

SULF:s kongress 2021

## Bilaga 13

Förbundsstyrelsens proposition

# Tillsammans är vi starka – SULF:s strategi för rekrytering



**Förbundsstyrelsens proposition**

## **Tillsammans är vi starka**

**– SULF:s strategi för rekrytering**

**Förbundsstyrelsen hemställer att kongressen beslutar**

- **att** anta dokumentet "Tillsammans är vi starka – SULF:s proposition för rekrytering".

## **Tillsammans är vi starka**

### **– SULF:s strategi för rekrytering**

SULF:s huvuduppgift är att tillvarata och bevaka enskilda medlemmars fackliga och professionella intressen samt att företräda medlemmar i sådana frågor. För att fullgöra detta uppdrag behöver SULF legitimitet, inte bara genom att vara en seriös debattör utan också genom att förbundet representerar en betryggande andel av landets doktorander, universitetslärare och forskare.

Ett ökat antal medlemmar ger också möjlighet till bättre genomslag i lokala diskussioner kring frågor om medlemmarnas möjligheter att utöva sin profession på bästa sätt. Lyckas SULF rekrytera och aktivera ännu fler medlemmar ökar förbundet sitt inflytande. Därför är det viktigt att förbundet under kommande kongressperiod fortsätter sin satsning på att rekrytera fler medlemmar.

Under den gånga kongressperioden har flera särskilda satsningar på rekrytering genomförts. Nedanstående är två av många exempel på rekryteringsaktiviteter under den gånga kongressperioden.

### **Centralt stöd behövs**

Under våren 2018 genomfördes ett pilotprojekt kring rekrytering av doktorander. Det bestod i två av två delar. Förbundet inhämtade adresser till nyantagna doktorander för att göra direktutskick vid några utvalda lärosäten. Utskicken administrerades helt av förbundets centrala kansli. För att förstärka effekten av utskicken genomfördes ett doktorandseminarium tillsammans med den lokala SULF-föreningen. Genom att ha ett starkt centralt administrativt stöd till den lokala föreningen i genomförandet av föreläsningen minskade arbetsbördan för de lokala föreningarna. Flera seminarier genomfördes med samma metodik under hösten 2018 och under 2019. Utvärderingarna visade att det varit framgångsrikt att satsa på en tydlig målgrupp. Det har ökat kännedomen om SULF hos en målgrupp som befinner sig i början av den akademiska karriären. Vidare visade utvärderingarna att ett starkt centralt stöd till de lokala föreningarna underlättade genomförande av de lokala doktorandseminarierna.

### **Annonsering ger resultat**

I samband med pandemin våren 2020 genomfördes en digital satsning med ökad annonsering via Facebook, annonser vid Google-sökningar samt annonser i samband med artiklar om högskolan i våra stora tidningar. Budskapet var bland annat att inkomstförsäkring ingår i medlemskapet och att SULF har kunskap kring universitetslärare och forskares arbetsvillkor. Trygghet och kunskap om villkor var högaktuella frågeställningar i samband med den osäkerhet som pandemin initialt medförde. Resultatet var lyckat. Under mars och april fick vi 377 nya medlemmar vilket ska jämföras med i genomsnitt 254 medlemmar under samma period sedan 2014.

## **Inriktningen på förbundets rekryteringsarbete**

De samlade erfarenheterna av förbundets rekryteringsarbete gör att förbundsstyrelsen föreslår nedanstående inriktning för att öka förbundets medlemsantal under kongressperioden 2022-2024.

### **1. Syns vi inte så finns vi inte**

Genom att stärka förbundets marknadsföring ökar vi synligheten och kännedomen om SULF och vårt erbjudande. All tillgänglig kunskap visar att rekryteringsframgångar kräver synlighet. Presumptiva medlemmar måste känna till SULF och vårt erbjudande. Synlighet uppnås vanligtvis på två sätt: genom marknadsföring samt opinionsbildning. Marknadsföring innefattar bland annat annonsering i olika medier, affischer och annat tryckt material, direktutskick och aktiviteter. Det är också viktigt att våga segmentera marknadsföringen till olika målgrupper. Vi kan inte säga allt till alla. Med tydliga målgrupper och anpassade budskap ökar vi möjligheterna att nå fram med vårt erbjudande.

### **2. Presumptiva medlemmar finns ofta digitalt**

Det räcker inte med att annonsera i traditionella kanaler. Förbundet måste också finnas i presumtiva medlemmars läsplattor, mobiltelefoner och andra relevanta digitala arenor. Under den gångna kongressperioden har SULF synts mer i digitala kanaler. Korta filmer via sulf.se och YouTube, Facebook och Twitter är numera etablerade digitala kanaler. Pandemin har också inneburit ett större antal digitala seminarier och kurser. Det är bra men det finns fler vägar. Förbundet måste öka sin digitala närvaro genom ökad aktivitet på fler plattformar samt genom ökad digital annonsering.

### **3. Ett förbund som sticker ut i debatten**

Ett annat sätt att öka synligheten är genom opinionsbildning. För att lyckas måste förbundets opinionsbildning uppfattas som kraftfull, relevant och framgångsrik. Genom att fokusera på några få frågor och driva dessa kraftfullt ökar genomslaget och därmed synligheten. Men det är också viktigt att frågorna som förbundet driver uppfattas som relevanta av presumtiva medlemmar. Enkla budskap ökar chansen att slå igenom i det brus som finns. Samtidigt måste vi vara medvetna om att vissa frågor är komplexa vilket kan vara utmaning, det enkla får inte bli banalt. SULF måste alltid uppfattas som en seriös och kunnig organisation i vår opinionsbildning.

### **4. Nöjda medlemmar ger fler medlemmar**

Rekryteringen kollegor emellan är viktig och SULF-medlemmar som i förbifarten rekryterar nya eller gamla kollegor behövs för att öka antalet medlemmar i SULF. Nöjda medlemmar ökar inte bara möjligheten till rekrytering av nya medlemmar det är också en grund för engagemang på det egna lärosätet. För att lyckas i de medlemsvårdande aktiviteterna ska stödet till lokala SULF-föreningar utvecklas, bland annat för att underlätta medlemsvårdande aktiviteter på respektive lärosäte.

### **5. Lära av varandra**

För att underlätta rekrytering är det viktigt att de lokala företrädarna ständigt får möjligheten att utveckla det lokala rekryteringsarbetet. Ett sätt är att lära av varandra.

Därför ska förbundet erbjuda SULF-förtroendevalda arenor för utbyte av idéer och erfarenheter kring rekrytering.

## **6. SULF ska vara bäst på facklig information på engelska**

Många av förbundets presumtiva medlemmar är inte svensktalande. Redan idag syns det i förbundets utbud av aktiviteter och information. Merparten av den information som behövs för att hantera sitt medlemskap finns idag på engelska. Även information kring anställningsvillkor och lön finns översatta till engelska. Många av våra aktiviteter sker på engelska. För att nå fram till de med annat modersmål än svenska ska SULF fortsätta utveckla aktiviteter, information och rekryteringsmaterial på engelska.

## **7. Våga!**

I jämförelse med andra förbund behöver SULF uppfattas som ett förbund i framkant. Därför behöver vi utveckla nya arbetsformer inom rekryteringsområdet och våga testa nya vägar.

## **8. Fastställ årliga rekryteringsmål**

För att tydliggöra rekryteringsens betydelse för förbundet bör förbundsstyrelsen fastställa årliga rekryteringsmål. Att ställa upp tydliga mål att arbeta mot ökar skärpan i förbundets rekryteringsarbete. Målen fastställs i förbundets årliga verksamhetsplan. De bör vara offensiva och gälla på nationell nivå. På sikt kan även lokala rekryteringsmål övervägas.