

**KONGRESS 2018**

# **ORGANISATORISKT PROGRAM**

**PRO – en stark, välkomnande  
och kompetent organisation**

**PRO**

# PRO – EN STARK, VÄLKOMNANDE OCH KOMPETENT ORGANISATION

## Sveriges pensionärer behöver en stark organisation

PRO är en stor och aktiv organisation och den främsta företrädaren för Sveriges pensionärer. PRO är både en intresseorganisation för sina medlemmar och Sveriges viktigaste mötesplats för pensionärer, med ett stort utbud av aktiviteter. PRO är en självständig, partipolitiskt och religiöst obunden organisation.

Folkrörelser har inte längre en självklar plats i det svenska samhället, utan den platsen måste erövras – gång på gång. Pensionärer kommer inte med automatik att ansluta sig till PRO utan kommer i allt högre utsträckning att ställa sig frågan: Varför? Vad har ni att erbjuda mig? På samma sätt önskar vi att våra nuvarande och framtida medlemmar frågar sig hur de kan medverka till att göra tillvaron bättre för de äldre och hur de kan bidra till att stärka PRO. Medlemskapet i PRO ska utgå från medlemmens önskemål och förväntningar, inte från organisationsstrukturen. För att lyckas med detta krävs ett aktivt engagemang och ansvarstagande på alla organisationsnivåer. I föreningar, samorganisationer, distrikt och inom riksorganisation.

## En ändamålsenlig organisation för framtiden

Vi organiserar oss på fyra nivåer: förening, samorganisation/samrådsgrupp, distrikt och riksorganisation. Utmärkande för verksamheten är att den i allt väsentligt sker i ideell form och med begränsat stöd från samhället. Det medför att vi alltid måste hålla diskussionen levande kring om vi har den mest ändamålsenliga organisationen och bedriver verksamheten på ett rationellt sätt.

Därför kommer en översyn av PRO:s hela organisation att göras under kongressperioden. I översynen ska även förtroendemannaorganisationen ingå.

## Bilden av PRO

PRO är en välkänd organisation med ett starkt varumärke. En organisation vars verksamhet de flesta upplever som viktig. Det kan vi bland annat se i Kantar/Sifo:s årliga anseendeundersökning. Ett starkt varumärke är grundläggande för att vi ska få genomslag i de intressepolitiska frågor vi driver och för att vi ska upplevas som intressanta för möjliga medlemmar – att vi är en organisation som

man är stolt över att tillhöra och gärna pratar gott om inför vänner och bekanta. Det kräver i sin tur att vi är tydliga i vårt sätt att kommunicera, det vill säga att vi har klart för oss vilken bild av PRO som vi vill att våra målgrupper ska ha och ser till att det är den bild vi kommunicerar. Styrelsen har antagit en ny kommunikationsstrategi för PRO under kongressperioden. Den grafiska profilen stärker hela organisationens identitet och ska användas då PRO kommunicerar både inom organisationen och med omvärlden.

Ledande företrädare för PRO spelar en viktig roll för omvärldens bild av PRO, och de egna medlemmarnas bild av sin egen organisation. Hur du som företrädare för organisationen uppträder i din roll betyder ofta mer än vad som står i papper och program.

## Engagerande verksamhet

### Social gemenskap, studier och kultur

De resor som PRO arrangerar på alla nivåer inom organisationen har kommit att bli ett viktigt kännetecken och en viktig anledning att bli medlem. PRO kommer under kongressperioden att fortsätta utveckla PRO:s reseverksamhet genom att aktivt arbeta för ökat samarbete lokalt, regionalt och i samverkan med PROmedlemsresor för att kunna erbjuda olika resor för medlemmarna.

Det livslånga lärandet är sinnebilden för PRO:s studieverksamhet på alla nivåer. Form och innehåll måste hela tiden ses över och förnyas i syfte att möta de behov som våra medlemmar och förtroendevalda har. En plan för utbildning av förtroendevalda inom hela organisationen har kommit på plats och kommer att utvecklas i samarbete med PRO:s folkhögskola. Inte minst ledarskapsutbildning är en viktig del av utbildningen för förtroendevalda. PRO satsar extra mycket på utbildning i kvinnligt ledarskap. Studieverksamheten i hela landet sker i samverkan med ABF. Verksamheten vid PRO:s folkhögskola i Gysinge, världens enda folkhögskola för och av pensionärer, ger medlemmar från hela landet en möjlighet att träffas och bli en del av det livslånga lärandet.

PRO ska under kongressperioden fortsätta att utveckla samverkan med folkhögskolan framför allt när det gäller IT och friskvård. PRO:s folkhögskola kommer i samverkan med PRO:s riksorganisation och distrikt att starta filialer utanför Stockholm och Gysinge under kongressperioden. PRO-distrikten kommer också att ha möjlighet att få utbildningar i de egna distrikten utförda av PRO:s folkhögskola. Framför allt styrelseutbildningar och kurser i våra administrativa system, Hjärdis och kommunikationen via webben.

Kultur av olika slag spelar en viktig roll inom all PRO-verksamhet och både antalet utövare och antalet deltagare på kulturarrangemang är stort. Denna verksamhet ska utvecklas ytterligare. Runt om i landet växer PRO-kulturföreningar fram där man bedriver verksamhet med tydlig inriktning på kultur och folkbildning. PRO har erfarenheter av gemensamma större arrangemang, bland annat våra riksmästerskap. Alltid i gott samarbete med föreningar och distrikt. Denna sorts gemensamma arrangemang ska ses över och utvecklas under kongressperioden.

De så kallade konceptföreningarna, till exempel Kultur, Sport, Motor och Global, som samlar medlemmar med ett gemensamt intresse, har fått stort genomslag. PRO ska stimulera både distrikt och föreningar att satsa på den här typen av intresseföreningar.

## Kommunikation med medlemmar och omvärld

Ett av de viktigaste sätten att synliggöra PRO är i medierna. Varje år förekommer PRO tiotusentals gånger i både riksmidier och lokala medier. Med ökad kunskap i organisationen kring medier och ökat fokus på mediekontakter kan synligheten i medierna öka ytterligare. Överhuvudtaget är det av betydelse att medvetenheten i hela organisationen ökar om nödvändigheten att PRO är synligt.

En positiv trend är ett ökat deltagande på mässor och liknande, något som kan förstärkas ytterligare. Positiva erfarenheter finns också när det gäller samordnade utåtriktade aktioner, där hela organisationen mobiliseras en bestämd tidpunkt för att föra ut ett och samma budskap. Som exempel på detta kan valårsarbetet 2018 nämnas.

Inom PRO finns en insikt om att traditionella medier minskar i betydelse. Medlemstidningen, webben och satsningen på sociala medier är alla exempel på hur PRO arbetar med egna kanaler.

Kommunikation i digitala kanaler är viktig för alla organisationsled. Distrikt och föreningar uppmuntras att börja använda sig av sociala medier. PRO:s riksförbund har sett över produktionen av tryckta material och profilprylar till ett begränsat antal produkter med ett tydligt igenkännbart utseende. PRO:s medlemstidning är proffsig, innehållsrik och uppskattad av medlemmarna. För medlemmar som inte deltar aktivt i aktiviteterna är det den viktigaste kontaktlänken med PRO. Tidningen förnyas kontinuerligt.

Det nya medlemssystem som PRO infört ger möjligheter till förbättrad kommunikation med medlemmarna. Bland annat skapas i medlemssystemet möjligheter att på sikt enklare sätt nå ut till medlemmarna via e-post och snart även sms. Steg för steg ska PRO-organisationen lära sig att nyttja de möjligheter som medlemssystemet ger.

Det kommer krävas att organisationen fortsätter att satsa resurser på digital närvaro för att förbli relevant även i framtiden. För att stärka kommunikationen och kompetensen inom organisationen ska riksorganisationen under kongressperioden se över på vilket sätt digitala mötesplatser kan användas.

PRO tar samtidigt hänsyn till att många medlemmar inte har tillgång till dator eller internet. Den ökade digitaliseringen ska inte utestänga medlemmarna från information. Det ska alltid finnas alternativ för de medlemmar som inte har tillgång till internet.

## Rekrytera och behålla medlemmar

PRO är en organisation som växer. PRO har framgångar med en modell som kombinerar ett målmedvetet arbete på föreningsnivå med centralt genomförda värningsaktiviteter. Det har varit av betydelse att vi vågat pröva nya grepp, till exempel After work. PRO avser att fortsätta att utveckla olika modeller med en kombination av lokalt arbete och väl genomarbetade centrala kampanjer. Våra egna medlemmar aktiveras som ambassadörer och stimuleras att värva vänner och bekanta. Allt fler väljer att ansluta sig till PRO via nätet och medlemsvärningen i den digitala miljön behöver utvecklas ytterligare.

Grunden för att behålla medlemmar är en bra verksamhet och att PRO tydligt framstår som en organisation som driver pensionärernas intressen. Alla ska känna sig välkomna på riktigt, vilket bland annat kräver ett väl fungerande ledarskap på alla nivåer i organisationen. Men PRO har även specifika utmaningar när det gäller att behålla medlemmar, särskilt när det gäller att utveckla verksamhetsformer för de yngre och de äldre medlemmarna, som nu är grupper som i högre utsträckning inte hittar rätt inom organisationen. De PRO-kulturföreningar som bildats runt om i Sverige har i hög grad attraherat yngre PRO:are, och är ett exempel på hur verksamhet för yngre kan utformas. Medlemsstatistiken visar att från ungefär 80 års ålder stiger andelen som lämnar organisationen. Det ställer krav på PRO att anstränga sig ytterligare för att de äldre medlemmarna ska kunna delta i verksamheten och känna att de får ut mer av sitt medlemskap.

Allt fler går i pension då de fortfarande är pigga, friska och har mycket kvar att bidra med i samhället. Genom PRO finns möjligheten att kanalisera denna lust att bidra i engagemang av konkret slag. Redan i dag finns flera tusen kontaktombud inom PRO, som tar sig an kontakten med medlemmar som inte längre har samma möjlighet att delta i verksamheten. PRO ska under kongressperioden medverka till att fler kontaktombud rekryteras, då vi vet att en bra kontaktombudsorganisation gör att färre lämnar PRO. PRO:are bidrar även till bra aktiviteter på äldreboenden och ställer upp som mentorer för ungdomar.

## Medlemsförmåner

Att PRO är en organisation med många medlemmar ger styrka i förhandlingar om förmåner och rabatter. Den styrkan utnyttjar PRO. Rabatten på resor i vårt eget reseföretag PROmedlemsresor och de speciellt framtagna försäkringarna är uppskattade förmåner. Det nya förmånspaketet PRO Mervärde innehåller många fina erbjudanden. Utöver detta åtnjuter medlemmarna mycket bra rabatter på logikostnaderna på PRO:s folkhögskola. En app har tagits fram för våra medlemmar. Det är hälsoappen "Livsstilsverktyget". PRO Mervärde ingår självklart i medlemskapet. För att nyttja förmånerna behöver medlemmen bara ha sitt medlemskort.

## Organisatoriska utmaningar

PRO tar under kongressperioden sig an ett antal specifika organisatoriska utmaningar som är nödvändiga för en fortsatt positiv utveckling av organisationen. En stor utmaning är att på ett bättre sätt nå ut till fler pensionärer med utländsk bakgrund. Det är en utmaning som kräver nytänkande och kreativitet och en vilja att pröva nya sätt att knyta an till PRO för personer som inte lika självklart är hemtama i en svensk folkrörelsemodell. Det är också av vikt att organisationen upplevs som öppen och välkomnade av hbtq-personer. En stor andel av de som blir pensionärer de kommande åren kommer att finnas i storstäderna, särskilt i Storstockholm. Stora och mellanstora städer med stora utbud av aktiviteter och ständiga informationsbrus ställer folkrörelser som PRO inför särskilda utmaningar. Att finna arbetsmetoder för en bra utveckling av PRO-verksamheten också i stadsområdena är en angelägenhet för hela organisationen. På samma sätt är det viktigt att uppmärksamma den speciella situation som uppstår på ett antal mindre orter med starka PRO-föreningar. Där föreningen blir en viktig aktör och maktfaktor i lokalsamhället.

För PRO har gemenskap och social samvaro ett värde i sig. Medlemmarna sätter gemenskapen före aktiviteterna och därmed är det också viktigt att alla i organisationen känner att de är en del av gemenskapen. PRO fortsätter att utbilda förtroendevalda i ledarskap, en nyckelfaktor i det här sammanhanget. Det är en stor utmaning att rekrytera de förtroendevalda som är beredda att ta på sig de uppdrag som krävs för att PRO ska utvecklas. Likaså är det en utmaning att ge förtroendevalda nödvändiga kunskaper för sitt uppdrag. Den utbildningsplan för förtroendevalda som PRO i dag arbetar efter ska utvärderas och därefter förbättras. Det finns också anledning att fundera kring hur vi på ett bättre sätt erkänner och belönar de eldsjälar som finns inom organisationen. Valberedningen spelar en viktig roll inom PRO, på alla nivåer i organisationen. Och det utbildningsmaterial som finns för valberedningar ska lyftas fram. I föreningsverksamheten är bristen på ändamålsenliga lokaler ofta ett bekymmer, ibland till och med det största bekymret. PRO ska därför under kongressperioden göra en kartläggning som underlag för påverkansarbetet.

För personer i PRO:s omvärld, kanske särskilt de som ännu inte uppnått pensionsåldern, är den årliga prisundersökningen den PRO-aktivitet man bäst känner till. Den är en del av PRO:s varumärke, och ett konkret sätt att visa att vi bryr oss om pensionärernas ekonomi. Det är därför viktigt att den undersökning vi gör är pålitlig och håller god kvalitet, samtidigt som PRO har ett medvetet förhållningssätt kring att det finns andra faktorer än lågt pris som är av betydelse när det gäller livsmedel.

En strävan inom PRO är att hålla den samlade medlemsavgiften på en rimlig nivå. Självfallet behövs inkomster för att bygga en organisation men strävan ska vara att hålla grundavgiften nere och därefter vid behov ta ut betalning för aktiviteter medlemmen deltar i. Höga ambitioner kräver ekonomiska resurser. Lotteriet Trippelskräpet har kommit att bli en viktig inkomstkälla för hela organisationen och det är av yttersta vikt att lotteriet fortsätter ha en bra utveckling. Samtidigt finns ett behov av att bredda finansieringen. Under kongressperioden blir det en viktig fråga. Idéburet offentligt partnerskap (IOP) och partnerskap med företag kan vara en väg att gå, men PRO ska aldrig göra avkall på organisationens integritet eller grundläggande värderingar.