profesjonalisering – bygge laget
- Viktig å ikke bruke personalressurser på områder man ikke vet om vil gi oss eksempelvis flere medlemmer (hva med stier i marka?).
- Trondheimsmarka er et marked man må lage
- Skal Rønningen ubetjent være eksklusivt for medlemmer?
- Vi må komme i gang nå - tempoet må opp

3. ★ Spesielle satsinger – gruppediskusjon

Oppsummering fra gruppearbeidet:

🌲 Gruppe 1: Trondheimsmarka-satsing

Hva har TT i dag?

- **Rønningen Friluftssarena** – etablert som aktivitetsknytepunkt
- **Rønningen ubetjent hytte** – under planlegging
- **Hytta ved Gråkallen** - under planlegging
- **Aktivitetsportefølje**: Topp7, Opptur, TT-veteranan, RettUt, nærturer, Til Topps m.fl.

Strategisk retning

- TT må definere sin rolle i Trondheimsmarka: Skal vi være tilrettelegger, verner eller utvikler?
- Behov for en helhetlig og tydelig **konseptplan for hyttenettverk** – hva er den overordnede idéen ("kongstanken")?

Hyttebruk og medlemskap

- Bør **Rønningen ubetjent** og **Gråkallhytta** være eksklusiv for medlemmer? Dette valget bør sees i sammenheng med en eventuell fordelsstrategi og medlemslojalitet.
- Diskusjon om **hytte-til-hytte-konsept** i marka vs. aktivitet rundt enkeltstående hytter
- Alternativt: hytter spredt i flere områder i Trondheimsregionen

Kunnskapsgrunnlag og prioritering

- Viktig å bygge på fakta og innsikt før nye investeringer.
- Før nye tiltak iverksettes, må TT **fullføre påbegynte prosjekter**, spesielt **Gråkallhytta**
- Dette gir et godt utgangspunkt for videre strategisk behandling og beslutninger knyttet til Trondheimsmarka.

Styrets føringer:

Trondheimsmarka har stort potensial som satsingsområde, men krever en tydelig strategi, ferdigstilling av påbegynte tiltak (Gråkallhytta og Rønningen ubetjent) og avklaringer rundt medlemsfordeler. En helhetlig konseptplan og kunnskapsbasert utvikling vil sikre at TT bygger et attraktivt og bærekraftig tilbud som leverer på flere av strategiens ambisjoner.

🏠 Gruppe 2: Hytteutvikling og 🚲 Grønn mobilitet

Grønn mobilitet:

- Hvor er de viktigste “grønne” startpunktene? Viktig med skilting og synliggjøring av startpunkt
- Bedre kollektivtilbud til startpunkt, tidlig dialog med AtB
- Balanse mellom bærekraft og besøksvekst

Hytteutvikling:

- Gjevilvasshytta – flaskehals for Trekanten i Trollheimen pga lavere sengekapasitet
- Schulzhytta driftskonsept – TT må sikre at vi har en kvalitet og en stabilitet på tilbudet
- Storerikvollen har driftsutfordringer – trenger et nytt energibyg
- Gråkallhytta og Rønningen ubetjent må fullføres

Styrets føringer

Fullføre påbegynte prosjekt

Øke gjennomføringskraften ved hjelp av innleide tjenester

Medlemskap og kommunikasjon

Fire hovedkanaler for medlemsrekruttering:

- Hytter og ruter – opplevelser og tilgjengelighet
- Turer og kurs – fellesskap og læring
- Frivillige – engasjement og tilhørighet
- Organisasjonens rolle (merking av ruter, naturvern, vindkraftengasjement, motorferdsel)

Dagens strategi

- Kontinuerlige «Bli medlem»-kampanjer i samarbeid med DNT
- Inspirerende markedsføring av ikoniske opplevelser (Trekanten, NPT)
- Aktiv promotering av kurs og fellesturer

Mulige tiltak framover

- **Fordelsprogram:** Belønne fornyelse med ekstra fordeler (OBOS-modell)
- **Eksklusiv tilgang:** Tidlig booking og spesialtilbud kun for medlemmer
- **Lojalitetsbygging:** Skape ansiennitet og redusere frafall etter første år
- **Konkrete fordeler:** Gratis overnatting, utstyrsreparasjon
- **Medlemskontroll:** Vurdere om selvbetjente hytter skal være forbeholdt medlemmer

Spørsmål for prioritering

- Hvordan sikre at alle medlemmer betaler og fornyer sitt løpende medlemskap?
- Hvilke målgrupper og kanaler gir størst rekrutteringsvolum?
- Skal vi først fokusere på rekruttering, lojalitet eller fordelsprogram?
- Bør alle selv- og ubetjente—være forbeholdt medlemmer?

Styrets føringer:

- Vurdere enkle, konkrete fordeler som gir umiddelbar verdi
- Segmentere målgrupper og tilpasse kommunikasjonen
- Vurdere eksklusivitet på utvalgte tilbud for å styrke medlemskapets verdi (eksklusiv tilgang på hyttebooking før lansering)
- Sikre tekniske og administrative løsninger som gjør innmelding og fornyelse enklere

En tydelig og attraktiv medlemsstrategi vil være avgjørende for å nå målene om vekst og engasjement innen 2031.

§ Økonomi og rammer

Status 2024:

- Solid økonomi, god likviditet
- Mulighet for investeringer

Styrets føringer:

- Langtidsplan og investeringsbudsjett
- Ta ut handlingsrommet innen eksisterende rammer