



# Medlemsutvecklingsstrategi 2014-2024

Under **valåret 2014** kommer vi att sätta fokus på värvningsfrågan eftersom det är ett år där många människor pratar politik i vardagen. Vi behöver passa på att ställa **frågan om medlemskap** till alla vi möter! Samtidigt fick partistyrelsens kansli i uppdrag av **partisekreteraren** att ta fram en långsiktig strategi där vi tar ett helhetsgrepp och säkerställer att vi får resultat på lång sikt.

## Medlemsutveckling

Om Socialdemokraterna ska lyckas med att vända trenden och återigen bli ett parti som engagerar många medlemmar behöver vi arbeta med alla delarna av medlemsutvecklingen. Det räcker inte med att bara värva nya medlemmar, utan vi måste också se till att vi engagerar de befintliga. Därför omfattar vårt medlemsutvecklingsarbete områdena; **värva, välkomna, aktivera och engagera**. Fram till 2016 kommer vi att fokusera på åtgärder inom områdena värva och välkomna för att därefter även satsa på åtgärder inom aktivera och engagera.

## Varför en medlemsutvecklingsstrategi?

Ett samhälle i förändring ställer höga krav på ett parti som vill vara relevant och fylla en viktig funktion som samhällsbärare. Det kräver modet och viljan att förnya och utveckla och ständigt påminna oss om vilken uppgift vi har. För att kunna ta rätt beslut kring vilka resurser, strategier och aktiviteter som bör genomföras behöver vi ha en **gemensam bild** som tydliggör vart vi vill. Syftet med strategin är att **skapa förutsättningar för** att distrikt och arbetarekommuner ska kunna hålla i medlemsutvecklingen långsiktigt. Den här strategin svarar således på frågan **varför** och **vad** vi behöver göra. Därefter behöver varje distrikt, och arbetarekommun bryta ner strategin i sin egen handlingsplan som svarar på frågan **hur** de ska arbeta.

## Arbetet med medlemsutvecklingsstrategin

Strategin har tagits fram av partistyrelsens kansli i **dialog** med våra 26 partidistrikt, avdelningen Folkrörelse och Kampanj, S-kvinnor, Tro och Solidaritet. S-studenter och SSU.



## Bakgrund

### Medlemsutvecklingen<sup>1</sup>

Medlemsantalet **sjunker** och det handlar främst om att vi **inte nyregistrerar** i lika hög utsträckning som tidigare. Vår medlemskår är **åldrande** och med en överrepresentation av **män**. Det finns även en upplevd överrepresentation av personer med **svensk** etnisk bakgrund.

### Medlemmarna<sup>2</sup>

Medlemmarna är väldigt **lojala** och hälften kan tänka sig lägga ner **mer tid** än man gör idag. Relativt hög andel känner sig **inte efterfrågade** eller vet inte hur de kan bidra. En fjärdedel anser sig ha blivit **nedlåtande** bemötta i verksamheten och en tredjedel tycker inte att man kan **påverka** partiet eller samhället. Hälften uppskattar den **sociala gemenskapen** och informationsflödet. **Viljan att värva** och aktivitetsgraden kring värvandet hos medlemmarna är relativt låg.

### Intresset för medlemskap<sup>3</sup>

Intresset att bli medlem är störst hos personer som **röstade** på S i valet. Delade värderingar och tydliga politiska ståndpunkter gör människor intresserade medan **tidsbrist** och risken att hamna i ett fack avskräcker.

## Partiet som folkrörelse

Socialdemokraterna har alltid varit en folkrörelse och vill så förbli. ”Folk” säger oss att vi ska vara **många** och ”rörelse” innebär att vi ständigt behöver **utvecklas**. Därför måste Socialdemokraterna kontinuerligt värva, välkomna, aktivera och engagera medlemmar. Alla medlemmar är våra budbärare och våra politikutvecklare och därmed avgörande för att vi ska nå vår vision *Att alla kan leva ett bättre liv, känna frihet och framtidstro*.

## Mål 2024<sup>4</sup>

Socialdemokraterna har stor potential att växa. De undersökningar vi har genomfört säger att 72 % av de som röstade på oss i valet 2010 kan tänka sig att bli medlemmar i vårt parti. Samhällsengagemanget hos unga människor är högt och vi har en politik som värderingsmässigt stämmer bra överens med stora delar av befolkningen. Vi har potential att återigen samla väldigt många människor.

---

<sup>1</sup> Enligt statistik hämtat ut medlemsregister 2013-08-20

<sup>2</sup> Enligt medlemspanel genomförd 2012-03-21

<sup>3</sup> Enligt medlemspanel genomförd sep 2011 och 2012

<sup>4</sup> Om vi minskar utträdet till 8000 medlemmar och nyregistrerar 10 000 varje år bör vi öka med 2000 medlemmar varje år och därmed vara 120 000 medlemmar 2024. Vi vill ha en ambition som gör att vi är säkra på att få fira 2024 och som är nåbar, därför är beslutet att vara 110 000 2024.



I ett första steg vill vi 2024 vara **110 000 medlemmar**. Socialdemokraterna ska **öka** i medlemsantal varje år fram till 2024. Det gör vi genom att:

- Vara en organisation som **kontinuerligt** värvar medlemmar.
- Ha **minst 10 000** nyregistrerade medlemmar per år.
- **50 procent** av de nyregistrerade medlemmarna är aktivt värvade in i partiet och 50 procent har gått med av egen kraft.
- Minska antalet **utskrivningar** med minst 20 procent (i dagsläget 10 000, istället 8000)
- I enlighet med partikansliets **värdegrund** ha en medlemsutveckling som genomsyras av engagemang, öppenhet, kompetens och samarbete.
- Ha en medlemsutveckling som är grundad i erfarenheter, **analys** och är väl förankrad i organisationen.

## Målgrupp<sup>5</sup>

Målgruppen är personer **mellan 17-30 år** i samarbete med SSU och S-studenter och **30-45 år** i vår egen organisation.

## Strategiska verksamhetsområden

Våra strategiska verksamhetsområden är; **Värvning i föreningar, Värvning med samarbetsorganisationer samt Nationell värvningskampanj och organisationsprojekt**. Verksamhetsområdet värvning i föreningar handlar främst om att möjliggöra en långsiktig kulturförändring. Dels behöver vi skapa en **värvningskultur** i föreningarna som gör att vi kontinuerligt är ute och värvar medlemmar och att det känns naturligt för medlemmarna att värva. Dels behöver vi utveckla formen kring engagemanget och hur vi **välkomnar och engagerar** nya medlemmar. En väg fram är också att göra det enklare att starta **nya föreningar** eller nätverk så att medlemskapet blir värdefullt för alla.

Verksamhetsområdet Värvning med sidoorganisationer handlar om att skapa ett **samarbete** med LO förbunden, SSU, S kvinnor, S studenter, Tro och Solidaritet och HBT sossarna. Vi behöver utveckla en överenskommelse och en metod för hur vi värvar tillsammans på lång sikt. I samarbetet med SSU och S studenter behöver vi dessutom säkerställa att övergången mellan de två och övriga organisationer fungerar väl.

Nationella insatser/utvecklingsprojekt omfattar flera saker; dels en **årligen** återkommande kampanj där hela rörelsen tillsammans värvar under en viss period och dels centrala insatser där vi försöker säkerställa medlemsmottagandet och

---

<sup>5</sup> Partistyrelsen har valt att fokusera på 30-45 åringar eftersom partiet är i stort behov av förnyring. De insatser som görs inom ramarna för strategin kommer ha fokus på den målgruppen.



återvärvningen till partiet. Verksamhetsområdet omfattar också utvecklingsprojekt där vi **utvecklar formerna för engagemang** och medlemmens möjlighet att påverka.

## De första stegen 2014

De första stegen för att genomföra strategin kommer att vara att:

1. Implementera strategin.
2. Definiera varför vi ska vara många medlemmar(syftet), tydliggöra erbjudandet till medlemmarna och utveckla metoder för att värva, välkomna, aktivera och engagera.
3. Utbilda rörelsen i erbjudandet och metoderna så att hela rörelsen känner sig trygga i att värva och välkomna.
4. Ta fram nytt värvnings- och profilmaterial.
5. Genomföra en central insats kring obetalade medlemsavgifter.
6. Kvalitetssäkra välkomstrutinerna.
7. Genomföra en central värvningssatsning under och efter valrörelsen.
8. Genomföra en satsning där LO förbunden ringer till sina fackliga förtroendevalda och erbjuder medlemskap.
9. Undersöka de tio mest framgångsrika arbetarekommunerna för att få kunskap om framgångsfaktorer.
10. Bilda en styrgrupp för att planera hur sidoorganisationerna ska värva tillsammans under och direkt efter valrörelsen 2014.

## Ansvar och roller

**Partistyrelsen och partisekreteraren** ansvarar för att frågan ligger högt upp på dagordningen och prioriteras i form av personella och ekonomiska resurser. De ansvarar för att leva och prata strategin i alla sammanhang där folkrörelsen är i fokus.

**Partistyrelsens kansli och ledningsgruppen** har det övergripande ansvaret för strategin; säkerställa att vi arbetar efter den, att vi utvärderar och följer upp den samt att den implementeras och får hög kännedom i rörelsen. Partikansliet ansvarar även för att arbetet inom de tre verksamhetsområdena drivs framåt och att det finns konkret verksamhetsstöd till distrikten.

**Partidistriktet** ansvarar för att ha hög kännedom om strategin och i samarbete med arbetarekommunerna ta fram en handlingsplan för medlemsutveckling. Partidistriktet ska även ge stöd åt Arbetarkommunerna så att de kan arbeta efter handlingsplanen.

**Arbetarekommunerna** ansvarar för att arbeta efter handlingsplanen och ge stöd till föreningarna så att de kan värva, välkomna, aktivera och engagera sina medlemmar.



## Indikatorer och uppföljning

För att kunna följa upp kontinuerligt hur arbetet går behöver vi ha följande indikatorer:

1. Antal nyregistrerade varannan månad.
2. Antal nyregistrerade under 45 år varannan månad
3. Antal medlemmar varannan månad.
4. Andel medlemmar under 45 år varannan månad.
5. Andel värvade av nyregistreringarna en gång i halvåret.
6. Antal utträden en gång i halvåret.
7. Graden av hur nöjda medlemmarna är med sitt medlemskap en gång i halvåret.
8. Mäta varje månad antal intresseanmälningar kontra antal avier.
9. Förfina kunskapen om utträdena kontinuerligt under året.
10. En gång om året görs en intern utvärdering kring hur de olika ansvarsnivåerna upplever arbetet med strategin.
11. Analysera och dra slutsatser kring resultatet.

Varannan månad följer VU upp strategin genom de indikatorer som nämns ovan. 2016 sker en första mer omfattande utvärdering av strategin. Den ska genomföras i samarbete med distrikten och arbetarkommunerna. Därefter sker utvärdering och eventuell revidering av strategin vartannat år. En slutlig utvärdering och omarbetning av strategin görs först 2023 för att sätta en ny strategi på plats 2025-2035.

## Framgångsfaktorer

För att vi ska lyckas i medlemsutvecklingen behöver vi:

- Säkerställa att medlemsutvecklingen ligger högt upp på dagordningen i alla beslutande organ.
- Prioritera personella och ekonomiska resurser till arbetet.
- Nyckelpersoner som banar väg i olika beslutsprocesser.
- Säkerställa att strategin lever vidare oavsett organisations- eller personalförändringar.

**Strategin är beslutad av verkställande utskottet den 6 december 2013**