

Samhällsentreprenören Angeli Sjöström reflekterar kring ideell sektor i förändring, medlemskapets roll, nästa generations engagemang och framtidens organisationsformer

Krönika skriven för fackförbundet Sveriges Läkarförbund, Malmö 2010 10 30

Fundera över det här och bli framgångsrika i er medlemsrekrytering

Oavsett om jag jobbar med idéburna organisationer som riktar sig till unga eller pensionärer, till körsångare eller fredsaktivister, till akademiker eller arbetarrörelsen, till många eller få medlemmar, i Sverige eller utomlands, så möter jag samma utmaningar. Såväl tjänstemän som förtroendevalda i ideell sektor brottas med frågeställningar som Hur rekryterar vi nya medlemmar? Hur behåller vi dem vi har? Och hur får vi fler att engagera sig?

Som samhällsentreprenör och föreningsutvecklare har jag har stöttat en rad ideella organisationer i att vårda och värva medlemmar de senaste åren. De frågeställningar som jag funderar mest på är på vilket sätt den ideella sektorn förändras just nu, vilken roll medlemskapet kommer att ha i framtiden och hur nästa generations engagemang ser ut och kan fångas upp. Först om vi reflekterar över de här frågorna i våra respektive organisationer kommer vi att kunna skapa framgångsrika system och strategier för att rekrytera, behålla och engagera våra medlemmar.

Ideell sektor i förändring

Johan Hvenmark, Ersta Sköndals högskola, har disputerat på en avhandling om enskilda medlemmars formella anslutning till demokratiskt styrda organisationer. Analysen utgår från svar från intervjuade ledare och tjänstemän på högsta nivå i nio organisationer. Hvenmark har identifierat en professionalisering av den ideella sektorn. Han menar att organisationerna uppvisar oligarkiska tendenser, ökad byråkratisering och tycks närma sig kommersialisering och driva mot en gradvis nyttighetsinriktning av medlemskapet. Det här får mig att ställa en rad frågor. Vad händer med de förtroendevalda och gräsrotsnivån? Hur påverkas inflytandet? Skapar professionaliseringen fler passiva eller aktiva medlemmar?

Medlemskapets roll

Hvenmark lyfter också frågan kring medlemmens roll. Traditionellt har vi inom den ideella sektorn tänkt på medlemmar som passiva eller aktiva. Men medlemmens roll är mer komplex än så menar Hvenmark. Organisationen måste fundera på vad man vill ha sina medlemmar till. Är de Ägare, Arbetare, Finansiärer, Stödmedlemmar, Ambassadörer eller Kunder/Förmånstagare? Så då frågar jag er, Vad vill ni ha era medlemmar till? Är ni överens internt och vad kommunicerar ni utåt? Vad får de olika valen för konsekvenser?

I folkrörelserna är medlemskapet centralt. Det är så ideella organisationer har fått sin legitimitet. Men vad händer om nästa generation inte vill vara medlem någonstans? Om man som 80- och 90-talist känner sig instängd med ett medlemskap och istället vill bära en knapp där det står "Facket behövs", eller starta en Facebookgrupp som lyfter fram goda exempel på vad facket hjälper sina medlemmar med, eller vill åka till USA för att stödja

fackföreningsrörelsen där. Personen är inte med hos er, men kanske egentligen gynnar er verksamhet mer än en passiv medlem? Hur tar ni vara på de nya formerna av engagemang? Hvenmark menar att det skett en produktifiering av medlemskapet och dess innebörd. Jag ser det själv, inte minst inom fackföreningsrörelsen för tjänstemän. Produktifieringen av medlemskapet och kundifieringen av medlemmen är utbrett. Retoriken i rekryterande sammanhang går ofta ut på att den som blir medlem får rådgivning, tidningar, försäkringar och seminarier mm. Sällan diskuteras de djupare ideologiska frågorna. Kanske för att det är lättare att med en mening berätta om nyttan med en försäkring än med ett kollektivavtal? Men vad händer då när medlemmen får en tidning, försäkring eller rabatt billigare någon annanstans? I denna tid av statusrader på Facebook och Twitter där allt ska förmedlas med 120 tecken, hur tränar ni er personal och era förtroendevalda i att kunna förmedla den fackliga idén på ett lättförståeligt och snabbt sätt?

Nästa generations engagemang

Jag möter inte helt sällan åsikter i media och i föreningsvärlden att den yngre generationen är osolidariska, individualistiska och ointresserade av ideella uppdrag. Svenskan är inte lika engagerad som förr, brukar det heta. Svedberg, Ersta Sköndals högskola, visar tillsammans med sina kollegor en helt annan verklighet. De har studerat befolkningsundersökningar och enligt dem är svensken mer engagerad än någonsin. 16 h i månaden läggs på ideellt arbete. Ytterligare 16 timmar i månaden läggs på det som de kallar informella insatser, dvs obetald hjälp till vänner och familj. De menar att det ideella engagemanget dessutom varit stabilt över tid, det har inte ändrats mycket sedan tidigt 90-tal. Det som minskat något är det traditionella engagemanget i politiska och fackföreningsrörelsen men när de väljer att titta på ideellt arbete som helhet, så har det ökat sedan tidigt 90-tal. Då blir frågan självklar, hur får ni människor att lägga sina timmar i er organisation? Hur ger ni dem meningsfulla uppgifter som utvecklar dem själva samtidigt som de utvecklar er organisation?

Enligt Svedberg är andelen bland unga i åldern 16–18 år som gör insatser hög, 56 procent. Därmed kan jag konstatera att den rädslan som finns över att den yngre generationens engagemang skulle vara lågt, ifrågasätts. För 80- och 90-talister finns det ingen motsättning i att vara individualister och solidariska. Svedberg och andra kallar det för att vara individualistiska kollektivisterna.

Engagemang utanför den formella ideella organisationen undersöks också av Svedberg. Diskussioner på Internet, köpbojkott, demonstrationer och andra typer av aktiviteter utanför föreningen ökar främst bland de unga. Dock verkar den typen av engagemang inte, som många befärdar, hota det formaliserade ideella engagemanget, utan snarare komplettera det.

Stora delar av den ideella sektorn står inför generationsväxlingar. Som 80-talist och generationsintresserad vet jag att yngre medlemmar ställer krav på flexiblare organisationsformer och har nya förväntningar på ledarskap och kommunikation. Hur ska er organisation anpassa sig efter det? Det gäller också mångfalden inom organisationen. Speglar er medlemskår och era förtroendevalda den gruppen som ni säger er företräda? Om inte, hur ska ni överbygga glappet?

Framtidens organisationsformer

Medlemskapet har inom ideella och idéburna organisationer setts som det enda sättet att knyta till sig människor. Det är på den grunden som bidrag söks, det är så den representativa demokratin byggs, det är så vi kontrollerar våra register. Men nya former av engagemang börjar synas. Du kan bli medsystemer på Rädda Barnen, SMS-aktivist inom Amnesty, Fondsparare på Röda Korset, Volontär åt Volontärbyrån osv. Människor vill med andra ord göra skillnad och påverka, men utan att binda upp sig. Många vill vara supportrar, mentor, beskyddare, fadder och aktivist, men inte medlem. Hur fångar ni upp ett sådant engagemang i er organisation? Finns det nya former som kan ta tillvara på det här samhällsengagemanget?

Trots allt tror jag inte att medlemskapet har spelat ut sin roll. Men det måste kompletteras. Det kommer att krävas nya organisationsformer i framtiden. Tröskeln in i organisationen måste sänkas. Ni som organisation måste reflektera över hur ni kan bygga nya, moderna system för att ta tillvara på nästa generations engagemang. Det handlar om att skapa en relation med era medlemmar.

Jesus var en säljare

Många är de medlemsorganisationer som har insett att de måste komma till människorna och inte vänta på att människorna ska komma till organisationen. Samtidigt finns en rädsla för att bli krängaren, säljaren som får oss alla att få gåshud. Men medlemsrekrytering handlar främst om att möta människor, ställa frågor och lyssna. Till och med Svenska Kyrkan har utvecklat det arbetet. Saltsjöbadens församling har genom att sätta upp nyckeltal och mål lyckats med att uppnå närmare 80% av invånarna som medlemmar i församlingen. Kyrkoherden Lasse Svensson är nöjd och säger till Nacka Värmdö posten "Jesus gick från by till by och frågade vad han kunde göra för människor, så han var oerhört kundorienterad." Om till och med Svenska Kyrkan tar sig an den medlemsrekryterande rollen med stolthet, varför skulle inte fackföreningsrörelsen kunna sticka ut hakan och säga att medlemsrekrytering är något fint, något självklart, något som ska ingå i alla fackliga uppdrag? Utan medlemmar, inget fackförbund. Det är en fråga om legitimitet, representativitet och inte minst – överlevnad.

Bilden av facket finns redan där ute. Fikasamtal är ofta fackliga frågor. Historierna om fackpampar, salladsbarer och maktlöshet gentemot arbetsgivaren florerar. Ni måste skapa nya bilder i människors medvetanden. Ni måste inte nödvändigtvis göra så mycket annorlunda eller mer, det största problemet idag är att era befintliga och potentiella medlemmar sannolikt inte vet vad ni gör. Många organisationer måste bli mycket bättre på återkoppling och att visa resultat.

Som den 80-talist jag är (och därmed enligt Kairos Future tillhörande generationen Y, som uttalas Why, varför, på engelska) så vill jag ju veta *varför* jag ska betala min avgift till er och *varför* jag ska lägga mitt engagemang i just er förening. Som anställda och aktiva inom SLF måste ni kunna svara på frågan. Om inte ni kan marknadsföra och förpacka ert eget erbjudande på ett attraktivt sätt, vem ska då göra det?

Angeli Sjöström, grundare Medlemsutveckling.se och författare till boken Medlemsmodellen