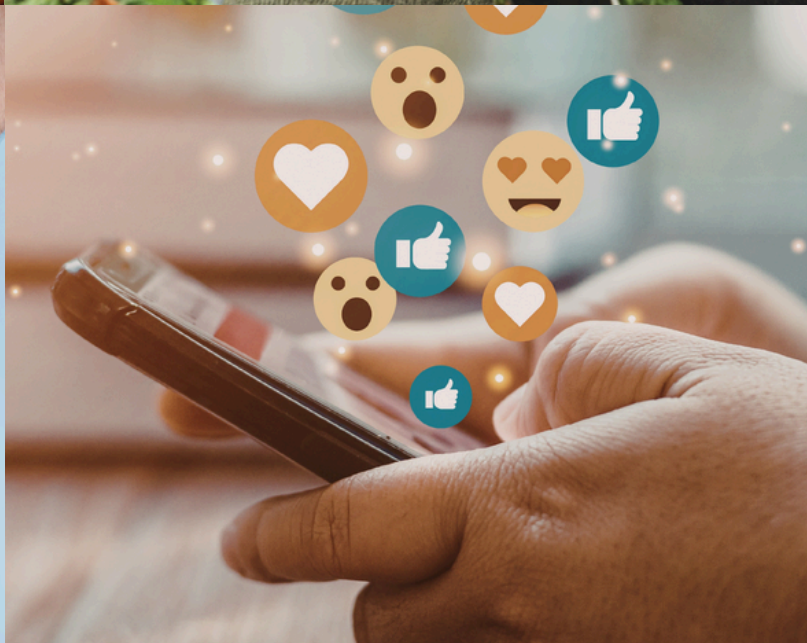




Kraft att förändra

en handbok för föreningar som
vill utvecklas, engagera flera
och göra skillnad



Innehållsförteckning

- 1 Engagera flera
- 2 Visa vägen
- 3 Påverka politiken
- 4 Nå ut med ert budskap

Föreningslivet bygger på människors engagemang och vilja att tillsammans skapa förändring. För att en förening ska utvecklas och växa behövs många olika delar: ett inkluderande ledarskap, engagerade medlemmar, tydlig kommunikation och verktyg att påverka.

Den här handboken är ett stöd för er som vill utveckla er förening. Här hittar ni kunskap, metoder och praktiska tips inom områden som ledarskap, engagemang, kommunikation och påverkansarbete. Målet är att ge er verktyg för att skapa en hållbar, inkluderande och livskraftig förening – där fler vill vara med, ta ansvar och göra skillnad.

Materialet kan med fördel användas som studiecirkelmateriel för er förening där varje kapitel utgör en träff. Vi hjälper er att komma igång, kontaktuppgifter till ABF Öresund finns på baksidan.



Du kan också lyssna på ABF Öresunds podcast. Vi släpper regelbundet nya avsnitt om folkbildning i nordvästra Skåne. Där finns också tre avsnitt som vi kallar "Föreningsskolan" baserat på det här materialet. Scanna QR-koden till höger eller gå in på abfdbg.podbean.com - vi finns också på Spotify.



1. Engagera flera

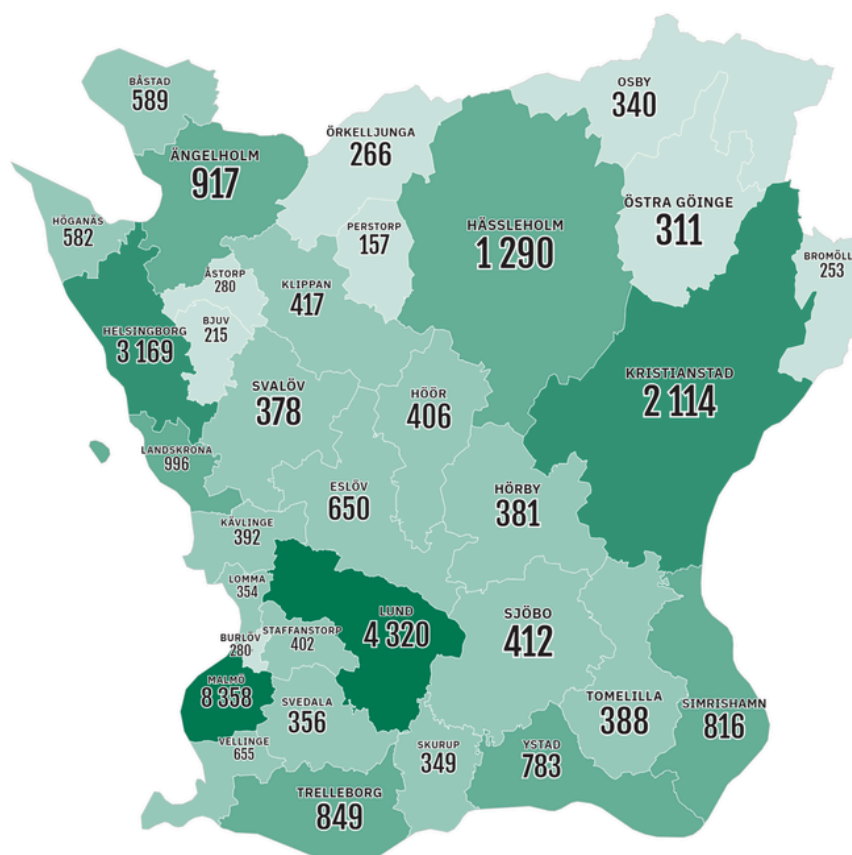
Engagemang är grunden för ett levande föreningsliv och en stark demokrati. När människor väljer att delta, ta ansvar och bidra med sina erfarenheter skapas gemenskap, utveckling och förändring. Ett långsiktigt och hållbart engagemang stärker inte bara föreningen – det bidrar också till ett samhälle där fler får möjlighet att göra sina röster hörda och påverka sin omgivning.

Engagemanget är starkt

Enligt Volontärbyråns rapport *Svenskarnas Engagemang 2025* har **43 procent** av vuxna svenskar, alltså ca **3,5 miljoner**, engagerat sig ideellt det senaste året. Den siffran har varit stabil över flera år.

Och potentialen stor!

Sex av tio som inte är ideellt engagerade i dag säger att de skulle kunna tänka sig att engagera sig. Ofta saknas bara tid, eller att någon frågar dem. Vilken enorm potential! Hur tar vi bäst tillvara på den?



32 425

Skåne totalt, antal organisationer

Juridisk form

Ideella föreningar	19 776
Bostadsrättsföreningar	4 325
Samfälligheter	3 671
Övriga stiftelser och fonder	3 221
Ekonomiska föreningar	1 110
Registrerade trossamfund	228
Familjestiftelser	94

Färgen visar antal organisationer



Wow! Så många
föreningar och
möjligheter!

Siffrorna och bilden kommer från:

NÄTVERKET
Idéburen sektor Skåne



Vad var det som fick dig att engagera dig?

Fundera i ett par minuter på hur ditt engagemang började och vad som motiverade dig. Skriv ner det och diskutera med andra i din förening.

Bygg en stabil struktur

För att engagemanget i föreningen ska bli långsiktigt och hållbart behövs en stabil struktur. Här kommer fyra saker ni kan göra för att skapa det i er förening:

1. Utse en **volontärsamordnare** så att någon har särskilt ansvar och övergripande koll på era engagerade, liksom er förening har en ordförande eller sekreterare.
2. Ha engagemang som en **stående punkt** på era styrelse/medlemsmöten där samordnaren uppdaterar alla om hur det ser ut just nu. Då kan ni också diskutera hur det kan bli bättre.
3. Avsätt de **resurser** som krävs i er budget, exempelvis för resor, fika och boende som era engagerade kan behöva. Det ska inte kosta att engagera sig.
4. Skapa ett **volontärregister** med allas kontaktuppgifter och roller som flera har tillgång till. Då minskar risken att någon faller mellan stolarna.

Vad motiverar?

- Att bidra konkret
- Utvecklas som person
- Socialt sammanhang

Engagemangets betydelse

90 % har fått nya vänner
87 % känner stolthet
77 % känner starkare meningsfullhet



Varför behöver ni bli fler?

De flesta organisationer och föreningar önskar att fler engagerade sig hos dem. Men ibland behöver vi stanna upp och ställa oss frågan: varför behöver vi egentligen bli fler? Vad ska fler personer bidra med till vår verksamhet? Det är en viktig fråga att svara på innan ni börjar, annars riskerar ni att leta på fel plats eller vid fel tillfälle.



Ta reda på vilka behov ni har

Vad är våra mål för verksamhetsåret?

Hur kan engagerade hjälpa oss att nå dem?

Vilka konkreta uppdrag skulle våra engagerade ha?

Vad behöver vi för kompetenser för att nå våra mål?

Hur många skulle vi behöva vara?

Vem söker ni?

Toppen, nu har ni både en stabil struktur och vet vad ni behöver. Då är det dags att hitta dem! En god idé är att erbjuda olika typer av uppdrag, som kan passa olika personer. Vissa är utåtriktade och gillar att prata med människor vid infobord på stan, andra är bättre på att skriva texter, organisera eller sammanställa underlag.

Förvänta er inte att hitta dessa olika egenskaper i samma person utan försök hitta rätt person till rätt plats. Tänk också på att ha **låga trösklar in i föreningen** med **möjlighet att växa** i sitt uppdrag. Många börjar med enklare uppdrag, som att koka kaffe eller dela ut flygblad för att sedan utvecklas och våga ta på sig nya ansvarsområden.



Uppgift: Skriv en annons

- **Var specifika**, snarare än allmänna, till exempel: "Vi söker dig som gillar att skapa innehåll till sociala medier och brinner för barns rättigheter" istället för "Vi söker fler som vill engagera sig för barns rättigheter". Då ökar chansen att en person med rätt kunskaper och förväntningar känner sig träffad.
- Beskriv uppdraget så **tydligt** det går. Vad förväntas man kunna, vad ska man göra och hur mycket tid tar det i anspråk? Är det ett enstaka uppdrag eller pågår det löpande?
- Glöm inte att få med **vad uppdraget gör för skillnad** i ett större perspektiv, exempelvis "Vill du vara med och göra skillnad för personer som befinner sig i hemlöshet, en måltid i taget?" eller "Varje nattvandrare bidrar till att göra vårt område tryggare!"
- Försök skapa känslan "**Det där skulle kunna vara jag**". Använd exempelvis en bild på befintliga volontärer eller liknande aktiviteter.
- Ange **kontaktuppgifter** till er volontärsamordnare eller annan person om man har frågor om uppdraget.
- Beskriv också **vad man får tillbaka**. Exempelvis, "Lär känna fler som brinner för dina hjärtefrågor" eller "Du får utbildning i xx och får lära dig mer om våra sakfrågor".

Var ska ni leta?

Underbart, nu är det dags att sprida ordet! Förutom att dela annonsen i era egna kanaler, exempelvis nyhetsbrev och sociala medier kan ni prova följande:

- Fundera på om ni har personer omkring er som skulle passa. **En personlig fråga** är alltid mer träffsäker än en allmän annons. Föreställ dig själv att någon har sett dig, noterat vad du är bra på och frågar om du vill hjälpa till - stärkande!
- Det finns **Facebook-grupper** för det mesta. För olika intressen, städer, bostadsområden etc. Prova att dela er annons i passande grupper!
- Lägg upp annonsen på **Volontärbyråns** sida: volontarbyran.org
- Lägg upp annonsen på **Helsingborgs stads** sida: helsingborg.se/omsorg-och-stod/engagera-dig-som-volontar-i-helsingborg/
- Om volontäruppdragen är i samband med en stor satsning, nytt projekt eller liknande kan det också vara en idé att **tipsa media** om vad ni har på gång.
- Fler tips om hur ni kan nå ut hittar du i kapitel 4 i den här handboken.



Uppmuntra!

Se till att fira era framgångar och peppa era volontärer regelbundet. Det kan vara sociala tillställningar, som en sommarfika eller julbord men det är också viktigt att erkänna volontärernas insats i verksamhetsberättelser och liknande dokument: "Vi kunde åstadkomma detta tack vare våra fantastiska volontärer".

Exempel på sätt att uppmuntra:

- Sociala aktiviteter
- Glada tillrop och löpande pepp
- Individuell feedback
- Julklappar eller liknande presenter
- Fira framgångar tillsammans



Återkoppla!

Den främsta anledningen att människor inte engagerade sig föregående år, enligt Volontärbyråns rapport, var att de inte fick någon återkoppling från organisationen de sökte sig till. Gör inte det misstaget i er förening!

- Fördela ansvar om vem som svarar på mejl eller i telefon.
- Om ni vet att ni har mycket att göra eller tar sommarledigt, sätt alltid ett autosvar på mejl så att den som kontaktar er vet att ni är borta.
- Om ni inte har ett uppdrag just nu, berätta det och spara personens kontaktuppgifter till nästa gång.

2. Visa vägen

Att vara ledare handlar inte om att bestämma mest eller ha en viss titel. Du behöver varken vara chef eller ordförande för att leda andra. Ledarskap handlar om att motivera, samla människor, visa riktning och inspirera. De flesta av oss tar en ledarroll någon gång i livet – i föreningen, på jobbet eller i andra sammanhang.



Hur vill du vara som ledare?

Skriv ner tre ord som sammanfattar hur du vill vara i ditt ledarskap.
Hur kan du se till att det blir så?

Struktur och planering

I en ideell organisation är arbetet ofta beroende av eldsjälar som lägger sin värdefulla fritid på att försöka göra skillnad. För att det inte ska bli för sårbart och betungande för enskilda behövs en stabil struktur så att ni kan fokusera på det ni ska förändra.

Några tips:

- **Planera era mötesdatum** för ett helt år, eller åtminstone halvår i taget. Det minskar stress och underlättar för den som har mycket annat för sig.
- Förse alla med **underlag i god tid** inför möten så att alla kan komma förberedda.
- **Samla dokument** på ett sätt så alla kommer åt dem, då blir det mindre sårbart än om en enskild person sitter på all information och kontaktuppgifter.
- Diskutera hur ni ska **kommunicera mellan möten**. Vilka är era förväntningar och vad passar bäst för gruppen? Hur ofta förväntas man kolla i en diskussionsgrupp eller svara på mejl?



En sund organisationskultur

Många börjar engagera sig i en förening för att de brinner för att skapa förändring i en hjärtefråga, men stannar för att de får nya vänner och har roligt. Många lämnar också uppdrag för att de inte trivs i en organisation. Det handlar ofta om organisationskultur och du som är ledare bidrar till att skapa en kultur som präglas av inkludering. **Du kan inte bygga en rörelse ensam.**

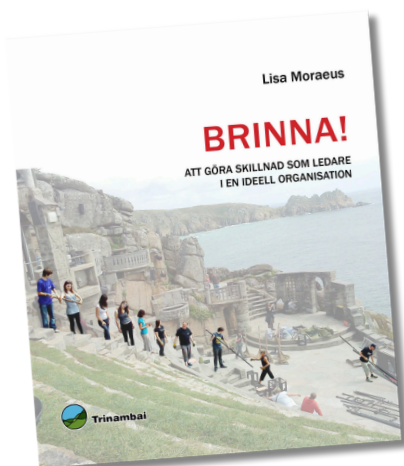
För att skapa en **bra gruppdynamik** är det viktigt att identifiera individernas styrkor och intressen. Utifrån dem kan ni skapa tydliga roller, helt enkelt bestämma vem som gör vad.

Det hjälper er att ha **rätt förväntningar** på varandra, och **förebygger konflikter**. Men - bara för att ni delar upp ansvaret, glöm inte att visa intresse för vad de andra i gruppen gör och **hjälpas åt** när det behövs.



Diskussion: Hur vill ni ha det i er förening?

Skriv ner några nyckelord till den stämning ni vill skapa och diskutera hur ni når dit.

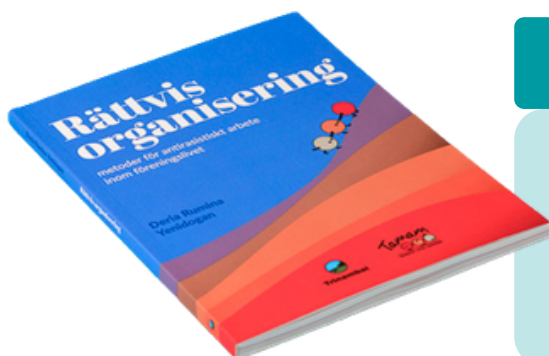


Boktips!

Brinna! Att göra skillnad som ledare i en ideell organisation av Lisa Moraeus handlar om att leda i just ideella organisationer. Den innehåller både sakkunskap och intervjuer med ledare.

Inkluderande möten

- **Ett inkluderande möte börjar redan innan det äger rum.** Se till att all väsentlig information som behövs finns lättillgänglig. Om man behöver ha läst in sig på något ämne eller särskilt underlag ska det skickas ut i god tid inför mötet så alla har samma information.
- **Se över tillgängligheten.** Passar lokalen alla? Är den anpassad för den som använder rullstol eller liknande hjälpmedel? Lätt att hitta och ta sig till med kollektivtrafik? Information om tillgänglighet och vägbeskrivning bör finnas på er hemsida eller i utskick om mötet.
- **Börja med en runda** där alla får säga hej och kanske något om sin dag eller mående, utifrån vad som passar er grupp. Genom att alla har fått säga något redan innan mötet börjar ökar chansen att de vågar prata igen.
- **Använd ett enkelt språk.** Förklara eventuella begrepp eller förkortningar er förening använder som alla kanske inte känner till. Berätta också om tidigare möten för den som är ny. Hur brukar föreningen göra?
- **Låt alla säga något när ni fattar beslut.** Även om alla verkar överens så är det bra att få det bekräftat genom en runda där alla får säga något om ämnet. Det ökar känslan av att ha varit delaktig i beslutet.
- **Alla är inte bekväma att prata i större grupper.** När ni ska diskutera saker är det ofta värdefullt att dela upp er i smågrupper eller göra enkla övningar.
- **Låt fler hålla i punkter under mötet.** Ofta blir det lätt att en ordförande eller ledare håller i hela mötet, men att fördela olika punkter på olika personer gör ofta ett möte mer dynamiskt och ger fler en ansvarskänsla som gynnar hela föreningen.
- **Servera fika som alla kan äta.** Försök att se till att all fika passar alla istället för att ha ett litet bord vid sidan med alternativ för den som är allergisk eller har andra matpreferenser. Det kan betyda mycket för känslan att bli sedd och inkluderad.



Boktips!

Rättvis organisering: metoder för antirasistiskt arbete inom föreningslivet av Deria Rumina Yenidogan innehåller mycket bra information och övningar att göra gemensamt i föreningen.

Uppmuntran och utveckling

Ibland är det lätt att ta det ideella engagemanget för givet, det bara finns där. Men för att det ska fortsätta finnas behöver vi fortsätta **skapa motivation** och möjlighet att utvecklas. **Du kan inte ge för mycket positiv feedback.** Synliggör allas bidrag när ni når en framgång, även de som jobbar "behind the scenes" är viktiga för det ni uppnått. Ge komplimanger som betyder något, visa att du ser vad personen gjort, vad den bidragit med och varför det är bra. Sådan feedback stärker såväl engagemanget som individen.



Övning: Komplimangboost

Lägg alla mötesdeltagares namn i en skål och låt alla dra ett namn. Den person de fått namnet på ska de ha lite extra uppmärksamhet på under mötet. I slutet skriver man en liten lapp med positiv feedback, det kan handla om något smart den sagt, att den såg till att pausen inte glömdes, att den bidrog till att alla blev hörda eller vad som helst som gjorde mötet bättre.

Beroende på hur nära gruppen är kan de läsas upp gemensamt eller bara lämnas över direkt till personen som får läsa den i lugn och ro. Sådana här övningar kan kännas lite fåniga att genomföra, men de boostar gruppen!

När kritik behövs

Ibland går det inte riktigt som det är tänkt och man behöver som ledare berätta det för att det inte ska hända igen.

- **Ta det enskilt** med personen det berör, inte inför hela gruppen.
- Är det känsliga saker, **ta kontakt muntligt** och inte över mejl/sms eftersom det skrivna ordet kan kännas hårdare eller missförstås.
- **Var saklig**, skilj på handling och person. Någon har gjort något som inte blev så bra, det betyder inte att hen är en dålig person.
- Ha fokus på vad som kan göras annorlunda nästa gång, så att kritiken blir **lösningsorienterad**.



3. Påverka politiken

Demokrati handlar om mer än att rösta vart fjärde år. I Sveriges grundlag, regeringsformen, står det att **all offentlig makt ska utgå från folket**. Men vad betyder det egentligen? Hur kan du som medborgare vara med och påverka de beslut som formar samhället?

Så styrs Sverige

- **Kommunen:** skola, socialtjänst, äldreomsorg
- **Regionen:** sjukvård, kollektivtrafik
- **Riksdagen:** lagar, statens inkomster/utgifter
- **EU:** ca 60 procent av de ärenden som kommunerna och regionerna hanterar påverkas direkt eller indirekt av medfinansiering eller beslut i EU.



I Helsingborg sitter politikerna i rådhuset, där hålls också fullmäktigemöten som man kan besöka eller se digitalt.

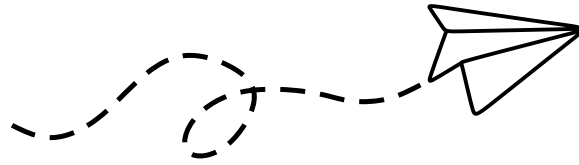
Vad vill ni förändra?

Konkretisera vad ni vill åstadkomma. Istället för det abstrakta och stora målet "Barnfattigdomen ska stoppas" så kanske ett första steg kan vara att införa gratis frukost på de kommunala skolorna. Försök formulera ert mål så **tydligt och enkelt** som möjligt så att många förstår det och kan engageras av det. Beskriv också samhällsnyttan med ert förslag.

Tips! Inspireras av andra framgångsrika kampanjer, hur har de formulerat sina krav?



Gör en plan



Börja med att undersöka hur det ser ut idag. Finns det rapporter, opinionssiffror eller liknande som stödjer er sak? Sammanställ det kortfattat.



Identifiera nyckelpersoner. Vem bestämmer om det ni vill påverka? Är det kommunen eller regionen? Ska ni rikta er direkt till politikerna eller kanske en tjänsteperson på relevant förvaltning?



Bygg relationer. Hör av er till tjänstepersoner och politiker, föreslå ett möte där ni kan berätta om ert förslag. Ibland kan det vara både den snabbaste och smidigaste vägen till förändring.



Om ni inte fick tillräckligt gehör vid era möten så kan det vara värt att vända sig till allmänheten för att visa att det finns starkt engagemang i frågan. Skapa en kampanj! Se tips på nästa sida.



Var uthålliga. Det räcker oftast inte att säga det ni vill ha sagt en gång. Fortsätt prata om frågan på alla sätt ni kommer på. Ge inte upp!

Vägar att påverka politiken

- **Helsingborgsförslaget** - du som är folkbokförd i kommunen kan lämna idéer om hur staden och dess verksamheter kan utvecklas eller förbättras. Ditt förslag publiceras på stadens webbplats i 90 dagar, där andra kan läsa, kommentera och rösta på det. Om minst 100 helsingborgare stöttar förslaget skickas det vidare till ansvariga politiker.
- **Direkt kontakt** - både politiker och tjänstepersoner brukar vara positiva till att träffa engagerade föreningar och höra deras synpunkter och idéer. Tveka inte att höra av er direkt till dem, bjud in dem på en fika eller skicka underlag om en fråga så att de kan vara pålästa.
- **Opinionsbildning** - genom att väcka allmänhetens engagemang visar du för politikerna att det är många som bryr sig. Kanske genom en namninsamling, eller ber personer ta bilder med en skylt med ett särskilt budskap som ni sedan sprider i sociala medier.
- **Nå ut i media** - många politiker läser lokalmedia för att få veta vad som är på gång och vad som engagerar helsingborgarna. Fler tips om hur du kan nå ut i media finns i nästa kapitel.



5 kampanjtips!

1. **Kartlägg partiernas åsikter.** Det kan vara genom en enkel enkät där partierna får svara ja eller nej på era krav och förslag. Sammanställ det i en enkel tabell så kan ni visa era medlemmar och allmänheten hur läget ser ut. Detta är särskilt populärt under valår men kan fungera annars också, särskilt med en uppmaning att kontakta de partier som inte håller med och trycka på för att de ska ändra sin ståndpunkt.
2. **Om det är valår, var ute i god tid.** Vilka frågor partierna ska satsa på bestäms ofta flera månader innan valet, vill ni att just er fråga ska få plats i valrörelsen så är det bra att satsa på att få partierna att skriva in det i sina valmanifest eller program tidigt.
3. **Koppla frågan till aktuella samhällsfrågor.** Visa hur ert konkreta förslag kan hjälpa till att lösa problem som kommunen tampas med.
4. **Engagera lokala profiler.** För att få uppmärksamhet för en fråga kan det vara bra att fråga kända profiler om de kan använda sina plattformar för att lyfta er fråga.
5. **Var kreativ och för fram budskapet på flera olika sätt.** Levandegör siffror och fakta med berättelser om verkliga personer för att beröra allmänheten.

4. Nå ut med ert budskap

Det finns många sätt att sprida information idag. Några exempel är dagstidningar, sociala medier, mejl och såklart det mänskliga mötet. Det betyder inte att er förening måste finnas överallt. Det viktigaste är att ni finns där er målgrupp finns.

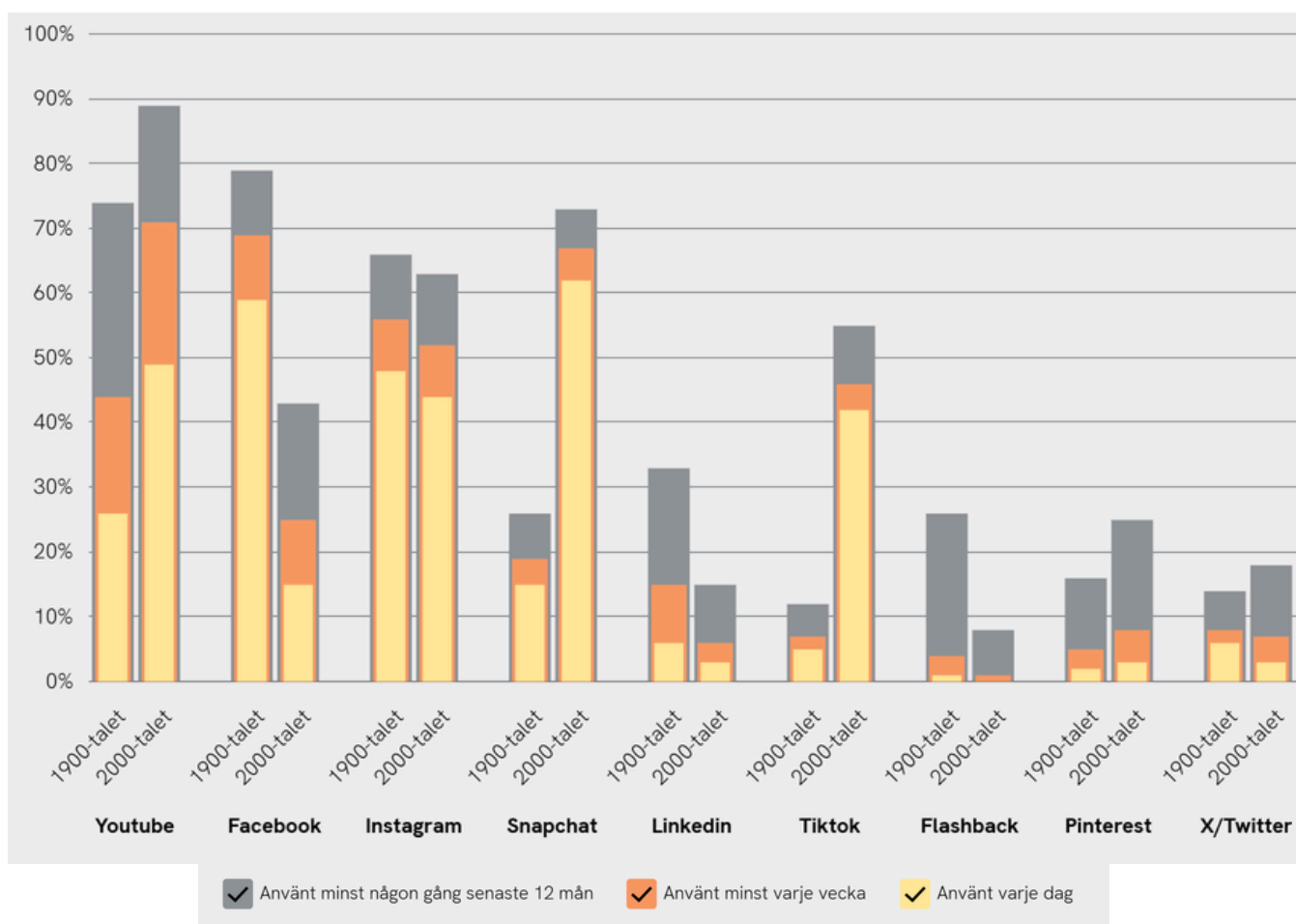
- **Börja i liten skala** och bygg upp en närvaro steg för steg.
- Glöm inte att **se till att någon har ansvar** för arbetet.
- Ta er inte vatten över huvudet, skapa något som är **hållbart i längden**.

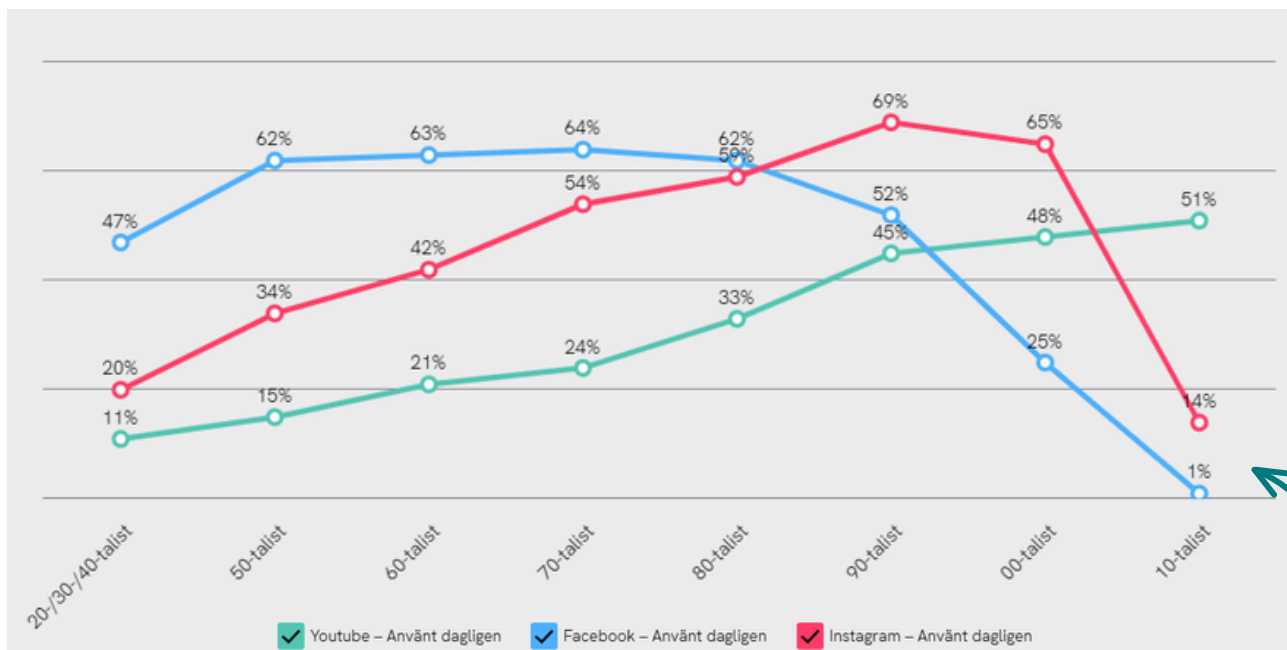
Sociala medier

Sociala medier är ett stort område i ständig förändring. Nya plattformar dyker upp och användningsmönster förändras. Här kommer några generella råd.

Var finns de jag vill nå?

De flesta organisationer kan inte finnas närvarande på alla sociala medier. Välj därför plattform efter vilken målgrupp du vill nå. Varje år släpper Internetstiftelsen en rapport som sammanfattar läget på internet. På bilden nedan blir det tydligt att det finns väsentliga skillnader utifrån ålder.





Vill du nå unga som är födda år 2000 eller senare är Facebook alltså inte det bästa alternativet. De använder istället Snapchat, Youtube och Tiktok. På Instagram och Facebook når du dock ganska brett ut till människor födda 1960-2000. På svenskarnaochinternet.se hittar du aktuell information och statistik om fler plattformar och målgrupper.



Vilka målgrupper har vi?

Diskutera i föreningen vilka ni riktar er till. Vilka grupper når ni idag? Vilka skulle ni vilja nå? Var finns dem? Vad ska ni göra för att nå dem?

Tips om innehåll i sociala medier

Nu har ni undersökt vilka sociala medier som passar bäst för att nå de ni vill nå. Nästa steg är att fundera på vad ni ska lägga upp för innehåll. Några saker att tänka på är:

Vad har ni för kunskaper i föreningen?

Olika sociala medier är anpassade för olika typer av innehåll. Tiktok och Youtube är anpassade främst för rörligt material. Har ni någon som tycker om att filma och kan klippa ihop material? Instagram och Facebook passar bra för både text, bild och film. Har ni någon i er förening som har lite extra ansvar för att komma ihåg att filma och fotografera på era aktiviteter?

Fokusera på er verksamhet

Det låter kanske självklart, men de som följer er förening vill veta vad ni gör, hur det går och vad de kan göra för att hjälpa till. Ett halvdåligt foto på ett möte genererar ofta mer intresse än en formgiven bild om en nationell kampanj. Låt följarna lära känna föreningen!

Gör mer – inte nytt

Ibland tänker man att sociala medier är ett helt nytt projekt i föreningen och börjar hitta på nya saker att skriva om. Det kan vara kul i början men är sällan hållbart i längden. Försök istället att titta på sådant ni redan gör och kommunicera om det.

Regelbundenhet

Försök att hitta en vana i hur ofta ni postar i era sociala medier. Det är bättre att lägga upp en gång i veckan än att posta varje dag i två veckor och sedan glömma bort det eller inte hinna med.

Glöm inte bort att interagera

Sociala medier är just sociala. Håll koll på om det kommer frågor och kommentarer. Svara och visa uppskattning för följarnas engagemang, det är trevligt och hjälper inläggen att synas för fler.



Brainstorma innehåll

Hur kan ni berätta om er förening i sociala medier? Vad har ni för aktiviteter, kampanjer eller annat som ni skulle kunna visa upp för att nå fler? Vem ska göra vad?

Tv, radio och tidningar

Det kan kännas gammaldags att fokusera på tidningar, radio och tv i en tid när vem som helst kan lägga upp sina tankar och åsikter på internet på egen hand. Men det finns fortfarande en tyngd i traditionella medier som gör det värt att försöka nå ut även där. Här kommer några tips.

Skapa nyheter utifrån er verksamhet

Nyheter behöver inte bara vara stora världshändelser eller politiska beslut. Det är också en nyhet när ni valt en ny ordförande, startar en ny viktig kampanj eller planerar en rolig aktivitet som fler borde känna till.

Pressmeddelande

Att skriva ett pressmeddelande är lättare än det låter. Skriv kortfattat ner vad nyheten är, formulera det som en nyhetstext med det viktigaste först, en sammanfattande rubrik och ett citat från någon i föreningen om varför det ni lyfter är viktigt. Fortsätt skicka pressmeddelanden även om de inte alltid plockas upp av medierna, det är hård konkurrens om utrymmet och tajmingen kanske inte var rätt just denna gång. Prova igen nästa gång!



Uppgift: Skriv ett pressmeddelande

Beskriv nyheten så kortfattat som möjligt:

Skriv ett citat från en talesperson i föreningen som bidrar med känsla:

Skriv ner alla detaljer, datum, plats, tid eller annat:

Avsluta med kontaktuppgifter om media vill göra en intervju:

Vad gör vi när media ringer?

Be att få återkomma

Om du blir uppringd av media utan att du är förberedd, fråga kort vad det gäller och be att få ringa upp om en liten stund. Då hinner du kolla upp saker du kan behöva veta i lugn och ro, samt snabbt skriva ner ett par punkter om vad du vill få sagt.

Under intervjun

Tala i korta meningar, då är chansen större att det blir citat i en artikel. Därför är det bra att ha skrivit ner talepunkter innan som hjälper dig att sammanfatta tydligt för en journalist. Och - kom ihåg, ingenting är "off the record". Oavsett hur trevligt samtal du har med en journalist kan det hamna i tidningen. Säg bara det du vill ska synas i en artikel.

Be att få godkänna dina citat

Du har alltid rätt att få godkänna dina citat, så att det verkligen blir rätt. Men du har inte rätt att peta i en journalists artikel och föreslå ändringar - såvida det inte är rena faktafel.

Skapa relationer med journalister

Spara kontaktuppgifter till journalister som brukar skriva om er verksamhet eller närliggande frågor. Håll dem uppdaterade om vad ni gör och har planerat. Ni kan också erbjuda dem förtur på nyheter eller möjlighet att följa med bakom kulisserna.

Sprid vidare

När ni väl intervjuats av en tidning, radio eller tv, sprid inslaget så brett ni kan. Medier följer intresset för sina olika artiklar genom hur många som klickar på länkar och läser dem. Ju fler som läser, ju större chans att er förening och era sakfrågor får utrymme igen.



Lästips!

PR-byrån Westander har en rad olika handböcker om kommunikation som är helt gratis att ladda ner eller beställa i enstaka exemplar. Du hittar dem på: www.westander.se/handbok

Debattartiklar och insändare

Om ni vill nå ut bredare med ett budskap så kan det vara en bra idé att skriva en debattartikel eller insändare. Då får du tala till punkt med egna ord och nå nya målgrupper som inte redan är medlemmar eller följer era sociala medier. Särskilt effektivt är det för att nå politiker.

Redaktionerna vill ha tre saker: nyhetsvärde, en levande debatt och läsarengagemang. Försök därför formulera din text så att den kopplas till något aktuellt och väcker engagemang. Svara på följande frågor i din debattartikel:

- **Vad är problemet?**
- **Vad är lösningen?**
- **Vem ska göra vad?**



En bra debattartikel...

- Vet vad den vill och vem den riktar sig till
- Kombinerar hjärta och hjärna
- Är tydlig och lätt att förstå
- Avslutas med konkreta förslag
- Skrivs under av relevanta personer

Så gör du:

Rubrik: max sju ord som sammanfattar ditt budskap

Ingress: sammanfatta problem, lösning och vem på 2-3 meningar

Brödtext: bakgrundsinfo (max halva texten), fakta

Avslut: ett eller flera konkreta förslag riktat mot den som ska agera

För att få artikeln publicerad är det viktigt att anpassa den efter vilken tidning du tänkt dig. Det finns en rad olika typer av tidningar: dagstidningar, kvällstidningar men också branschtidningar och liknande. I dagstidningar och kvällstidningar bör du hålla en allmän ton, medan du i branschtidningar eller på mer nischade plattformar kan utgå ifrån att läsaren redan vet mer om ditt ämne. Ofta står det på deras hemsidor hur långa texter de vill ha och om det är något annat du ska tänka på.

Efter publicering är det en bra idé att tacka redaktören och sedan sprida artikeln, precis som för nyhetsartiklar så ger bra spridning större intresse hos medieplattformen att lyfta era frågor framöver.

Några sista tips

- Låt någon som inte är så insatt i frågan läsa och ge feedback på din text innan du skickar in. Det är lätt att bli lite ordblind när man håller på länge med en text.
- På lix.se kan du testa hur lättläst din text är. Om du vill att så många som möjligt ska kunna ta till sig av det du skriver är det viktigt att skriva enkelt.
- Läs andras debattartiklar och fundera på hur de är uppbyggda och vad som fungerar.
- Om din text inte publiceras den här gången - prova igen och ge inte upp!



Uppgift: Skriv en debattartikel

- **Vad är problemet?**
- **Vad är lösningen?**
- **Vem ska göra vad?**

Nyhetsbrev

Nyhetsbrevet har blivit mer populärt de senaste åren. Genom att skapa ett nyhetsbrev tar du kontroll över kommunikationen och låter inte algoritmerna styra vem som ser vad. Ett nyhetsbrev kan du skapa via en av alla tjänster som finns online, eller så skriver du det bara i ett vanligt mejl.

- **Se till att alla som får mejlen vill ha det**, exempelvis att man får skriva upp sig på en lista digitalt eller fysiskt. Eller på annat sätt godkänna att man ska få nyhetsbrevet.
- Om du skickar det som ett vanligt mejl, se till att lägga **alla mottagare som hemlig kopia**. Det är jätteviktigt, annars riskerar du att sprida folks mejluppgifter utan deras godkännande.
- Skicka nyhetsbrevet **regelbundet** - men inte för ofta!
- Skriv **kortfattat** om varje aktivitet/informationspunkt med tydliga rubriker. Länka sedan till var mottagaren kan läsa mer istället för att skriva alla detaljer direkt i brevet. Det hjälper läsaren att få en överblick och brevet blir inte för långt.
- Skicka inte med för stora filer/bilder som kan göra det svårt att öppna mejlet eller filen.
- Inspireras av nyhetsbrev du själv får, hur gör andra?

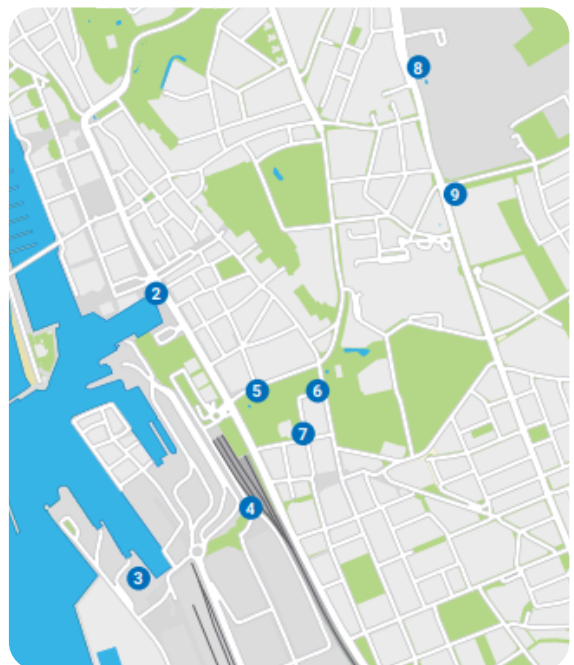
Affischer och flygblad

Underskatta inte gamla metoder! I en allt mer digital värld kan det vara ett flygblad eller en affisch som **sticker ut mest**. Det passar särskilt föreningar som har mycket aktiviteter där ni naturligt kan sprida flygblad till intresserade, eller om ni planerar stora evenemang som riktar sig till en bred allmänhet.

Att ge ett flygblad till någon skapar **ett mänskligt möte** som kan vara ovärderligt. Att ha träffat någon från en förening sänker trösklarna att komma till ett möte och du får också chansen att svara på frågor.

Om föreningen har många aktiviteter kan det vara en god idé att alltid ha ett flygblad med kommande aktiviteter med för att följa upp för nya intresserade. Se såklart till att **all relevant information** finns med och kontaktuppgifter till någon om man har frågor.

Här finns några allmänna affischpelare i centrala Helsingborg. Använd häftpistol och sunt förnuft när du affischerar!



- | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| 2. Kungstrappan | 6. Ture Röings gata 6/Södergatan |
| 3. Pixlapiren, Oceangatan | 7. Carl Krooks gata/Bollbrogatan |
| 4. Rönnowsgatan/Campus | 8. Mellersta Stenbocksgatan |
| 5. Stadsparken/Trädgårdsgatan | 9. Södra Stenbocksgatan/Filbornavägen |

[illegible]

Samarbeta med ABF

Arbetarnas Bildningsförbund (ABF) är Sveriges ledande studieförbund. Vi erbjuder studiecirklar, kurser, föreläsningar samt kulturarrangemang i alla landets kommuner. Vi tror på att en annan värld är möjlig och genom att samarbeta med ABF är ni en del av folkrörelsen.

Vad kan vi göra tillsammans?



- Ska ni arrangera en föreläsning, filmfestival eller annat **evenemang**? Vi finns här som stöd!
- Vill ni fördjupa er i något ämne tillsammans? Vi hjälper er att starta en **studiecirkel**!
- Ni kan få hjälp med studiematerial, lokaler och teknisk **utrustning**.
- Vi har också en rad **utbildningar** i demokratiarbete och föreningsutveckling.
- Hos oss finns en **mötesplats** där ni knyter kontakter och utbyter kunskap med andra föreningar och nyfikna.



Kontakta oss

info.oresund@abf.se

010 265 68 10

abf.se/oresund

Helsingborg

Södergatan 15
252 18 Helsingborg

Åstorp

Köpmansgatan 10
265 34 Åstorp

