



Mål och riktlinjer 2015-2017

Justerat enligt kongressbeslut



SENIORER I TIDEN

INFLYTANDE • VALFRIHET • LIVSKVALITET



SENIORER I TIDEN

INFLYTANDE • VALFRIHET • LIVSKVALITET

Mål och Riktlinjer 2015 – 2017

Sveriges Pensionärsförbund, SPF, går in i en ny kongressperiod, visare och än mer kompetent i frågor som rör seniorer i allmänhet och seniorer i vår egen rörelse.

Ökad kunskap har vi skaffat oss genom egna program, aktiviteter, projekt och rapporter som Ålderismprogrammet, SKOP-undersökning, Arbetsmarknadsrapport, Stadgeförslag, Vård och omsorg i ny tid, 2-miljoners projekt, Rapport från pensionärsorganisationernas gemensamma pensionsarbetsgrupp D5, WeDo, Våldet går inte i pension, Läsarundersökning, SPF:s Seniorindikator, SPF:s Seniorpanel, Valmanifest, Pensionärsskattekalkylatorn och SPF:s Tankesmedja.

Ökad kunskap har vi också fått via andra redovisningar, projekt och rapporter som Pensionsåldersutredningen, När man blir gammal på riktigt, Strategi för framtiden, Medlemsmodellen – rekrytera, aktivera och behålla medlemmar med mera.

Tillsammans ger det oss kunskap om vad vi måste göra för att SPF även i framtiden ska vara en organisation i tiden som attraherar, behåller, aktiverar, stimulerar, påverkar och växer sig allt större och starkare som det självklara senioralternativet.

Vi måste våga sätta framtiden på dagordningen!

Målområden

Fyra viktiga områden har utkristalliserat sig när rörelsen under innevarande kongressperiod har arbetat med utvecklingsprocessen Ett steg till... och de är;

- **Vi-anda och identitet**
- **Rekrytera och behålla**
- **Påverkan och inflytande**
- **Synas och höras**

Dessa områden kommer att färga arbetet och inriktningen för hela rörelsen under kommande kongressperiod. De gäller såväl för förening som för distrikt och centrala förbundet.

Vi-anda och identitet

SPF är en traditionell trestegsorganisation med föreningar, distrikt, förbund, förbundsstyrelse och ett centralt kansli. Vi måste ha som mål att hela organisationen ser varandra som viktiga delar av en helhet, där alla delar är lika värdefulla och som bygger på en positiv Vi-anda. Det är bara när vi gör saker tillsammans som vi blir starkare och får större genomslag och resultat för våra idéer.

Genom ökad dialog mellan förening, distrikt och förbund kommer en fortsatt utveckling att ske. Det är viktigt att lyfta det ideella ledarskapet, ta fram enkla verktyg för hur man leder en förening eller distrikt i SPF:s anda.

Vi talar om den inre och yttre verksamheten, där båda är viktiga grenar för vår utveckling som rörelse. Den inre med sociala aktiviteter av olika slag allt ifrån studiecirklar, folkhälsofrågor till boule och resor.

Den yttre där vi ställer krav på kommun, landsting och riksdag i frågor som rör vård och omsorg, pensioner och skatter. Vår roll som aktiv påverkare med stor kompetens i äldrepolitiska frågor kan vi utveckla än mer och vi ska bli en röst att räkna med.

Förbundet byter namn till SPF Seniorerna vid årsskiftet 2014/2015, vilket ger oss en helt ny möjlighet att bygga ett tydligt varumärke som kommer att ses och kännas igen av många fler jämfört med nu. Namnet SPF Seniorerna kommer att ge oss en helt ny identitet.

I vår identitet ligger också vår förmåga att knyta samarbete med andra organisationer och företag. Vuxenskolan är en av dessa organisationer och är sedan lång tid tillbaka en nära partner till hela rörelsen. Nu ska vi ta det samarbetet till ytterligare en nivå under kommande kongressperiod. Utbildning är grunden i en organisationsutveckling och ytterligare satsningar på nya utbildningsmodeller kommer att presenteras under kongressperioden.

Hjärt-Lungfonden är en annan organisation som de senaste åren blivit en nära partner till förbundet med många intressanta och givande konferenser landet runt med sina forskare. Här sker kontinuerligt en utveckling av utbudet för föreningar och distrikt.

Under begreppet Senior Quality Guide utvecklas ett nära samarbete med ett antal företag som ser våra medlemmar som en mycket viktig och intressant grupp. Detta arbete är bara i sin linda och fler företag kommer att bli partners framöver.

Rekrytera och behålla

Drygt en miljon personer, 65+, finns oorganiserade utan medlemskap i någon pensionärsförening. Det är en utmaning att attrahera denna grupp och få dem med i vår rörelse. Nu har fyrtingalisterna nått 65-års åldern och huvuddelen av dem borde vara i "rätt" ålder för att välja det självklara senioralternativet!

Nästa spännande utmaning är även att bli en attraktiv organisation för femtingalisterna som snart också knackar på dörren som blivande medlemmar. Det här är en målgrupp som har stor vana vid att använda moderna IT-lösningar och sociala medier och de förväntar sig att deras medlemsorganisation också ska befinna sig i framkant inom dessa områden.

Vi har under de senaste åren lyckats med att rekrytera cirka 23 000 nya medlemmar per år. Eftersom nettoresultatet inte har nått målsättningen måste en mer intensifierad satsning ske för att öka antalet medlemmar. I flerårsbudgeten tar vi höjd för att öka medlemsantalet

ordentligt till 5 procent per år, en ökning som kräver att alla inblandade drar åt samma håll och medverkar med sin insats.

Vi måste bli mer lyhörda för att ta del av och använda moderna verktyg och IT-lösningar för att nå presumtiva medlemmar i rekryteringsarbetet. Sociala medier, sms och liknande kanaler kommer att bli ett allt mer vanligt inslag i vår verksamhet. Förbundet behöver också arbeta med professionell kampanjverksamhet på löpande basis för att kunna rekrytera fler. Vi ska heller inte vara främmande för att arbeta med call-centerliknande verksamhet som många andra organisationer idag framgångsrikt använder sig av i sin medlemsrekrytering.

Minst lika viktigt är det att behålla de som redan blivit medlemmar, speciellt de som nyligen valt att gå med hos oss. Alltför många medlemmar lämnar oss efter 1-3 år. Begrepp som medlemsvård måste bli en naturlig del av det dagliga föreningsarbetet.

Medlemsnytta är ett nyckelord. Hur ser vårt medlemserbjudande ut? Vad är det som gör att seniorer väljer att bli medlemmar i SPF – vad är det som gör oss unika? Vad är det varje medlem egentligen får ut för sin medlemsavgift? Hur kan SPF öka medlemsnyttan? Hur kan vi använda modern IT-teknik för att utveckla service och tjänster?

Programutveckling utifrån ett differentierat medlemsperspektiv måste vara ett naturligt inslag i föreningens verksamhetsplanering och medlemsvård. Likaså måste förbundet bli bättre på att löpande följa upp medlemsvården centralt genom regelbundna NMI (nöjd-medlems-index)-mätningar. På så sätt kan vi få adekvata nyckeltal för att följa upp vår rekrytering och dessutom få ett verktyg som ger oss större möjlighet att analysera avhoppet från förbundet.

Påverkan och inflytande

SPFs påverkansarbete ska fortsätta på olika nivåer, där valfrihet, trygghet, rättvisa och inflytande är våra honnörsord. Vi ska fortsatt ta striden för rättvis skatt och ett stabilt och väl fungerande pensionssystem.

Vi ska verka för folkhälsa och friskvård och för en hög kvalitet inom vård och omsorg. Vi ska agera så att äldre får bättre möjlighet att välja ett bra boende i livets olika faser. Vi kommer fortsatt kämpa mot åldersdiskriminering i samhället.

På det nationella planet ska vi som representant för över 270 000 seniorer bedriva påverkan gentemot regering, riksdag och övriga politiska instanser på central nivå. Vi ska också nätverka med andra organisationer som arbetar med verksamhet som är betydelsefull avseende pensionärers intressefrågor. Påverkansarbetet driver vi både på egen hand och i god samverkan med de andra stora pensionärsorganisationerna för att få mesta möjliga genomslagskraft.

Ute i landet arbetar SPF:s medlemmar varje dag för att bevaka seniorernas intressen. Vi ska verka för en lagstiftning om pensionärsråd i alla kommuner, landsting och regioner. Våra kompetenta och drivna ledamöter i pensionärsråden ska vara aktiva och genom sitt inflytande göra skillnad för de äldre.

Synas och höras

Under det senaste året har SPF satsat mycket på att öka sin närvaro i den externa kommunikationen med ett mycket gott resultat. Förbundet syns och hörs i media och blir allt oftare tillfrågade när pensionärers frågor och villkor ska diskuteras i debatten. Nyckeln till fortsatt framgång är att vara snabba, proaktiva och på hugget. Vi ska ta för oss i debatten och vara en stark opinionsbildare som seniorernas röst i samhället.

Idag har vi stärkt vårt varumärke som en offensiv seniororganisation. Vi ska fortsätta att stärka bilden av oss hos medlemmar, blivande medlemmar, politiker, opinionsbildare och media.

Förbundet behöver se över och professionalisera sin marknadskommunikation för att förtydliga och stärka varumärket och medlemserbjudandet. Resurser behöver avsättas för löpande annons- och kampanjverksamhet för att skapa en större återkommande synlighet för organisationen under varje verksamhetsår. Det krävs en kommunikationsstrategi som innebär att vi hittar väl fungerande former för jämn synlighet över tid. En bättre samordning av alla förbundets kommunikationskanaler och budskap behövs också för att vi ska bli tydligare som avsändare.

SPF behöver också fortsatt utveckla kommunikationen i de digitala kanalerna för att understryka att vi är en modern och offensiv organisation. En ny och funktionell webblösning är det självklara navet i all vår samlade kommunikation. Men att vara väl synliga på exempelvis Facebook, där det idag finns över 700 000 användare från 55+ och uppåt, är viktigt för att kommunicera brett med både våra nuvarande och blivande medlemmar.

Fler distrikt och föreningar behöver också använda sig av de sociala kanalerna för att kommunicera och attrahera nya medlemmar. Förbundskansliet kommer här att ha en viktig uppgift att hjälpa till och bistå i den interna kompetensutvecklingen kring de sociala kanalerna.

Förbundets medlemstidning Veteranen kommer fortsatt att ha ambitionen att vara det ledande seniormagasinet kompletterat med webb, nyhetsbrev och aktiv i sociala medier.

Kongressen beslutade

att godkänna förslaget till Mål och Riktlinjer för tiden 2015-2017.