

# BASIS

BALANSE ★ SIKKERHET ★ STYRKE

Kom i gang med BASIS trening  
på ditt treningssenter

## Innhold

Om BASIS .....	3
Hvorfor? – Muligheter for treningssenteret .....	4
Hvordan? – Organisering på treningssenteret .....	5
Tips fra treningssentre som har lyktes med seniortrening:.....	6
Instruktører .....	7
Tips for innsalg til instruktører .....	7
Forretningsmodell og økonomi .....	8
Tips for innsalg til styret og ansatte .....	8
Markedsføring .....	10
Forslag til budskap.....	10
Forslag til kanaler .....	10

## Om BASIS

BASIS er et nasjonalt kompetanseløft på fallforebyggende trening for eldre i regi av Helsedirektoratet og med NTNU som faglig samarbeidspartner.

Forskning viser at spesifikk trening av styrke og balanse reduserer antall fall blant eldre over 65 år og gjennom dette kompetanseløftet vil flere være kompetente til å trene eldre på en hensiktsmessig og trygg måte. Hensikten med BASIS er å trene opp instruktører på treningsentre, aktivitetssentre og institusjoner i fallforebyggende trening for eldre.

BASIS består av et e-læringskurs med seks moduler og en øvelsesbank hvor instruktørene finner enkeltøvelser på ulike nivå, forslag til ferdige nivådelte programmer og en mulighet til å sette sammen egne programmer.

For deg som er leder på et treningssenter har BASIS også materiell som vil gjøre det lettere for dere å sette i gang med BASIS trening:

- Dette dokumentet
- Markedsføringsmateriell
  - Teasere for bruk i sosiale medier og på info skjermer på senteret
  - Plakater og annonser – ferdige forslag og maler for å lage egne plakater og annonser

## Hvorfor? – Muligheter for treningscenteret

Antall eldre øker i Norge og andre industrielle land og interessen for trening blant seniorer er økende.

BASIS er et gratis kompetansehevende tiltak for treningscenter som ønsker å ta økt samfunnsansvar ved å satse på denne kundegruppen, og bygge omdømme som leverandør av helse for flere målgrupper enn de tradisjonelle kundene av et treningscenter. Andelen av befolkningen som benytter seg av treningscenter har vært stabilt på 30% over mange år, og antallet over 67 år som sier de trener på treningscenter har økt siden 2007. Dette er en unik mulighet til å øke kundemassen.

Det er en rekke fordeler ved å satse på BASIS og denne kundegruppen:

- Eldre er en voksende målgruppe – som øker kundegrunnlaget og har et potensiale for langsiktig god lønnsomhet
- Eldre kan trene på dagtid – som innebærer bedre utnyttelse av treningsarealene
- Eldre følger ikke samme årshjul som andre – som gir jevnere utnyttelse av lokalene gjennom året
- Eldre er en lojal målgruppe når de får trening som en rutine – som gir en stabil og langsiktig inntekt for senteret
- Eldre som er utrente vil ha en rask progresjon når de kommer i gang – som gir synlige resultater raskt og bidrar til økt motivasjon
- Senteret kan bygge profil og omdømme rundt BASIS kompetanse – som vil gi et konkurransefortrinn i forhold til andre
- Senteret kan få til økt samarbeid med legesentre, behandlingstilbud og kommunen – som kan gi økt kundetilfang
- Senteret kan tilby instruktørarbeid på dagtid – som gjør at instruktørene kan ha vanlig arbeidstid
- Senteret bidrar til å redusere fall og fallskader – som er med på å øke livskvaliteten hos en stor del av befolkningen

## Hvordan? – Organisering på treningscenteret

Å være et treningscenter som tilbyr gruppetimer i BASIS vil kreve en innsats og det vil være viktig å satse tilstrekkelig og langsiktig for å sikre at det blir en suksess. Hvis centeret først satser på BASIS må det satses lenge nok til at gruppene fylles opp, dere må derfor regne med kanskje et år eller mer før centeret tjener penger på satsingen. Men når en gruppe er godt i gang med nok deltakere er det potensiale for en langsiktig og god økonomi.

Centeret må ha et opplegg hvor målgruppen kan føle seg hjemme og være trygge. Flere kan være usikre så en god start er avgjørende, sørg for

- at centeret har et miljø hvor seniorenne føler at de passer inn – fysisk miljø, men først og fremst at alle ansatte har en holdning om at seniorenne er en gruppe de ønsker å ha der. Dette kan kreve en holdningsendring hos ansatte som har mest fokus på prestasjon og «kulhet»
- at de tas imot ordentlig og får en introduksjon til centeret og gruppen de skal være med i – for de som kommer til et treningscenter for første gang vil det være et uvant og kanskje litt skummelt miljø. En bra start hvor de føler seg velkomne og får svar på alle spørsmål er avgjørende for å avmystifisere og betrygge.
- at de blir trygge på at opplegget er kvalitetssikret og at instruktøren har kompetanse – bruk BASIS fra Helsedirektoratet for alt det er verdt!
- at det gjøres en ordentlig kartlegging av hver enkelt – igjen for å betrygge men like viktig å sikre at hver deltaker får den riktige treningen

Det bør være færre deltakere enn på vanlige timer. Det er viktig at instruktøren ser alle og at alle deltakerne ser instruktøren og de visuelle instruksjonene. Det vil også ofte være et behov for tilpassede øvelser for de med skader eller sykdommer. Samtidig er det sjelden at alle kommer til hver time så det er mulig å ha flere på gruppe listen enn maksantallet på hver trening. Treningen er spesifikk og målrettet, vurder noe kortere timer, slik at dere har tid til oppfølging og dialog i etterkant.

Alle tilbakemeldinger viser at det sosiale i en treningsgruppe er helt vesentlig for å få seniorenne til å bli over tid. Derfor:

- Lag et fast opplegg med en fast gruppe, ikke kurs – så de møter og trener med de samme hver gang
- Bygg det sosiale med en gang og sørg for mestring i fellesskap
- Velg ut instruktører som skjønner målgruppen og hva som kreves, og som er villig til å bruke den ekstra tiden som skal til for å bygge lojale kunder

- Gjør det enkelt for gruppa å kunne være sosiale sammen før og etter treningene. Når gruppa er i gang viser erfaringene også at deltakerne i en fast gruppe driver selvjustis, pusher hverandre til å delta og dermed selv gjør mye av jobben for at gruppa skal fungere over tid.

### **Tips fra treningsentre som har lyktes med seniortrening:**

- «Det krevde en holdningsendring hos oss alle og vi måtte tilpasse oss til en ny målgruppe. Ikke bare vi som jobber her, men hele senteret må se ut som at vi virkelig ønsker denne målgruppen velkommen til oss. Velg gjerne musikk på dagtid som appellerer til senioren»
- «Det tok tid før vi lyktes, ha litt is i magen når det gjelder påmelding til gruppetreningen. Det kan ta tid før gruppetimene blir fulltallig, men erfaringsmessig vil det hjelpe når seniortrenerne snakker om tilbudet til andre og deltakerne snakker om sine erfaringer til andre. Men nå har vi en stadig økende gruppe med eldre, som bruker oss også som sosialt møtested, som er lojale til instruktøren og gruppa og som gir oss en stabil og sikker inntekt over lang tid.»
- «Det sosiale i gruppa er suksesskriteriet for oss. Det var overraskende at vi også kunne være en sosial aktør og at senteret ble en viktig sosial arena. Dette skaper stemning og motivasjon hos alle og binder kundene til oss.»
- «De eldre kan være krevende i begynnelsen - de kjenner ikke til hva vi er, de tar gjerne kontakt og spør mye i begynnelsen. Ikke undervurder usikkerheten hos en ny kundegruppe. Vær godt forberedt på hvordan jobbe med folk som aldri har vært på et treningssenter, som har frykt og ikke opplever mestringsfølelse.»
- «Tilrettelegg det sosiale rundt gruppetimene, f.eks. at instruktør inviterer til en kaffe i etterkant av trening. Når gruppen blir kjent vil dette være med på styrke treningsrutinen og dere vil få lojale medlemmer.»
- «Sørg for at alle som kommer inn døren føler seg velkommen og at alle ansatte er bevisst satsningen på seniortrening.»
- «Deltakere fra gruppetimer kan også benytte andre deler av sentret, f.eks. PT-timer.»
- «Ha navn på gruppene – Sagenebataljonen, Vaffelgjengen etc.»

## Instruktører

For å lykkes med BASIS må senteret altså tenke langsiktig og det må bygges relasjoner til den enkelte deltaker.

Det betyr også at å trene en slik gruppe krever instruktører som passer til dette:

- De må være motivert for, og ha vilje til, å trene denne målgruppen
- De må like å bruke litt ekstra tid før og etter treningene – ha tid til spørsmål, vise omsorg og tålmodighet, prate med og ikke til deltakerne og ha evne til å vise omsorg og tålmodighet, særlig i begynnelsen
- De må ha en langsiktig tankegang – når de først begynner med en gruppe er det avgjørende at de følger denne over lang tid, og vil trene de samme menneskene over tid

Det vil være hensiktsmessig å velge ut instruktører som har de ønskede egenskapene og tilby disse kompetanseheving gjennom BASIS. Etter bestått kunnskapstest vil instruktørene få et kursbevis som dokumenterer kompetansen, dette kan også brukes i senterets markedsarbeid. BASIS gir også muligheter for videre fordypning for de som ønsker det.

Å være instruktør for seniorer betyr at instruktøren kan ha gruppetimer og PT-timer på dagtid. I tillegg er eldre en takknemlig målgruppe å trene og den enkelte vil kunne oppnå store fysiske forbedringer som har betydning for den enkeltes livskvalitet.

Å bli en kompetent instruktør for eldre vil gi en god grunnstamme til å jobbe med andre grupper som trenger tilpasset trening, som for eksempel yngre med skader og opptrening etter operasjon eller behandling.

### Tips for innsalg til instruktører

- Du får en mulighet til å tjene en årslønn innenfor vanlig arbeidstid – altså ha dette som heltidsjobb
- Du får en fast, langvarig og lojal gruppe med kunder
- Du blir kjent i nærmiljøet som instruktør med kompetanse på denne målgruppen
- Du gjør en viktig samfunnsnyttig innsats samtidig som det er en betalt jobb
- Det du lærer, og den erfaringen du får, gjør deg til en god lavterskel instruktør, som gir en god grunnstamme til å også jobbe med andre grupper

## Forretningsmodell og økonomi

Seniorsatsing må være et bevisst valg fra senterets side:

- Det må tas en ordentlig beslutning om satsing – en beslutning som er langsiktig nok til at gruppene får tid til å komme i gang og generere inntekter
- Det må jobbes med holdninger som gjør at målgruppen føler seg hjemme og trives – det kan kreve en holdningsendring hos ansatte som ikke ser på dette som en attraktiv og spennende gruppe å jobbe med

Men dette betyr ikke at senteret skal endre sin forretningsmodell. Tenk at dette er en ny målgruppe som skal øke kundegrunnlaget, men det skal gjøres innenfor senterets eksisterende modell. Det betyr for eksempel at seniorenene bør være medlemmer på samme måte som alle andre medlemmer.

Lønnsomheten er knyttet til å få seniorenene som lojale medlemmer over tid. De har stort sett god betalingsevne og vil betale for et trygt og godt fellesskap. De har tid til å følge opp treningen sin, og for mange vil de faste treningene bli faste holdepunkter i hverdagen, omtrent som å gå på jobb.

Tre hovedpunkter for å tjene penger på målgruppen:

- Bedre utnyttelse av lokalene – BASIS kan skje på dagtid når det er ledige lokaler
- Lojal og betalingsvillig målgruppe – lønnsomhet kommer når du får dem til å bli varige medlemmer.
- Topper og sesonger jevnes ut – mer stabile deltakere, som ikke følger skoleferier og som ser dette mer som en jobb, et fast holdepunkt

### Tips for innsalg til styret og ansatte

- Ny inntektsmulighet for senteret, med godt potensiale for langsiktig lønnsomhet
- Det blir en større andel eldre i årene som kommer
- Norge ligger i verdenstoppen når det gjelder hoftebrudd, de fleste faller innendørs.
- Blant hjemmeboende eldre er trening det mest dokumenterte og effektive tiltaket for å forebygge fall. Et hoftebrudd koster i gjennomsnitt kr 500 000
- Bransjen har savnet at vi bidrar til bedre helse – her er en mulighet tilrettelagt av Helsedirektoratet (så målgruppen vil tro på seriøsitet og kvalitet, utviklet av helsemyndighetene), og hvor senteret kan vise i nærmiljøet at de vil bidra til bedre helse for en viktig gruppe. For Helsedirektoratet er dette en større satsing som vil bli



profilert over lengre tid, på nettsider, i sosiale medier og i fagblader.

Treningssenteret vil derfor få en drahjelp fra direktoratets satsing.

- Ny målgruppe og en gruppe i vekst, med god betalingsevne og vilje og som vil være lojal og langsiktig, unik mulighet til å øke kaken ved å få inn flere av de 70% som ikke er på treningssenter
- Bygge profil og omdømme i nærmiljøet – god mulighet som kan gi konkurransefortrinn
- Mulighet for å bygge helhetlig tilbud for den eldre – samarbeide med fastleger etc
- Lett å komme i gang – gratis og kompetansehevende kurs for instruktørene, øvelsesbank som letter hverdagen, verktøykasse for ledelsen som gjør at vi kan komme i gang uten for mye ressursbruk
- Krever langsiktig tenking – må bygge gruppene over tid, men når de først er oppe og står viser erfaringene fra de som har prøvd at gruppene varer i mange år
- Hold på forretningsmodellen – men inkluderer ny målgruppe

## Markedsføring

Som en del av BASIS-pakken finner du på [www.basis-fallforebygging.no](http://www.basis-fallforebygging.no) materiell som kan brukes til å markedsføre fallforebyggende trening for eldre:

- En teaser av BASIS-konseptet
- Forslag til plakater som kan henge på treningssenteret og maler for å lage egne plakater
- Forslag til annonser, digital og trykk, og maler for å lage egne annonser

Det bør være lett synlig at treningssenteret satser på eldre både på senteret og nettsidene for å trygge de eldre, som kan være litt engstelige for å oppsøke et slik senter.

### Forslag til budskap

- Fall kan forebygges!
- Fallforebyggende trening tilpasset deg over 65 – sosialt og motiverende gruppetrening
- Nasjonal satsing fra Helsedirektoratet – vi har instruktører med kompetanse på fallforebyggende trening for eldre
- Trening og øvelser tilpasset ditt nivå
- En sosial møteplass hvor du fast og jevnlig møter folk du er kjent med og trygg på
- Er du pensjonist og har ønske om å starte et mer aktivt liv?
- Godt voksen og ønsker et aktivt liv?
- Nå tilbyr vi deg som er over 65 år tilpasset trening og oppfølging
- Er du senior, eller kjenner du noen som kunne tenke seg å komme i gang med treningen?

### Forslag til kanaler

- Oppslagstavler - treningssenteret, kjøpesenter, legekontor, biblioteket, dagsenter etc
- I et pilotprosjekt før utformingen av e-læringen ble de fleste deltakerne rekruttert gjennom sosiale medier - Facebook, Instagram etc
- Skjermer på treningssenteret – teaser og annonser
- Lokale aviser og andre publikasjoner – papir og digitalt
- Og ikke minst – eldre rekrutterer eldre! Med et senter som er tilpasset målgruppen og et opplegg og en instruktør som de får tillit til, vil mye av rekrutteringen gå av seg selv.