



LRFs strategi för medlemsutveckling 2030

Föreliggande förslag syftar till att peka ut strategiska vägval och beskriva vad som behöver göras för att uppnå det strategiska målet för medlemsutveckling till år 2030.

Den nationella strategin bygger på inspel från de regionala strategier som tagits fram i breda processer under 2015. Både de regionala och nationella strategierna styrs av de strategiska prioriteringar som riksförbundsstämman och riksförbundsstyrelsen har angett i Vägen mot visionen och de strategiska målen för 2030.

Den nationella strategin för medlemsutveckling ska ligga till grund för verksamhetens planering. Den ska årligen ses över och vid behov revideras.

Ambition för medlemsutveckling

LRFs riksförbundsstämma 2015 har i sitt strategiska dokument Vägen mot visionen fastslagit att:

1. Det är av strategisk betydelse att ha nöjda medlemmar och attrahera nya medlemmar.
2. LRF drivs för och av sina medlemmar.
3. En växande organisation är framgångsrik. Både för att den är attraktiv för fler att ansluta sig till och för att en organisation med många medlemmar i ryggen ger styrka.
4. Tack vare LRFs många medlemmar stärks förmågan att nå politiska och opinionsmässiga framgångar som intresse- och företagargrupporganisation.

Med utgångspunkt i Vägen mot visionen och utifrån riksförbundsstämmans beslut har styrelsen fastställt ett strategiskt mål för LRF som en attraktiv och inflytelserik medlemsorganisation:

Antalet företagarmedlemmar ska uppgå till fler än 150 000 år 2030

Det strategiska målet bör operativt brytas ned till delmål utifrån tid, näringsverksamhet, region och medlemmarnas nöjdhet.

Nulägesanalys 2015

LRF har en lång tradition av att öka medlemsantalet. Under 2015 förändrade LRF medlemskapets innehåll och avgift, vilket medförde att antalet företagarmedlemmar minskade med 16 287. Antalet avslutade företagarmedlemskap var 18 841 och nyrekryteringen var 2 828. Se vidare kapitel 3 i bilagt faktaunderlag.

Den 31 december 2015 hade LRF 123 849 företagarmedlemmar (inklusive familjemedlemmar). De senaste fyra åren har antalet företagarmedlemmar

2016-02-02

minskat. För att vara en stark företagarorganisation behöver trenden vändas. Målet kräver en total nettoökning om 26 000 företagarmedlemmar fram till år 2030. Detta kräver i sin tur att LRF rekryterar 87 500 företagarmedlemmar (eller ca 6 000 per år) vid en förnyelsegrad om 97 %, med antagandet att medlemsutvecklingen följer samma mönster som före år 2015. Om färre medlemmar förnyar ökar rekryteringbehovet. Mer om detta finns i kapitel 1 och 4 i bilagt faktaunderlag.

LRFs erbjudanden och verksamhet, såsom vilka frågor som drivs och aktiviteter som genomförs, måste också utvecklas för att bli relevant både för bredden av LRFs befintliga medlemmar och för de numerära och strategiska grupper, enligt nedan, där LRF har möjlighet att växa. Utvecklingen måste ske på ett sådant sätt att fördelarna med att vara medlem blir tydliga.

Det finns i dag ungefär 8 000 förtroendevalda som är verksamma på lokal, regional och nationell nivå. En av de viktigaste framgångsfaktorerna för nöjdhet hos medlemmar och förtroendevalda är möjligheten att påverka LRFs ståndpunkter och verksamhet. Strukturen för möjligheten att påverka behöver utvecklas för att öka nöjdheten och även passa morgondagens medlemmar.

Medlemmars och förtroendevaldas nöjdhet, stolthet och vilja att rekommendera LRF är avgörande för organisationens utveckling. Samtliga dessa nyckeltal sjönk till följd av de genomförda förändringarna i medlemskapets innehåll och avgift. Mer om detta i kapitel 9 i bilagt faktaunderlag.

Medlemsgrupper och målgrupper

LRFs medlemsgrupper och målgrupper utgörs av personer som äger eller brukar lantbruksfastighet eller bedriver annan näringsverksamhet inom det gröna näringslivet. Med det gröna näringslivet menas företag där jord, skog, trädgård och landsbygdens miljö utgör grundläggande resurser.

LRFs medlemmar driver drygt 70 000 företag inom 63 olika näringsverksamheter. Gemensamt för dem är behovet av förutsättningar för ökad lönsamhet, tillväxt och attraktionskraft i det gröna näringslivets företag. LRFs arbete med näringspolitik och opinionsbildning enar mångfalden av medlemmar. Det är strategiskt viktigt för LRF att tillgodose behoven av förutsättningar för tillväxt och lönsamhet för bredden av LRFs medlemmar. Det är bara på gårdsnivå som LRFs vision om ökad lönsamhet och tillväxt kan uppnås.

För att kunna växa som organisation är det dessutom väsentligt att öka LRFs attraktionskraft för både de numerära och strategiska segmenten enligt nedan:

- **Skogsägare**

Det finns 238 000 skogsägare som inte är medlemmar i LRF. De flesta skogägarna äger också åker. Det finns 84 000 som enbart äger skog. Anslutningsgraden hos de med mindre än 5 ha är mycket låg, vilket betyder att erbjudandet är

2016-02-02

svagt. Bland dem som äger mer än 5 ha är potentialen 60 000 personer, medan den i storleken mer än 20 ha är 40 000.

- **Företagare med verksamhet inom det gröna näringslivet**

Målgruppen och den numerära potentialen kan definieras som personer som äger eller brukar åker och skog. Den numerära potentialen är störst bland dem som äger mindre än 5 ha åker (120 000), men den låga anslutningsgraden indikerar att de inte finner LRFs erbjudande attraktivt i dag. Det finns drygt 40 000 potentiella medlemmar som har mer än 5 ha åker och samtidigt skog, av dem har 7 500 mer än 20 ha åker. Utöver dessa finns också upp till 29 000 personer som enbart äger åker och arrendatorer som ännu inte är medlemmar i LRF.

- **Morgondagens gröna företagare**

Denna målgrupp är nära kopplad till LRFs strategiska mål om att öka antalet nya företagare i det gröna näringslivet och inkluderar nystartade och växande företag samt unga med gröna ambitioner.

- **Avslutade medlemmar i LRF**

Under 2015 var det 27 000 medlemmar, varav 18 000 företagsmedlemmar inklusive familjemedlemmar, som avslutade sitt medlemskap.

Det finns stora likheter mellan befintliga medlemsgrupper och gruppen potentiella medlemmar. Majoriteten av dagens medlemmar och potentiella medlemmar har gårdar med mindre än 5 ha åker och är för sin försörjning beroende av verksamheter utanför gården. Den verksamhetsgren flest medlemmar uppger att de bedriver är skogsbruk. Mer information finns i kapitel 3 och 6 i bifogat faktaunderlag.

Organisationsutveckling

Medlemmarnas vilja och möjlighet att engagera sig och påverka inom LRF är avgörande för att fortsatt vara en attraktiv och inflytelserik intresse- och företagsorganisation. Detta påverkar också medlemmarnas nöjdhet med LRF i hög utsträckning.

LRF behöver utveckla struktur och former för att fler ska vilja och kunna engagera sig och påverka inom LRF. Det behöver vara enkelt att engagera sig och påverka. Det ska också vara tydligt hur man som medlem respektive förtroendevald får och kan engagera sig och påverka inom LRF.

Det krävs att förtroendevalda visar ledarskap och står upp för värdegrunden samt ser alla medlemsgrupper och möter medlemmarnas vilja till engagemang. En nyckel till framgång är att förtroendevalda i LRF representerar olika medlemsgrupper och har en god spridning vad avser ålder, kön och näringsverksamhet.

2016-02-02

Verksamhetsutveckling

Om LRF ska växa krävs att vi säkerställer att verksamheten är attraktiv och väl känd både för de som är medlemmar i dag och för prioriterade målgrupper. Detta ställer höga krav på LRFs förmåga att utveckla ny verksamhet och nya erbjudanden, liksom att kommunicera desamma. Både verksamhet och erbjudanden ska vara tydligt unika och exklusiva för LRFs medlemmar.

LRF behöver utveckla kommunikationen och dialogen med den enskilda medlemmen för att tydliggöra LRFs verksamhet, ståndpunkter och erbjudanden. Den utvecklingen gör det samtidigt möjligt att ta vara på engagemang för att skapa ny verksamhet och öka medlemsinflytandet.

Medlemsrekrytering

För att klara det offensiva rekryteringsmålet behöver LRF fokusera både på ökad nöjdhet och stolthet bland medlemmar och förtroendevalda.

Det måste också finnas en verksamhet som är attraktiv och känd för den presumtiva medlemmen att ansluta sig till. En verksamhet som är tydligt exklusiv med en påtaglig skillnad mellan medlemmar och icke-medlemmar är en framgångsfaktor.

Avgörande för medlemsrekryteringen är att någon ställer frågan.

Medlemsrekrytering kan ske genom två olika metoder:

1. Genom att hela organisationen ställer frågan löpande under pågående verksamhet
2. Genom särskilda insatser såsom kampanjer, aktiviteter eller annan bearbetning som görs direkt i syfte att rekrytera medlemmar.

För att fånga upp alla presumtiva medlemmar som finns på våra arenor behöver LRF utveckla en organisation med en kultur där varje del tydligt äger ansvaret för medlemsutvecklingen: En kultur där hela organisationen (förtroendevalda, medlemmar, anställda, lokalavdelningar, projekt och enheter) både vill och kan ställa frågan om medlemskap till presumtiva medlemmar i vardagens alla möten; varje dag, hela året. Både aktiva insatser och ledarskap behöver utvecklas för att stödja utvecklingen av den kulturen som ett arbetssätt.

Det krävs samtidigt att LRF har och fortsätter att utveckla den systematiska bearbetningen, genom exempelvis telemarketing av icke-medlemmar som inte finns på våra mötesplatser.

LRF behöver utveckla relationen med samverkande organisationer och bolag så att LRFs medlemserbjudande blir tydligt i det stora antalet kontaktytor med presumtiva medlemmar och att det leder till att fler tecknar medlemskap.

2016-02-02

Avgiftens storlek påverkar. LRF behöver fortsätta att utveckla medlemskapet och dess innehåll.

Ansvarsfördelning

Avdelningen Medlem och Organisation har det operativa ansvaret för LRFs medlemsutveckling och organisationsutveckling. Den leder, samordnar och stödjer LRFs medarbetare och förtroendevalda i arbetet både som bollplank och med material. Avdelningen har ansvar för att leda och samordna större rekryteringskampanjer och för att utveckla den systematiska bearbetningen, till exempel telemarketing, av de presumtiva medlemmar som inte nås på LRFs vanliga mötesplatser.

Avdelningen ansvarar också för att ta fram kunskapsunderlag om medlemmar och målgrupper samt för att samordna utvecklingen av nya medlemserbjudanden.

Den regionala nivån ansvarar för att stödja den lokala nivån och utveckla verksamhet och erbjudanden; såsom företagartveckling och näringspolitik. Den ansvarar också för kommunikation, medlemsutveckling och organisationsutveckling i enlighet med de mål och strategier som tagits fram.

Den lokala nivån är den som medlemmen möter i störst utsträckning och den utgörs av både kommungrupper och lokalavdelningar. Den ansvarar för att genomföra verksamhet, driva frågor genom lokalt påverkansarbete, ta emot medlemmarnas synpunkter, sköta föreningsgöromål såsom valberedningsarbete, välkomna och bjuda in till aktiviteter samt ställa frågan om medlemskap till potentiella medlemmar.

Övriga avdelningar, enheter och bolag ansvarar för att ta fram och kommunicera attraktiva erbjudanden och verksamhet till LRFs medlems- och målgrupper. De ansvarar också för att bidra till medlemsutvecklingen i enlighet med de koncerngemensamma målen.