

Vad fungerar i 65+ verksamhet inom dansen?



Lärdomar, arbetssätt och inspiration från
kartläggning och pilotkampanjer inom
Svenska Danssportförbundet

1. Sammanfattning

Den här rapporten visar vad som fungerar i praktiken när föreningar startar eller utvecklar 65+ verksamhet inom dansen. Den bygger på en kartläggning av 41 dansföreningar (2025) samt erfarenheter från pilotkampanjerna *Steg för Steg* och *Trygga Steg*.

Den tydligaste slutsatsen är att lyckad 65+ verksamhet inte kräver stora resurser – utan låga trösklar, tydlig kommunikation och fokus på gemenskap. Föreningar som lyckats har förenklat upplägget, anpassat språket och skapat trygga sammanhang där både deltagare och ledare vågar ta första steget. Personlig rekrytering, färdiga upplägg och stöd i uppstarten gör stor skillnad. När föreningar får rätt förutsättningar skapas verksamhet som inte bara startar – utan också fortsätter över tid.

2. Bakgrund & syfte

Dans och rörelse till musik ger äldre bättre balans, rörlighet och välmående – men också minskad ensamhet och ökad gemenskap.

För föreningar innebär 65+ verksamhet:

- starkare roll i lokalsamhället
- skapar nya relationer och nätverk
- fler ideella engagemang
- bidrar till ökad kontinuitet och stabilitet i föreningen

Samtidigt visar både kartläggning och pilotkampanjer att målgruppen 65+ kräver andra arbetssätt än traditionell föreningsverksamhet. Föreningar som vågar anpassa form, tempo och språk lyckas betydligt bättre.

Syftet med rapporten är att visa vad som faktiskt fungerar i praktiken genom att samlar konkreta erfarenheter från föreningar som har testat, justerat och utvecklat sin 65+ verksamhet. Fokus ligger på:

- hur trösklar kan sänkas
- vilka arbetssätt som ger resultat
- hur verksamheten kan bli långsiktig och hållbar

Rapporten ska fungera som inspiration och stöd för föreningar som vill starta eller vidareutveckla dansverksamhet för personer 65+.

3. Kartläggning

Våren 2025 genomförde Svenska Danssportförbundet en kartläggning av 65+ verksamhet med 41 deltagande dansföreningar. Kartläggningen visade att många föreningar vill arbeta med målgruppen 65+, men att uppstarten oftast hindras av brist på struktur, ledare, ekonomiska resurser. Svårigheter att nå målgruppen, särskilt äldre män, är en återkommande utmaning.

Dagtidverksamhet fungerar bäst för målgruppen och sociala inslag som fika bidrar till ökad trivsel och långsiktig kvarvaro. Mun-till-mun-metoden och prova-på-aktiviteter är de mest

effektiva sätten att rekrytera, ofta i samverkan med PRO, SPF eller kommunen. *Dessa insikter låg till grund för pilotkampanjerna Steg för Steg och Trygga Steg.*

4. Pilotkampanjer

Hösten 2025 genomfördes pilotkampanjerna *Steg för Steg* och *Trygga Steg* för att omsätta kartläggningens insikter i praktiken. Kampanjerna testade hållbara sätt att starta och utveckla 65+ verksamhet med låg risk och gav både nya deltagare, ledare och ökad trygghet i föreningarna.

Deltagande föreningar fick:

- 15 000 kronor i ekonomiskt stöd
- Tillgång till stödmaterial och färdiga kommunikationsmallar
- Digitala workshop med olika teman och erfarenhetsutbyte föreningarna emellan
- En fysisk träff i november
- Kontinuerlig dialog och stöd från Svenska Danssportförbundet

Steg för Steg – fokus på deltagare och äldre män: Steg för Steg riktade sig till föreningar som ville nå nya deltagare, med särskilt fokus på äldre män – en målgrupp som många föreningar upplever som svår att nå. Kampanjen uppmuntrade till nya sätt att presentera dans, alternativa marknadsföringskanaler och upplägg.

Trygga Steg – fokus på ledare och långsiktighet: Trygga Steg fokuserade på den största strukturella utmaningen: ledarbrist. Kampanjen syftade till att visa hur föreningar kan rekrytera, stötta och behålla ledare inom 65+ verksamhet genom personliga arbetssätt, uppdelade roller och anpassad utbildning 65+ utbildning från RF-SISU.



5. Vad fungerar i praktiken?

Erfarenheterna från kartläggningen av 65+ verksamhet och pilotkampanjerna "Steg för Steg" och "Trygga Steg" visar att framgångsrika satsningar bygger på låga trösklar, tydlig kommunikation och anpassning efter målgruppens behov. När föreningar arbetar strukturerat med både deltagarrekrutering och ledarförsörjning skapas förutsättningar för verksamhet som inte bara startar – utan också lever vidare över tid.

5.1 Steg för Steg – att nå äldre män till dansen

En av de tydligaste slutsatserna från *Steg för Steg* är att låga trösklar är avgörande för att nå nya äldre män till dansen. Föreningar som lyckats väl har arbetat konsekvent med att göra verksamheten tillgänglig och trygg redan från första kontakten. Det handlar både om hur aktiviteten utformas och hur den kommuniceras. I pilotkampanjerna lyckades 4 föreningar rekrytera mellan 30–40 äldre män.

Framgångsfaktorer som återkommer:

- Anpassa formen: dagtid, låg kostnad och tydligt att inga förkunskaper krävs.
- Kalla aktiviteten "Rörelse till musik" och använd musik som målgruppen känner igen.
- Lyft gemenskapen: fika och social samvaro ska synas tydligt i inbjudan.
- Marknadsför med igenkänning: bilder och filmer på målgruppen i sociala medier.
- Rekrytera genom personlig kontakt och mun till mun, gärna med ta med en kompis.

Anpassa formen – gör första steget enkelt

För att fler ska våga prova behöver formen kännas kravlös och lättillgänglig. Dagtid och låg kostnad, gärna prova-på, sänker tröskeln ytterligare. Eftersom aktiviteten blir lättare att passa in i vardagen och möjlig att testa utan att behöva binda upp sig ekonomiskt eller tidsmässigt från början. Det är också viktigt att tydligt kommunicera att inga förkunskaper krävs. När deltagare kan komma utan press ökar chansen att de faktiskt vågar prova. Erfarenheterna visar att sammanhanget ofta är lika viktigt som innehållet. I *Steg för Steg* fungerade mansgrupper i vissa fall som en trygg start, medan blandade grupper passade bättre i andra föreningar. Det avgörande är därför inte om grupperna är könsuppdelade eller inte, utan att anpassa upplägget efter målgruppen och de lokala förutsättningarna.



Presentera aktiviteten som rörelse till musik

Hur aktiviteten beskrivs har stor betydelse. Många män 65+ förknippar ordet dans med pardans, prestation eller att behöva kunna steg. När verksamheten istället presenteras som *rörelse till musik*, utan krav, upplevs den som mindre laddad och lättare att ta steget in i. Flera föreningar nådde på detta sätt män som tidigare aldrig deltagit i dans. Musik som målgruppen känner igen, till exempel från 50-, 60- och 70-talet, eller deltagarnas egna önskemål, bidrar till trygghet och en avslappnad stämning.

Lyft gemenskapen tydligt

För att deltagare ska vilja komma tillbaka behöver gemenskapen synliggöras redan i inbjudan. Det sociala är ofta minst lika viktigt som själva rörelse delen. Att tydligt erbjuda fika eller tid för samtal före, under eller efter passet gör det enklare att komma första gången och roligare att stanna kvar.

Marknadsför med igenkänning – tänk utanför boxen

Marknadsföringen hade stor betydelse för Steg för Steg-satsningens genomslag. För att nå fler män 65+ behöver föreningar tänka utanför boxen och synas där målgruppen redan befinner sig. I satsningen användes marknadsföring på oväntade platser, som Biltema och andra vardagsnära miljöer utanför idrott och dans, vilket sänkte trösklarna och gjorde budskapet mer lättillgängligt. Sociala medier var ett viktigt komplement, och Facebook fungerade bäst. Korta videoklipp och bilder på målgruppen gav god spridning, där igenkänning i både bild och ton var avgörande för att väcka intresse.

Rekrytera genom personlig konkat

Den mest effektiva rekryteringsvägen visade sig vara personlig kontakt och mun-till-mun-spridning. Många män deltog först efter en direkt rekommendation från en vän, granne, barnbarn eller bekant. Genom att uppmuntra deltagarna och medlemmarna att bjuda in någon i sin närhet, till exempel via "ta med en kompis" eller erbjudanden som "två för en", sänkte tröskeln ytterligare. För flera män var detta avgörande för att våga delta.



5.2 Trygga Steg – ledare, anpassning och långsiktig hållbarhet

Parallellt med arbetet att nå nya deltagare visade kampanjen *Trygga Steg* att ledarfrågan är helt avgörande för om 65+ verksamhet kan bli långsiktig. Kampanjen fokuserade på föreningarnas största gemensamma utmaning: ledarbrist. I tre föreningar rekryterades totalt 9 nya ledare till 65+ verksamhet.

Framgångsfaktorer som återkommer:

- Personlig rekrytering istället för massutskick
- Uppdelade roller och teamlösningar
- Utbildning anpassad för 65+
- Färdiga upplägg och inspiration till ledare
- Uppskattning och gemenskap för långsiktigt engagemang



Personlig rekrytering – våga ställa frågan

Att skicka ut massmeddelanden upplevs sällan som personligt eller riktat till den enskilde. Erfarenheterna från *Trygga Steg* visar istället att personlig och direkt tillfrågan är avgörande. När frågan ställs till en specifik person som man tror på, skapas en känsla av förtroende och uppskattning. Många blir berörda av att bli tillfrågade – särskilt eftersom många aldrig tidigare fått frågan om att engagera sig som ledare.

Rekrytering fungerar ofta bäst mun till mun, i ett tryggt sammanhang. Det är också viktigt att ge utrymme för betänketid och att den som frågar är rätt person, exempelvis en ledare, styrelsemedlem eller någon som redan har en relation till personen.

Dela upp ansvaret – gör det möjligt att säga ja

För många kan det kännas överväldigande att ta på sig ett uppdrag som innebär ansvar flera gånger i veckan under en längre period. Därför är det viktigt att skapa flera olika typer av roller, så att fler kan tacka ja utifrån sina förutsättningar. Erfarenheterna visar att många känner sig tryggare med att börja i en mindre roll snarare än att ta ett huvudansvar direkt. Föreningar som delade upp ledaruppdraget i tydliga roller – såsom dansledare, hjälpledare, funktionär eller fikaansvarig – skapade fler ingångar till engagemang. Uppdelade uppdrag och teamlösningar minskade sårbarheten i verksamheten och ökade tryggheten för nya ledare, samtidigt som fler upplevde att deras insats var lagom och värdefull.

Erbjud utbildning som är anpassad för målgruppen

För att våga ta på sig ett nytt uppdrag är utbildning en viktig grund. Under projektet erbjöds RF-SISU:s utbildning "*Att leda 65+ verksamhet*", vilket gav ledarna ökad trygghet och kunskap. Utbildningen bidrog till att deltagarna kände sig mer bekväma och säkra i sin roll som ledare, särskilt när det gäller anpassning, tempo och målgruppens behov.

Färdiga upplägg, enkla rörelser och inspiration

Många nya ledare, särskilt de som inte tidigare varit dansledare, uttryckte ett tydligt behov av färdiga upplägg och inspiration. Önskemål fanns kring enkla rörelser, tydlig struktur och exempel på passupplägg som är anpassade för 65+. Detta stöd sänker tröskeln för att ta ledaransvaret och gör det lättare att känna sig trygg i planering och genomförande. Under pilotkampanjerna samarbetade DSF med *Fortgjort*, vilket gav flera nya ledare inspiration.

Behåll ledare – visa uppskattning och skapa gemenskap

För att ledare ska vilja stanna kvar över tid är uppskattning avgörande. Att synliggöra ledarnas insats och visa att deras engagemang värderas stärker motivationen. Det kan handla om enkla åtgärder som träningskläder, gemensamma föreningsträffar, en ledarmiddag eller andra former av uppmärksamhet. Lika viktigt är att skapa gemenskap även för ledarna. När ledarskapet känns meningsfullt, socialt och uppskattat ökar chansen att ledare vill fortsätta engagera sig långsiktigt i föreningen.



6. Samlade lärdomar och avslutande reflektion

Kartläggningen och pilotkampanjerna *Steg för Steg* och *Trygga Steg* visar att lyckad 65+ verksamhet kräver nytänkande och anpassning till målgruppens behov. De föreningar som vågat prova nya former och ändrat upplägget har nått bäst resultat. Pilotprojekten visade att ekonomiskt stöd och workshops med information och erfarenhetsutbyte underlättade uppstarten, gav inspiration och sänkte tröskeln för att nå målgruppen.

Sammanfattningsvis behöver 65+ verksamhet vara enkel, flexibel och social. Föreningar som prioriterar gemenskap och anpassning skapar verksamhet som lever vidare.

6.1 Viktigaste lärdomarna:

- Sänk trösklarna – gör det enkelt att delta.
- Tänk nytt – prova alternativa upplägg.
- Gemenskap är centralt – fika och samtal är viktiga.
- Trygg ledarförsörjning – personlig rekrytering och färdiga upplägg.
- Stöd gör skillnad – ekonomiskt och praktiskt stöd är avgörande.

Små förändringar kan ge stora effekter. Med rätt stöd skapas hållbar verksamhet som stärker både individer och lokalsamhälle.

