

UNF kommunicerar

Utredning av UNFs kommunikationsarbete

UNF kommunicerar

Utredning av UNF:s kommunikationsarbete 2016

Rapport | 2016 12 20

Under juni till december 2016 har undertecknad haft i uppdrag att utreda och analysera UNF:s kommunikationsarbete. Detta dokument är en rapport som summerar uppdraget. Rapporten ska inte ses som en vetenskaplig uppsats eller undersökning utan dokumentet är mer utformat som en uppsättning målbilder, förslag, tankar och idéer utifrån en utförd analys.

Analysen baseras på möten med delar av Förbundsstyrelse, Generalsekreterare, Biträdande Generalsekreterare, verksamhetsutvecklare, distriktsordförande och ideella krafter. Den baseras också på en genomgång av tidigare material och på tidigare utredning. En stor del av insikterna baseras också på undertecknads erfarenheter, tidigare arbetsinsatser, utbildning och insikter. I dokumentet redovisas ingen konkret dokumentation från möten, diskussioner och fakta utan har av tidsskäl främst tolkats in i de presenterade rönen.

Analysen är inte begränsad till det som ofta kopplas till rent kommunikations- eller reklamarbete utan utgår från en mer strategisk nivå. Den baseras på teorier kring varumärkesbyggande och marknadsföring vilket gör att även strategiarbete, målbilder, bildningssystem, personalhantering, metodutveckling och annat berörs.

Denna utgångspunkt baseras inte på någon särskild vilja att förändra organisationen för förändringens egen skull. Det beror snarare på att UNF:s organisation är, eller bör vara, självskapande. Så fort en person blir medlem byter den samtidigt sida och blir en företrädare för organisationen. Där företag och andra organisationer har kunder, säljare och producenter förvandlas våra medlemmar direkt till alla dessa roller. Från allra första mötet börjar vårt uppdrag att se till att medlemmen trivs hos oss men också företräder oss på bästa sätt och skapar verksamhet av hög kvalitet. Detta ställer höga krav på att hela systemet genomsyras av rätt tankar som gör att denna symbios mellan konsumenter och producenter fungerar. Därför behöver också vissa mer genomgående förändringar genomföras.

En del i uppdraget är också att finna lösningar på de behov som framkommit i utredningen. Detta innebär såväl förslag på åtgärder som praktiskt skapande av material.

Jim Gustafsson
Kommunikationsutvecklare

Från grunden

För att verkligen ställa allt på sin spets har diskussionen i utredningsarbetet utgått ända från grunden: Varför finns UNF? Vilken nytta gör UNF? Vilka skulle sakna UNF om det försvann? Detta är viktiga frågor för att få en bild av i vilket sammanhang organisationen existerar och vad det är som vi egentligen vill uppnå. Utifrån eventuella svar på denna fråga går det att utröna vilka marknadsföringsinsatser som kan bli mest verkningsfulla. Vi behöver bland annat få en bild av vilka arenor vi ska arbeta på och vilka som är våra målgrupper.

Vi har alla klart för oss att vi utgår från rörelsens grundsatser, att vi har stadgar, en tydlig vision och många andra styrdokument. I detta utredningsarbete har målet varit att göra dessa grunder tydligare. Det måste vara tydligt vilka val som ska göras och vilka beslut som ska tas i vardagen. Detta är också val som ska kunna göras av företrädare på alla nivåer i organisationen vilket gör det än mer avancerat. Medlemmar.

Den större delen av rapporten beskrivs delar av analysen utifrån ett otal diskussioner. Utifrån de grundläggande frågorna har det diskuterats kring *vision*, möjligheten att uttrycka ett *uppdrag* utifrån visionen och även uttrycka detta i ett antal *uppgifter*. Med hjälp av uppdrag och uppgifter kan det bli tydligare att ta beslut och göra val kring kommunikationsinsatser.

Medlemmar och andra intressenter

Stora delar av denna rapport riktar in sig på kommunikation gentemot presumtiva medlemmar och medlemmar i organisationen. Detta fokus bygger på att det är kommunikationen med medlemmar som flest i organisationen kommer i kontakt med i sitt vardagliga engagemang. Återigen är det medlemmarna som är de som vi vill kommunicera gentemot och det är samtidigt samma medlemmar som ska stå för kommunikationen gentemot andra. Helheten är naturligtvis mycket mer komplex än så. UNF är inte bara till för medlemmarna och det är inte bara medlemmarna som vi behöver kommunicera med.

Många intressenter

Det finns många som känner ägarskap och har förväntningar på UNF. Det finns mängder av personer, organisationer och andra aktörer som har olika relationer och band till UNF. Dessa band kan vara olika starka, ha olika betydelser och påverkar organisationen på mängder av olika sätt och på olika nivåer. Här listas några exempel på kontakter, typen av beröring och vilken förväntan som kan finnas på UNF. En mer heltäckande karta över aktörer kan vara värdefull att skapa.

IOGT-NTO-rörelsen – UNF är en del av familjen och förväntas ställa upp i samarbeten.

IOGT-NTO – kan kanske ses som föräldern i rörelsen vilket gör att organisationen känner extra ansvar för de andra organisationerna och ger stöd. Bland annat ger IOGT-NTO ekonomiskt stöd via Miljonlotteriet. UNF förväntas vara det seriösa ungdomsförbundet som kämpar mot droger och har mängder av nyktra och engagerade medlemmar som kan bli medlemmar i IOGT-NTO.

Junis – Många UNFare är ledare för juniorer och är förebilder för dessa. Junis förväntar sig att UNF kan ta hand om överåriga medlemmar.

Skolan – är en viktig plattform för UNFs rekrytering och förebyggande arbete. UNF förväntas vara en seriös och kunnig aktör med metoder och engagemang att stötta skolans förebyggande arbete. UNF har tidigare på många håll varit standardvalet för skolor när det gäller ANDT-samverkan.

Myndigheter – ser UNF som en del av civilsamhället som ska göra Sveriges ungdomar nyktrare. Vissa myndigheter ger UNF ekonomiskt stöd. UNF förväntas vara en aktiv stark påverkansaktör och en stark medlemsorganisation med kunniga individer.

Kommunen – är en viktig samverkanspart i UNFs påverkansarbete när det gäller drogpolitik och fritidsaktiviteter samt ger i vissa fall ekonomiskt stöd. UNF förväntas vara en seriös organisation med en andel medlemmar som kan föra debatter, vara föreningskunniga och göra olika insatser. UNF förväntas vara en stark aktör när det gäller demokrati, nykterhet, kamratstöd och förebyggande insatser.

NBV – stöttar UNF med kunskap och ekonomi när det gäller bildning. UNF förväntas initiera bildningsverksamhet med många nya deltagare och vara en naturlig samverkanspart när det gäller alkohol, andra droger och föreningsverksamhet för ungdomar.

Medlemmar – är UNFs främsta resurs och är viktiga verktyg i uppfyllandet av vår vision. Vissa förväntar sig att UNF är en leverantör av roliga upplevelser och gemenskap medan vissa vill att UNF är en värdefull plattform för att påverka politiskt.

Barn till missbrukare – är en förhållandevis vanlig typ av medlem i UNF. UNF förväntas erbjuda nykter verksamhet där det finns trygghet och kunskap.

Föräldrar – till våra medlemmar och andra ungdomar. Dessa förväntar sig att UNF gör en förebyggande insats, att aktiviteterna är nyktra och att de kan vara trygga med att skicka sina barn på kurshelger med kunniga ledare.

Utifrån dessa band gäller det att bygga upp ett system för hur vi kommunicerar med de olika aktörerna. Det är naturligtvis nästan omöjligt att täcka upp för alla band och behandla alla som olika målgrupper. Vissa bör dock prioriteras och upprätthållas speciella relationer till.

Förväntansgapet

Det är naturligtvis alltid ett problem när förväntningar eller löften inte uppfylls. Det gäller därför att hålla en viktig balans mellan vad vi utlovar och vad vi egentligen kan leverera. Vissa förväntningar lever kvar sedan långt tillbaka och är lite svårare att hantera men det bör finnas en viss beredskap för detta. Det är naturligtvis bra att externa aktörer ser UNF som seriösa, kunniga och som värdefulla partners i olika insatser. För de mest prioriterade intressenterna bör vi därför ha viss beredskap att tillgodose dessa förväntningar.

Strategi och ungdomsorganisationer

Att utmana traditioner och våga göra nya saker är viktiga egenskaper hos en ungdomsorganisation. En ungdomsorganisation ska kunna testa saker, vara rebelliska och kanske även göra misstag. Det är också vanligt att många som blir valda till förtroendeuppdrag eller är engagerade i organisationen vill sätta sin prägel. Därmed finns det ibland ett motstånd till att bygga upp alltför långsiktiga strategier och planer som då riskerar att minska handlingsutrymmet.

Det är dock viktigt att trots detta arbeta med långsiktighet och stabilitet. Detta gäller särskilt i kommunikations- och marknadsföringsarbete. För att nå framgång i vårt varumärkesbyggande krävs långsiktighet och ihållande strategier. Det är viktigt att vi kan ge intrycket av att vara stabila och trovärdiga. Det är också viktigt med upprepning för att skapa igenkänning. Det kan också vara värdefullt att även generellt arbeta mer med långsiktiga strategier. Att ha färdiga ramar att utgå ifrån gör att arbetet blir mer stabilt. Risken är annars att organisationen i det närmaste behöver börja om i samband med varje kongress. Det är mer effektivt att föra en sammanhållen sexårig kamp än att dela upp den på tre tvååriga insatser där allt hela tiden behöver organiseras på nytt.

En naturlig nackdel för en ungdomsorganisation är brist på erfarenhet. Denna nackdel kan till vissa delar göras mindre skadlig. Ett motmedel är just att skapa långsiktiga planer och strategier som gör att de erfarenheter som samlas förs vidare. Ett annat är att hela tiden dokumentera, överlämna och utbilda för att föra kunskaper och erfarenheter vidare till nya generationer. UNF har också ett närstående nätverk av andra organisationer, tidigare UNF-aktiva rörelsemedlemmar och andra som kan bidra med kunskaper och insikter. Ett smart drag är att mixa dessa olika tillgångar och våga blanda den ungdomliga explosiviteten med att efterfråga visdom från de erfarna.

Detta gäller i hög grad även denna rapport och erfarenheterna från utredningen. Insikterna och tankarna från detta arbete kommer inte göra särskilt stor nytta om det fastnar som en handling på ett styrelsemöte. Insikterna måste resultera i nya planer, strategier, metoder och bildning för att komma till vettig användning i organisationen.

Strategier och planer

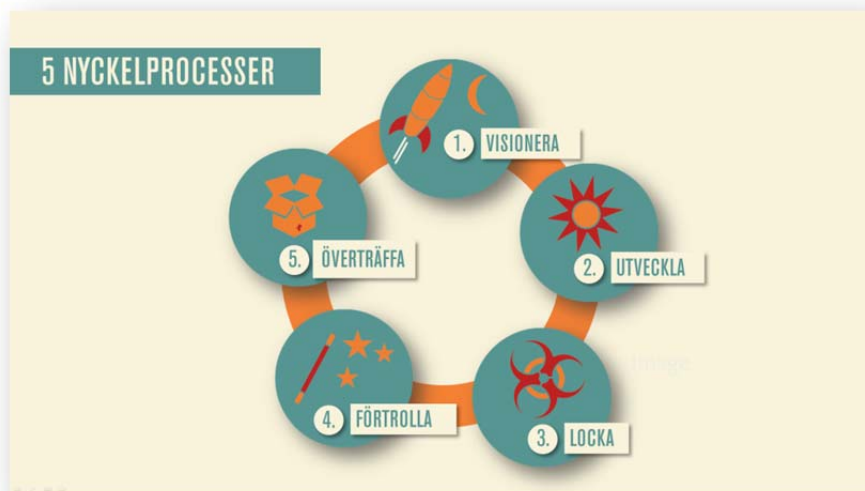
För att kommunicera effektivt lägger vi upp planer för hur och vad vi kommunicerar vid olika tidpunkter. Dessa strategier läggs upp över ett flertal år för att kunna genomföra ett varumärkesbyggande arbete. Delar i arbetet kan vara återkommande insatser. De återkommande insatserna gör oss tydligare för omgivningen. Regelbundenheten gör det också enklare att internt mobilisera då medlemmarna på alla nivåer blir insatta, har erfarenheter och är beredda. Exempel på återkommande kraftsamlingar kan vara Vit jul, Folknykterhetens vecka, rekrytering i samband med skolstart och kalenderutdelning, rekrytering med sportlovsutbyten, presentationer av rapporter samt påverkansinsatser såsom ölutköpskontroller.

Visuell identitet

Som en del med årets utredningsarbete har en uppdatering av den visuella identiteten genomförts. Då vissa åtgärder fortfarande bör göras på grund av bland annat licensfrågor ska denna upplaga av identiteten ses som en tillfällig lösning. Förslaget är att en ny visuell identitet tas fram baserad på resultatet av denna utredning när det gäller målgrupper, uppdrag och mål.

UNF och Marknadsföringens 5 Nyckelprocesser

Grunden i arbetet med kommunikationen kretsar kring skissen *Marknadsföringens 5 nyckelprocesser*. Teorin bygger på att alla de fem delarna är avgörande för att en organisations marknadsföring ska fungera. Börjar en del vackla faller helheten. I tabellen presenteras de fem delarna kort och jämförs med UNF:s utmaningar.



UNF står inför en del utmaningar. En uppenbar utmaning är lågt medlemsantal. Tidigare år har organisationen med hjälp av värvning lyckats hålla medlemsantalet på en jämn nivå trots en stor mängd utträden. Den senaste tiden har även rekryteringsarbetet vacklat vilket gör att det som läcker ut inte har ersatts. Medlemsantalet är inte endast ett mått på hur bra värvningen fungerar. Det är kanske ännu mer ett mått på hur organisationen fungerar, hur den tar hand om medlemmar, hur den får medlemmar engagerade och hur den får medlemmar att påverka sin omgivning. En organisation som fungerar bra har medlemmar som tar med sig nya medlemmar och engagerar ännu fler.

Ett distrikt kan ha mängder av medlemmar, aktiva föreningar, stora projekt, häftig verksamhet och god framåtanda. Dessa egenskaper gör att distriktet har ännu lättare att få fler engagerade som gör ännu mer lockande verksamhet och så vidare. En sådan positiv spiral är viktig att skapa. Risken är att en

motsatt nedåtgående spiral skapas där medlemsantalet viker, aktiviteterna blir färre, kurser blir inställda och att alla drivande medlemmar går åt till att fylla styrelseposter i ett luftsslott istället för att skapa verksamhet.

Det gäller att organisationen har metoder som fungerar i alla dessa skeden. Det måste finnas möjligheter att stärka ett tillväxtdistrikt med personellt stöd, fungerande metoder, bildning och annat samtidigt som förmåga måste finnas att peppa ett starkt distrikt. Förslag på lösningar finns upptagna löpande i dokumentet.

Marknadsföringens nyckelprocesser

1. Visionera	Utmaning	Förslag
Organisationen måste ha en tydlig genomtänkt vision och syfte för att fokusera sitt arbete åt ett visst håll.	UNF har en tydlig vision men den är väldigt utopisk och visar en drömvärld. Utan tydliga uppdrag eller riktlinjer är det lätt att tolka in nästan vilken aktivitet som helst i meningen.	Genom att uttrycka visionen i ett uppdrag och ett antal uppgifter görs de vardagliga metodvalen enklare. Det som passar in under uppdraget eller uppgifterna genomförs.
2. Utveckla	Utmaning	Förslag
Metoder och aktiviteter behöver hela tiden utvecklas för att vi inte ska stagnera. Det krävs förnyelse för att ge intryck av att ha samma nivå. De aktiviteter som genomförs bör vara en del av en tydlig helhet som gör att de kan spridas och dupliceras.	En mängd olika insatser och utvecklingsarbete har gjorts genom åren. Insatserna är dock dock ibland lösryckta och har inte riktigt funnit sin plats i en helhet. Det har skapats pusselbitar utan att det först bestämts vad pusslet ska föreställa.	Ett arbete görs för att strukturera upp helheten kring ett antal spår såsom medlemmens väg genom UNF, verksamhet, demokratiutveckling, påverkan och skolsamverkan. Utifrån strukturerna skapas metoder, material och bildning.
3. Locka	Utmaning	Förslag
Det gäller att sticka ut, erbjuda bra saker och ha argument för att locka människor till sig. Genom att rikta sig till utvalda målgrupper med anpassade insatser går det att locka nya personer.	Det är svårt att skapa något som lockar alla samtidigt. UNF har länge använt ett enskilt material för rekrytering där alla mellan 13 och 25 år ses som en samlad målgrupp.	Genom att rikta in sig på flera olika målgrupper och utforma metoder utifrån detta kan troligen fler lockas till UNF.
4. Förtrolla	Utmaning	Förslag
Det gäller inte bara att hitta nya personer till verksamheten utan även att se till att de stannar kvar. Det kräver i de flesta fall mycket mindre energi att hitta sätt att behålla personer än att locka nya. Här gäller det att skapa lojalitet för organisationen.	Den senaste tiden har UNF haft svårt att få medlemmar att stanna kvar länge. Detta kan delvis bero på att det inte funnits en utarbetad plan eller metoder för hur detta ska göras.	Det krävs insatser för att någon ska vilja stanna kvar i en organisation. Medlemmen ska känna gemenskap, att det är kul, att medlemskapet ger något, att personen utvecklas och så vidare. För många är verksamheten viktig för att ha något att hänga upp sitt engagemang på. Nykterhet är ingen aktivitet.
5. Överträffa	Utmaning	Förslag
Det gäller inte bara att locka med aktiviteter och lova saker. Löftena måste hållas och det som utlovats ska levereras. Ofta är det också så att det hela tiden krävs lite mer än det utlovade för att det ska upplevas som riktigt bra.	En person som blir medlem har förväntningar på vad den ska få ut av sitt medlemskap. Många som går ur gör det för att förväntningarna inte uppfylls. Det kan handla om att aktiviteter inte blir av, brist på kontakt, brist på information och så vidare.	Det gäller att ha metoder och insatser som gör att en medlem vill stanna länge. Det handlar om att hela tiden ha något nytt att längta till. Från början kanske den längtar till nästa aktivitet och med tiden till nästa utbildning, nästa möte, nästa påverkansinsats och så vidare.

En tydlig grund

UNF:s vision är En demokratisk och solidarisk värld fri från droger. Visionen är av utopi-typen vilket gör att den är svår att uppnå men den är samtidigt tydlig med vårt strävande. Det är viktigt att vi ger medlemmarna och våra företrädare fler riktningstips i det vardagliga arbetet där vi väljer vilka aktiviteter och insatser som ska genomföras.

Kamp mot droger med nyktert engagemang

Utifrån visionen och övriga riktlinjer har ett flertal grupper diskuterat UNF:s syfte: Vad är det vi gör egentligen? Vad ska vi göra? Vad särskiljer oss? Vad skulle omgivningen sakna om vi försvann? Utifrån svaren på dessa frågor har ett uppdrag utkristalliserats: *Kamp mot droger med nyktert engagemang.*



Kamp mot droger

Det som är utmärker oss är vår kamp mot alkohol och andra droger. Vi står naturligtvis fortfarande lika mycket för demokrati, solidaritet, tolerans, medmänsklighet, välkomnande och att stå upp för de som behöver det. De aspekterna är vi dock inte ensamma om. Vi är inte ens unika i att skapa nykter verksamhet; det gör varenda fritidsgård och ungdomsförening. Det som särskiljer oss är just den aktiva kampen mot droger.

När vi väljer vilka uppgifter vi ska ta oss an eller de kampanjer vi genomför tar vi dem som tydligast kopplas till vår kamp mot droger.

Nyktert engagemang

Även om det är många som skapar nykter verksamhet är det inte lika många som står för nykterheten och engagerar sig i frågan. Vi är unika med att ta ställning och till och med ha ett medlemslöfte.

Vi är hela tiden tydliga med att de som företräder oss är nyktra och delar vår kamp för en bättre värld. Våra aktiviteter har kännetecknen som visar vår grund. En enkel minnesregel är IGLOR.

Fostra framtidens världsförbättrare

Vi vill förändra världen idag, imorgon och i framtiden. Detta gör vi genom att ha många engagerade medlemmar. Det vi vill ”producera” i vårt arbete är att skapa demokratiska, solidariska och engagerade världsförbättrare. Vi vill att det ska finnas människor som är kunniga, föregångare, förebilder, nyktra, demokratiska och aktiva överallt i samhället. Vi vill att de ska finnas i kommuner, skolor, riksdagen, media, myndigheter och överallt där det gör nytta med motpolar.

Vi ser till att våra medlemmar får förutsättningar för ett hållbart engagemang hos oss oavsett om det bygger på verksamhet, drogpolitisk kamp eller det personliga ställningstagandet. Vi låter medlemmarna utvecklas utifrån sina intressen. Alla medlemmar får med tiden personlig utveckling när det gäller ställningstagande, demokrati, föreningsrättigheter, påverkan och social samverkan.

Vision

En demokratisk och solidarisk värld fri från droger

Uppdrag

Kamp mot droger med nyktert engagemang

Uppgifter

- Fostra engagerade, kunniga, solidariska och demokratiska nyktra världsförbättrare.
- Erbjud engagemang i form av nykter verksamhet
- Använda vår specialitet som är kampen mot droger för en bättre värld

Känslor skapar engagemang

De flesta av de egenskaper som vi vill ha hos medlemmar och andra bygger inte enbart på information och kunskap. Det som krävs är att vi ger dem upplevelser och känslor. Genom att under UNF-tiden få chansen att samla på sig minnen, gemenskap, erfarenheter, meriter, mentorer, nätverk och kompisar skapas engagerade medlemmar.

Känslan av UNF

Vi vill att UNF ska ge känslor som: ”Vad spännande det var på första aktiviteten.” ”Jag klarade av att leda ett styrelsemöte.” ”Jag kunde vara ansvarig för ett helt arrangemang.”

”Jag vågade prata inför den där gruppen.” ”Det gick bra när jag talade med den där politikern.” ”Jag har aldrig haft så kul som på den där aktiviteten.” ”Det var på den där kursen jag blev kär i min partner.” ”UNF-tiden gav mig mängder av kompisar.” ”Det var den roligaste tiden i livet.” ”UNF förändrade mig som person.” ”UNF gav mig en fristad.” ”Utan UNF hade jag kanske inte stått här idag.” Alla dessa samlade känslor leder till lojala och engagerade medlemmar.

Vi inspirerar medlemmarna till engagemang. Detta kräver mer än skriftlig information. Det kräver insiktsfulla ledare, kvalitativa utbildningar för kursledare, pedagogiskt utformade metoder som inte bara bygger på informationsförmedling utan också på känslor, känsla av tillhörighet, mentorskap och intryck av professionalism.

Målgrupper för nya medlemmar

Genom att fler blir medlemmar, tycker samma saker som oss och engagerar sig gör vi världen bättre. Ställningstagandet att bli medlem, stå för våra frågor och vara nykter gör att varje medlem påverkar i sin vardag och hjälper oss att bli en starkare röst. För att hela tiden bli fler medlemmar är vi flitiga med att få kontakt med nya människor.

Alla kan bli medlemmar i UNF. Att locka personer i alla åldrar och intresseområden med samma kommunikation är svårt. UNF riktar sig till personer mellan 13 och 15 år och det är en ganska föränderlig tid i ungdomars liv. Det är mycket som händer såsom byte av skolor, umgänge, bostadsort, fritidsaktiviteter, körkort, eget boende och mycket annat. Dessa saker förändrar också hur vi reagerar på kommunikation.

Tre målgrupper eller intresseområden

Vi väljer att inrikta oss på tre målgrupper. Målgrupperna behöver inte nödvändigtvis baseras på ålder då dessa intresseområden kan vara flytande över olika åldrar. Målgruppsinriktat kommunikationsarbete bygger dock på förenkling och förtydligande. Poängen är just att försöka förutse vilken kommunikation som funkar var och då kunna vara beredd på detta.

Uppleva

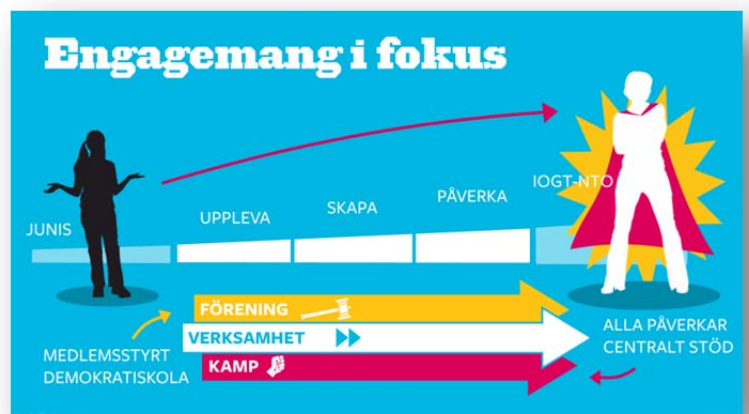
Inriktning på högstadieålder. Fokus på att uppleva och delta i nykter verksamhet. Nykterhet är förhållandevis självklart. Personer i målgruppen bor på sin hemort, har ofta en aktiv fritid, har kompisar från skoltiden och bor oftast hemma hos föräldrar. Engageras genom att kunna stötta verksamhet. Vi



bjuder in med lockande aktiviteter, har färdigt material för engagemang och metoder för stöd. Den främsta arenan för rekrytering är högstadieskolor.

Skapa

Inriktning på gymnasieålder. Fokus på att arrangera, på eget ställningstagande och viss påverkansaktivitet. Personer i målgruppen har ofta fått nya kompisar, börjat på ny skola och har ibland flyttat till ny ort. De har färre tydliga fritidsaktiviteter, mer häng, party och relationer. Engageras genom att erbjuda möjligheter till att förverkliga egna idéer och vara förebilder. Den främsta arenan för rekrytering är gymnasieskolor, föreningar, lokala event och sociala medier.



Påverka

Inriktning på 18 års ålder och uppåt. Fokus på att förändra världen och påverka. Det egna ställningstagandet är viktigt. Personer i målgruppen har en tydlig bild av sig själva och gör ett medvetet val i beslutet att bli medlem. Har ofta kommit till ny ort och till ny skola. Har i vissa fall börjat jobba och flyttat hemifrån. Relationer är intressanta. Engageras genom att vara kunniga och erbjuda möjligheter till seriös kamp och normbrytande. Den främsta arenan för rekrytering är högskola, föreningar, lokala event och sociala medier.

Medlem hela livet

I en perfekt värld skulle UNF kunna ta emot de flesta av sina medlemmar från Junis där de redan vant sig vid att träffas, samarbeta, ha kul och kanske fastnat för en verksamhet. Vi kan underlätta övergångar genom att samordna verksamhetsmetoder, samverka kring ledare och se till att verksamhet för Junis och UNF sker på samma platser. Under UNF-tiden får medlemmarna chansen att utvecklas. Med rätt utveckling stannar medlemmarna kvar tills de är 25 år och det är ett naturligt steg att fortsätta sin kamp och sitt engagemang i IOGT-NTO.

Demokrati och kamp

Även om fokus ligger på verksamhet är tanken att våra andra egenheter ska vävas in. Naturligtvis är det alltid medlemmar och föreningar som ska bestämma om de viktiga sakerna i UNF. Det är medlemmarna själva som bestämmer över arbetsplaner, lokaler, budgetar och annat. Föreningsarbetet är också en viktig demokratiskola för medlemmarna som ger kunskaper som kommer till användning i andra föreningar, i politiska sammanhang och samhället som helhet.

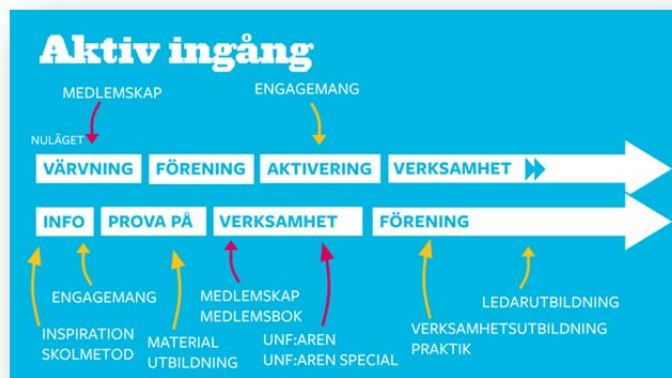
Kampen mot droger ska kunna föras av alla medlemmar. Även om ens främsta engagemang är i en förenings verksamhet ska alla få chansen att vara med om en kampanj, en ölutköpskampanj och annat. Det kommer fortfarande finnas de som specialiserar sig på påverkan och de får uppgiften att se till att den finns enkla påverkansaktiviteter som kan användas var som helst.

Olika vägar in i organisationen

Jämfört med tidigare arbete med rekrytering har vi beredskap för att anpassa detta till olika situationer och olika målgrupper. Tidigare har vi rekryterat på ungefär samma sätt i alla situationer. Baserat på diskussionen om målgrupper och engagemang är det nödvändigt att vi har flera alternativa sätt att arbeta på.

Utgå från verksamhet

På högstadieskolor samtalar vi främst om verksamhet. Vi utgår från ett antal utvalda populära verksamheter som vi är duktiga på. Alternativet finns alltid där det går att få stöd till att skapa sin egen verksamhet. Ett antal personer kan skriva upp sig som en del av en verksamhetsgrupp. Denna grupp bjuds samma kväll eller följande helg in till en informationsträff där de får testa på aktivitet, får träffa någon kunnig i ämnet, introduceras och får veta mer om vilka möjligheter som finns. Därefter stöttas gruppen i att skapa sin valda verksamhet. Efter en tid bjuds gruppen in till en samling där de får träffa fler verksamhetsgrupper och får chansen att träffa kunniga inom deras verksamhetsområde, får lära sig mer och får nya verktyg.



Målet är alltid medlemskap

Under hela arbetets gång är det viktigt att gruppen får peppande kontakt av verksamhetsutvecklare och ideella som stöttar, peppar, berättar mer om UNF och om medlemskap. Även om den första delen av verksamheten är öppen för alla är som alltid målet att få fler medlemmar. För att få fortsätta en längre tid med verksamheten krävs efter hand medlemskap och för vissa delar även att gruppen blir en förening. Vi kan locka med fortsatt stöd, fler kontakter med kunniga personer, ett stort nätverk, tillgång till lokaler, utbildningar, möjligheter till uppvisningar, ekonomi och mycket annat.

Fördelar och risker

Genom att utgå från en persons intresse får vi det enklare att skapa ett riktigt engagemang. Vi vill att personerna ska komma till aktiviteter för att de tycker att det är kul, spännande, givande och utvecklande i UNF. Vi slipper att redan i skolan filtrera bort möjliga medlemmar genom att "skrämna" med löften, talonger, personnummerkrav, underskrifter och annat.

Det är dock viktigt att vi inte glömmer bort att ta nästa steg. Målet är ju fortfarande att alla ska bli medlemmar och föreningsaktiva. Det kan vara lätt hänt att bli "nöjd" och tycka att det är kul att det kommer personer på aktiviteterna. Då riskerar fokus att hamna på det. Vi får inte glömma bort att se till att verksamheten blir just UNF-verksamhet och att alla måste få chansen att bli medlemmar.

Utgå från ställningstagande

För personer i gymnasieålder, studenter och äldre personer ligger fokus mer på ideologi och ställningstagande. Vi berättar om vårt eget ställningstagande, aktuella kampanjer och utvalda frågor vi driver. Utifrån dessa söker vi allierade i olika former. Vissa kan bli medlemmar för att aktivt driva påverkansarbete, vissa driver en förening med påverkarsfokus, vissa deltar i enstaka kampanjer medan vissa stödjer med sitt personliga ställningstagande och påverkar i sin vardag.

Dessa medlemmar erbjuds utveckling i sitt ställningstagande, drogpolitik, påverkansarbete och annat. Naturligtvis kan även dessa medlemmar välja att aktivera sig i en utvald verksamhet. I dessa fall är vi redo

med att ha olika nivåer av utbildningar och metoder när det gäller våra utvalda aktiviteter för att kunna erbjuda även äldre medlemmar utveckling.

Öppen verksamhet

Genom att genomföra mängder av verksamhet som är öppen för ungdomar även utanför organisationen får fler prova på våra aktiviteter, känna på gemenskapen och träffa medlemmar. Detta är en viktig metod för rekrytering och det bör finnas utarbetade metoder för att diskutera medlemskap och engagemang med deltagare och besökare vid vår verksamhet.

Få medlemmar att stanna och växa

Vårt mål är att alla våra medlemmar ska utvecklas, få koll på omvärlden, engagera sig och hjälpa oss i vår kamp för en bättre värld. Därför vill vi att medlemmarna ska trivas hos oss, passa in i gemenskapen och känna att de hela tiden utvecklas. De ska känna att de lär sig, upplever saker, får erfarenheter och får den fina känslan av att själv ha skapat saker för sig själv och andra.

Utveckling från dag ett

Redan från första stund tar vi hand om våra medlemmar. De ska tydligt få reda på vad de gått med i, känna att de är välkomna och ha möjlighet att delta i verksamheten. Det ska hela tiden finnas något att se fram emot.

- Vi informerar tydligt vad organisationen står för
- Vi bjuder tidigt in till en aktivitet utifrån medlemmens intresse
- Vi får med medlemmen i gemenskapen
- Vi låter medlemmar vara delaktiga och ta ansvar
- Vi håller regelbunden kontakt och bjuder in
- Vi erbjuder vårt första bildningssteg UNF:aren och vidare bildning
- Vi gör bra regelbunden verksamhet
- Vi uppmuntrar medlemmen till engagemang och eget skapande

Företrädare, ledare och arrangör

Redan från första stund blir en ny medlem en företrädare för UNF. Vi ger denne därför kunskaper så att den kan berätta om UNF, stå för sitt ställningstagande, få fler att bli medlemmar och att få fler att växa. Organisationen består av och byggs upp av medlemmarna själva. Det är medlemmarna som arrangerar aktiviteter, anordnar utbildningar och inspirerar andra medlemmar. Detta innebär att det måste finnas verktyg och utbildningar för att kunna utvecklas i roller som ledare, arrangör och utbildare. Vi uppmuntrar till att de som anordnar utbildningar och arrangemang genomgår utbildning som innehåller både teori och praktik.

En obruten kedja

Alla deltagare ska få chansen att utvecklas. Det är viktigt att hela tiden se till att vi kan inspirera alla och inte missa någon. En förutsättning för att allt detta ska lyckas är att vi utvecklar ett system som gör att ingen tappas bort. Från första mötet ska det finnas en kontakt kedja som gör att det går att nå personen med information, inbjudningar, förfrågningar och så vidare.

Engagerande balanser

Det är viktigt att inspirera, engagera och låta ungdomar utvecklas. I varje steg behöver vi tänka på att låta alla utvecklas mot vår målbild som färdigutvecklad medlem.

Detta är naturligtvis en utmaning; men det gäller att förbereda sig på den. För att komma in i tänket kan ett antal paradoxer användas. Det gäller att hitta balansen mellan de olika ytterligheterna. Lösningarna är naturligtvis olika för varje situation och det går därför inte att presentera standardlösningar. Det bästa sättet att vänja sig vid detta arbete är helt enkelt att praktisera.

Engagerande balanser

- ★ Ge lagom mycket ansvar utan att överbelasta
- ★ Ställa krav utan att skrämja bort
- ★ Uppmuntra utan att göra åt allt i arsenalen
- ★ Lära ut mycket utan att avslöja allt
- ★ Ge stöd utan att kväva viljan till självständighet



Vilka motsatser är svårast?
Finns det fler?
Hur kan vi bli bättre på att hantera dem?



Bildningssystem

Bildning är en viktig del i att få medlemmarna att hela tiden utvecklas. Det är också viktigt för organisationen då medlemmarna redan från början förvandlas från konsumenter till producenter. Bildningen bör ses över för att bli en del av ett heltäckande system. Det bör även ses till att det finns utbildningar för att ha tillgång till personer som kan anordna bildningsinsatser med tillräcklig kvalitet på alla de olika nivåerna.

Bildningen bör startas redan vid de första kontakterna med nya medlemmar. I samband med träffar med nya medlemmar och verksamhetsgrupper genomförs de första delarna. Ett underlag finns i de medlemskit som nya medlemmar får.

Beståndsdelar i allmän medlemsintroduktion

Informationsblad

Enklare blad eller foldrar för snabb värvning. [Snabbfakta, inbjudan till aktivitet, förslag på metoder och länk till webbplats]

Unf.se

Webbplatsen måste med hjälp av en "utifrån in-genomgång" ges ett mottagande för tänkta målgrupper. En tillfällig lösning kan vara en ny landningssida där icke-medlemmar tydligare kan få en bild av UNF.

Medlemsinformation på unf.se

Informationen på webbplatsen måste ges tydlig struktur så att ovana användare kan hitta en röd tråd. Det går inte att förutsätta att en helt ny oerfaren medlem kan bedöma vilken information som är viktigast.

Medlemshandbok

En broschyr med det som behövs informationsmässigt för att en ny medlem ska få grepp om UNF, vad vi gör och vad vi vill. Den kan vara ett viktigt första steg för varumärkesarbetet. [Fakta, argument, hur en UNF:are är, att vara en kompis, UNF-verksamhet](erhålls vid värvning). Eventuellt finns ett digitalt alternativ. Handboken kan användas som utgångspunkt för "UNF o:an" i cirkelform som genomförs av nya medlemmar tillsammans med mer erfarna medlemmar eller verksamhetsutvecklare. Många av delarna går att genomföra i praktisk form.

UNF:aren

UNF:aren ("UNF 1:an") ger grundläggande kunskaper för en UNF:are och en första minnesvärd upplevelse tillsammans med erfarna UNF:are. UNF:aren genomförs i grunden som en "intim" kurs där 15-20 nya deltagare "hänger" med 2-3 mer erfarna medlemmar. Fokus ligger på att förmedla känsla, föra över kunskap via diskussioner och göra saker tillsammans med andra. Folkbildning är grundmetoden där känslan är att ledarna berättar för gruppen snarare än att föreläsa. Kursen kan göras som en tillämpad

utbildning och anpassas till en speciell verksamhet. (Ledarna är diskussionsledare, ledare och matpersonal. Deltagarna kan med fördel hjälpa till med någon måltid som gruppuppgift.)

UNF:aren 2.0

UNF:aren avancerad (UNF 2:an) [Fördjupade kunskaper i grunderna för UNF]

Specialisten och höjdaren

Innehåll, upplägg och ledarutbildningar bör fastställas för att skapa en lägstanivå på kvalitet. En översyn när det gäller vilka som bör vara ansvariga för respektive bör göras.

Karriär i UNF

UNF är och ska vara en värdefull demokratisk skola för ungdomar. Genom att lära sig mer om samarbete, påverkan, föreningsteknik, styrelsearbete och annat får medlemmen kunskaper som gör nytta i andra föreningar, styrelser, organisationer, företag och naturligtvis inom politiken. För UNF:s del är det viktigt att medlemmarna hela tiden behåller en lokal föreningsförankring. Även om medlemmen går vidare till distrikt, förbund, internationellt eller andra delar av nykterhetsrörelsen ska det ses som naturligt att bjuda tillbaka och delta i det lokala arbetet och fostrandet av nya medlemmar. Det bör eftersträvas att alla medlemmar behåller ett lokalt engagemang och gärna en koppling till hemdistrikt eller hemförening.

Bedriftsdrivet system

Med sikte på att hela tiden ha något kvar att erbjuda för medlemmar i alla lägen är det viktigt att det finns skydd mot att ta sig igenom alla bildningssystemets steg alltför fort. Ett förslag är att sätta upp riktlinjer för de olika nivåerna. För att kunna gå nästa nivå behöver medlemmen exempelvis ha gått en viss utbildning i förväg, ha varit medlem en viss tid, en viss tid ska ha gått sedan föregående kurs, medlemmen ska ha genomfört eller lett ett visst antal aktiviteter innan nästa nivå och liknande. I vissa fall kan kanske även medlemmens ålder eller extern utbildningsnivå spela in. Systemet behöver inte vara hugget i sten utan vissa nivåer går kanske att uppnå genom att ha "erhållit motsvarande kunskaper eller erfarenheter" på andra sätt.

De olika nivåerna har inte bara motivet att få medlemmar att stanna länge eller att ha något för dem att se fram emot. Det kan också öka kvaliteten och öka förtroendet för de olika utbildningarna. Dessutom känner deltagarna själva att de uppnått något större genom att ha genomfört andra saker, orkat vänta, samlat erfarenhet och kämpat innan utbildningen. Det värsta scenariot är att de högre utbildningarna urvattnas genom att alltför unga, oerfarna och lågaktiva medlemmar kommer med på kurser som de egentligen inte är mogna för; kanske bara för att det inte finns tillräckligt urval.

Medlemskommunikation

Ett tydligt fast system för hur medlemmar ska kontaktas behöver implementeras. Delar av systemet kan behöva vissa tekniska lösningar. Listan nedan kan därför ses lite som en önskelista. Många delar kan dock lösas manuellt i en övergångsperiod.

- Smidig digital medlemsansökan
- SMS/mejl/FB-bekräftelse direkt efter medlemskap.
- "Min sida" där medlemmen själv kan uppdatera, anmäla sig, betala medlemsavgiften/bekräfta medlemskap, gå ur och annat.
- System för medlemsuppföljning [Är medlemmen med på uppföljningsaktivitet? | Påminna dagen efter | Nästa nya möte | Medlemmen har missat aktiviteter i två veckor | Påminnelse | Dags för årsmöte! | Dags att bekräfta medlemskap!]
- Föreningens sida [Digital årsrapport, uppdatera styrelseuppgifter, kontakta medlemmar]

Riktig UNF-verksamhet

Med bra verksamhet lockar vi nya människor, får folk engagerade, medlemmar vill stanna i organisationen och vi blir ännu starkare.

Verksamhet för engagemang

Vi arrangerar mängder av verksamhet. Det gemensamma intresset samlar och aktiverar medlemmarna. Valet av aktivitet spelar mindre roll. Det viktiga är att verksamheten har vissa speciella egenskaper som kännetecknar riktig UNF-verksamhet.

Verksamhet som frizon

För vissa medlemmar och andra ungdomar är vår verksamhet extra viktig. För deltagare med erfarenhet av missbruk i sin omgivning är det värdefullt med en nykter miljö fri från en störande alkoholnorm.

Verksamhet med UNF-smak

Verksamhet i UNF kan vara nästan vad som helst. Det spelar ingen större roll om det handlar om handboll, disco, lan eller hantverk. Det viktiga är att vi ger verksamheten vår identitet eller vår smak. Vi antar att vi skulle börja ha handboll som aktivitet. Vi skulle kanske inte vara bäst i världen på att spela handboll och kanske inte vinna VM. Däremot har vår handboll andra egenskaper. I vår handboll får alla vara med, ingen får sitta på bänken hela tiden, alla får vara med och bestämma, alla känner sig välkomna, vi har inget läktarvård och naturligtvis är det ingen som börjar dricka på handbollsläget. Det är alla dessa saker som ger handbollen UNF-smak och det är det som vi skapar metoder för. När vi hittat essensen av detta kan vi lätt byta ut handbollen mot vad som helst; som exempelvis lan som i bilden.



Riktig UNF-verksamhet med kvalitetskoden IGLOR

För att verksamheten ska få de egenskaper vi önskar planerar vi aktiviteter utefter en kvalitetskod. Målet är att varje aktivitet ska innehålla så många som möjligt av kodens delar.

Ideologisk

Denna del är obligatorisk och ska innehålla alla tre delar.

Demokratisk Det ska vara möjligt för medlemmar och deltagare att påverka innehållet i våra aktiviteter.

Solidarisk Våra aktiviteter är öppna och tillgängliga för alla.

Nykter Våra aktiviteter utmanar alkoholnormen och är naturligt fria från alkohol och andra droger.

Givande

Efter aktiviteten ska deltagarna nöjt känna att den har gett något, att den lärt dem något eller att de upplevt något.

Lockande

Aktiviteten ska locka nya deltagare och få de som deltagit att vilja komma tillbaka.

Omvärldsförbättrande

Aktiviteten är opinionsbildande och en del av vår kamp för en bättre värld.

Resursgivande

Aktiviteten gör att vi i framtiden kan få tillgång till resurser som lokaler, kontakter eller pengar.

Utvalda aktiviteter

För att bättre kunna locka, inspirera och stötta deltagare i vår verksamhet väljer vi ut ett antal aktiviteter som vi blir extra duktiga på. Inom dessa aktiviteter ser vil till att vara förberedda med material, metoder, utbildningar och nätverk. När vi väljer dessa aktiviteter har vi några saker vi vill att de ska uppfylla så många som möjligt av.

En aktivitet ska förslagsvis vara:

Populär – en av poängerna är att locka nya deltagare och medlemmar.

Visuellt stark – det ska vara enkelt att visa upp den och verksamheten får gärna i sig själv leda till resultat som kan visas upp såsom exempelvis uppträdanden, konstverk, filmer.

Profilkopplad – aktiviteter som automatiskt kan kopplas till vår profil är extra värdefulla. Ofta kan aktiviteterna göras mer profilinriktade genom att exempelvis ha ett tema på en föreställning.

Utvecklingsbar – det bör finnas utrymme för att utveckla, uppdatera och fördjupa aktiviteten så att det hela tiden finns något att arbeta vidare med. Det ska gå att lära sig mer och hitta nya områden.

Praktisk – det ger ofta en starkare upplevelseeffekt och mer effektivt lärande om det går att lära sig aktiviteten genom praktiskt genomförande.

Unik – för att inte smälta in i bruset av andra aktiviteter är det gynnsamt om UNF är ensamma om att erbjuda aktiviteten; åtminstone på den aktuella orten eller på det sättet som UNF gör det.

Återvinningsbar – för att effektivt kunna använda aktiviteten bör den enkelt kunna kopieras och spridas i hela landet. Den bör därför inte vara beroende av lokala förutsättningar eller enskilda personer .

Utbildning och praktik kopplad till verksamhet

För att se till att vi är konkurrenskraftiga när det gäller de utvalda metoderna gäller det att, utöver material och metoder för att väva in UNF-känslan i metoden, se till att det hela implementeras och att det finns utbildade personer i metoderna. Några exempel på möjligheter:

- Specialvarianter av UNF:aren tas fram för praktisk koppling.
- Ledarutbildningar speciellt avsedda för metoderna skapas på olika nivåer.
- Utbildning kan efter hand genomföras som praktik på andra orter som redan arbetat in metoden.
- I stil med exempelvis nittioalets café Solsting i Borgholm starta enstaka fasta återkommande aktiviteter i landet dit engagerade kan sommarjobba/praktisera som en del i sin utbildning, som peppning, för att lära sig utbilda andra och så vidare. Exempel kan vara café, klubb, underhållningsteam på camping, eventgrupper, barndiscomturné och turné på stadsdelsdagar.
- Metodvisa samlingar där grupper får visa upp resultatet av sin verksamhet. Jämför exempelvis med Junis teaterfestivaler där de får uppträda för varandra, utbyta erfarenheter och få idéer. Exempel skulle kunna vara filmfestivaler och teatersamlingar.
- Uppträdanden och uppvisningar har flera värden. Delvis är det peppande för gruppen, det kan skapa kontakt med föräldrar som gärna ser på, ett bra sätt för även NBV att visa upp sin verksamhet och dessutom är det naturligtvis rekryterande då nya kan bli intresserade.

Föreningen är en viktig byggsten

Engagemanget i lokala föreningar är en styrka på många sätt. Delvis för att visa upp en tydlig lokal närvaro på orten och vara en plattform för verksamhet och engagemang. Föreningen är också en viktig demokratisk skola för medlemmarna.

Föreningen ett kraftfullt verktyg för engagemang

Det hävdas tidvis att föreningen som engagemangsform är utdöende och att människor väljer andra former för sitt engagemang. Det visar sig dock allt som oftast att föreningens huvuddrag ändå återkommer i olika sammanhang. Vid samarbeten och projekt framkommer med tiden behovet av ledning, dokumentation, ekonomisk styrning och medlemsinflytande. Detta gör att våra kunskaper och erfarenheter kommer väl till pass i många sammanhang. Föreningen fortsätter att vara vårt självklara val för organisation. Vi håller oss uppdaterade och utvecklar verktyg, metoder och bildning för att hålla våra former för föreningedemokrati uppdaterade och aktuella.

Alternativa former

Även om föreningsformen är den rådande håller vi koll på alternativa former för demokratisk påverkan och engagemang såsom nätverk, verksamhetsgrupper, aktionsgrupper, forum och annat.

En demokratisk skola

Den parlamentariska demokratin är systemet som gäller i stora delar av samhället såsom kommuner, regioner, landsting och på riksnivå. Även i många andra föreningar och organisationer är det samma demokratiska principer som gäller. Därför är vår demokratiska uppbyggnad en värdefull förberedelse för medlemmarnas vidare liv som påverkande individer.

Värva föreningar

Vi utvecklar material för att presentera föreningen som form. Vi beskriver fördelar och argument för att välja just föreningsformen. Materialet presenterar även fördelarna med att ha en förening i just UNF. Detta material kan användas för att presentera formen för nya medlemmar. Det kan också användas för att presentera just UNFs fördelar i kontakten med befintliga externa föreningar som kan tänkas formas om till UNF-föreningar.

Utbildning i demokrati

I UNF får alla utbildning i föreningsteknik, demokrati och påverkan. Även i aktivitetsgrupper och exempelvis skolmetoder vävs dessa aspekter in. Även om personerna inte väljer att bli medlemmar efteråt är det värdefullt att de kan minnas att det är UNF som gett med positiva upplevelser och dessutom lärt upp dem i viktiga kunskaper som demokrati, påverkan, argumentation och föreningsteknik. När UNF någon gång träffar på dessa i en ny roll som kommunpolitiker, tjänsteman, möjlig sponsor eller annat kommer dessa insatser troligen vara till vår fördel.

Utbildningsmässigt borde det på sikt funka så att det är de enskilda medlemmarna som utbildas i föreningsteknik och att de växer in i befintliga föreningsstyrelser där det alltid finns några erfarna kvar från tidigare år.

Föreningsgrundutbildning

Grundutbildning för medlemmar som kan genomföras i föreningen eller som kurs. Kan innehålla uppdragsspecifika delar för kassör, sekreterare, ordförande, revisor, valberedare. Dessa kan vara återkommande så att varje medlem kan samla på sig färdigheter för flera roller även om denne inte innehar den posten i sin styrelse.

FSS och ordförandesamlingar

Föreningsstyrelsesamlingen är just en samling och inte en utbildning. Den är till för peppning, erfarenhetsutbyte, idéspredning och praktiskt stöd från distrikt och andra. Den delen som är av utbildningsart är snarare fortbildning och övning för styrelsen som helhet. Samlingen är i grunden inte rätt plats för ren rollutbildning för styrelseledamöter. Ordförandesamlingarna har den viktiga funktionen att uppmärksamma den viktiga rollen som ordförande lite extra med speciella former för erfarenhetsutbyte. Det kan ibland vara lockande av logistiska skäl att låta ordförande och övriga styrelseledamöter samlas samtidigt. Görs detta mot rekommendation är det viktigt att tänka på att ordförandesamlingen genomförs avskilt. Av pedagogiska skäl ska naturligtvis inte "pausaktiviteterna" för övriga göras alltför lockande.

Kamp mot droger

Vi kämpar för en bättre värld och är övertygade om att ett steg på vägen är att färre använder alkohol och andra droger. Kampen mot droger är det som särskiljer oss från många andra organisationer. En del av lösningen är att fler blir medlemmar och påverkar genom sitt personliga ställningstagande.

Vi påverkar samhället

Vi påverkar aktivt i samhället. Vi talar med politiker, besöker myndigheter, gör aktioner och påverkar opinionen. Vi är partipolitiskt obundna men vi är politiskt aktiva.

Målgrupper

Detta är våra främsta målgrupper i påverkansarbetet:

Kommuner och myndigheter

Genom politiker och tjänstemän kan vi påverka i frågor som serveringstillstånd, ordningsfrågor och även fritidsfrågor. Vi påverkar genom samtal, besök, fikastunder och uppföljning till kampanjer. En klassiker som ölutköpskontroll följs upp med samtal med berörda instanser. När vi arbetar mot denna målgrupp är vi extra pålästa i ämnet och uttrycker oss genomtänkt och seriöst. Helst har våra företrädare speciella kunskaper och använder material som framtagits centralt.

Allmänhet

Gentemot allmänheten visar vi främst upp vår verksamhet som en viktig del för ungdomar med missbruk i sin omgivning, vårt förebyggande arbete i bland annat skolor och för en diskussion där vi visar vårt ifrågasättande av alkoholnormen. Vit jul och skolavslutningar är exempel på tillfällen då alkoholnormen är tydlig. I kontakten med denna målgrupp är vi seriösa och pålästa.

Central expertis och lokal påverkan

Tillsammans med övriga IOGT-NTO-rörelsen har vi spetskompetens när det gäller drogfrågan och politisk påverkan. Vi påverkar på riksnivå med lobbying, personliga kontakter, rapporter och kampanjer. Vår styrka är också vår lokala närvaro och kunskap. Påverkansarbetet ges extra slagkraft genom att lokala unga medlemmar kontakter politiker, gör kampanjer, skapar aktiviteter och påverkar allmänheten. Våra centrala spetskompetenser stödjer vårt lokala arbete med kunskaper, rapporter, utbildningar, verktyg och återkommande kampanjer som de lokala medlemmarna kan delta i.

UNF i skolan

Skolan är en viktig arena för oss. Här finns nästan alla i våra främsta målgrupper samlade på en och samma plats. Här berättar vi om vår organisation, om vår verksamhet och hittar nya medlemmar. Vi stöttar också skolan i deras förebyggande arbete. Gentemot skolan är vi seriösa och tydliga med våra mål med samarbetet.

Rekrytering

Vi förklarar för skolan att det är en viktig skyddsfaktor för ungdomar att ha en meningsfull fritid och känner att de har möjlighet att påverka samhället omkring dem. Detta är just det som vår verksamhet kan hjälpa till med. Naturligtvis är vår verksamhet fri från alkohol och andra droger.

Förebyggande arbete

Vi har förmåga att stötta skolan i sitt förebyggande arbete. Det förebyggande arbetet genomförs av utbildade personer och utgår från beprövade metoder.

Metoder och verktyg

En metod som används på försök tillsammans med NBV är Trivselgerillan. Eventuellt blir även forskning och vidare utveckling av metoden aktuellt. Parallellt med denna huvudmetod utreds andra metoder och verktyg som kan användas som komplement. Detta kan exempelvis vara metoder för enklare insatser, föräldradiskussioner, utbildning av skolpersonal och tips för ANDT-insatser i skolan.

Verksamhet i rörelsen

Vår ambition är naturligtvis att en person ska kunna vara medlem i IOGT-NTO-rörelsen hela sitt liv. För att lösa detta samverkar UNF med övriga rörelsen.

Junis

Målet måste vara att alla Junis -medlemmar vill fortsätta att vara aktiva och bli medlemmar i UNF. Det finns en del saker vi kan arbeta vidare på för att lösa detta.

- Synkad verksamhet - Vissa verksamheter borde kunna gå att fortsätta med även i UNF-ålder. Detta skulle kunna göra att en medlem kan fortsätta med den verksamhet som den blev medlem för och utveckla den ytterligare.
- Viktiga förebilder - Det är viktigt att de Junis-ledare som är medlemmar i UNF verkligen känns som UNF:are för Junismedlemmarna. De ska kunna berätta om sitt UNF-liv, om hur de själva bestämmer, vad det finns att lära sig och så vidare.
- Är Junis-ledaren aktiv i sin UNF-förening får Junis-medlemmen naturligt en vilja att också vilja vara medlem i den föreningen.
- De Junis-ledare som är medlemmar i UNF ska känna att det finns en naturlig plats hos UNF. De ska själva kunna uppleva verksamhet, delta i utbildningar och vara med i en förening.

IOGT-NTO

Målet är att många UNF:are ska fortsätta sitt engagemang i IOGT-NTO. Här är exempel på lösningar.

- Vissa verksamheter skulle gå att samordna mellan äldre UNF:are och IOGT-NTO-medlemmar. Kanske kan de äldre medlemmarna i en UNF-förening helt enkelt fortsätta sin verksamhet som en del av en befintlig IOGT-NTO-förening eller genom att starta en ny specialanpassad.
- Stora delar av påverkansarbetet skulle kunna göras av UNF och IOGT-NTO tillsammans. Detta särskilt grupper med äldre UNF:are som skapat en aktionsgrupp eller liknande.

NSF

Då scouterna har en egen struktur där medlemmarna kan vara med i alla åldrar finns inte riktigt samma naturliga övergångskoppling. Däremot kan många aktiviteter, kampanjer och verksamheter samordnas.



UNGDOMENS NYKTERHETSFÖRBUND