

# Värvningsguiden

En guide till att värva  
och engagera fler medlemmar  
i hembygdsföreningen





# Innehållsförteckning

## Reflektion

Varför vill vi bli fler?	6
Varför ska man bli medlem?	6
Hjälp personer att välja er förening	7

## Planering

Vilka potentiella medlemmar vill vi nå?	8
Var kan vi värva medlemmar?	12

## Genomförande

Enkelt att bli medlem	14
Aktiva medlemmar	15

## Utvärdering

Att långsiktigt vara en attraktiv förening	16
--	----

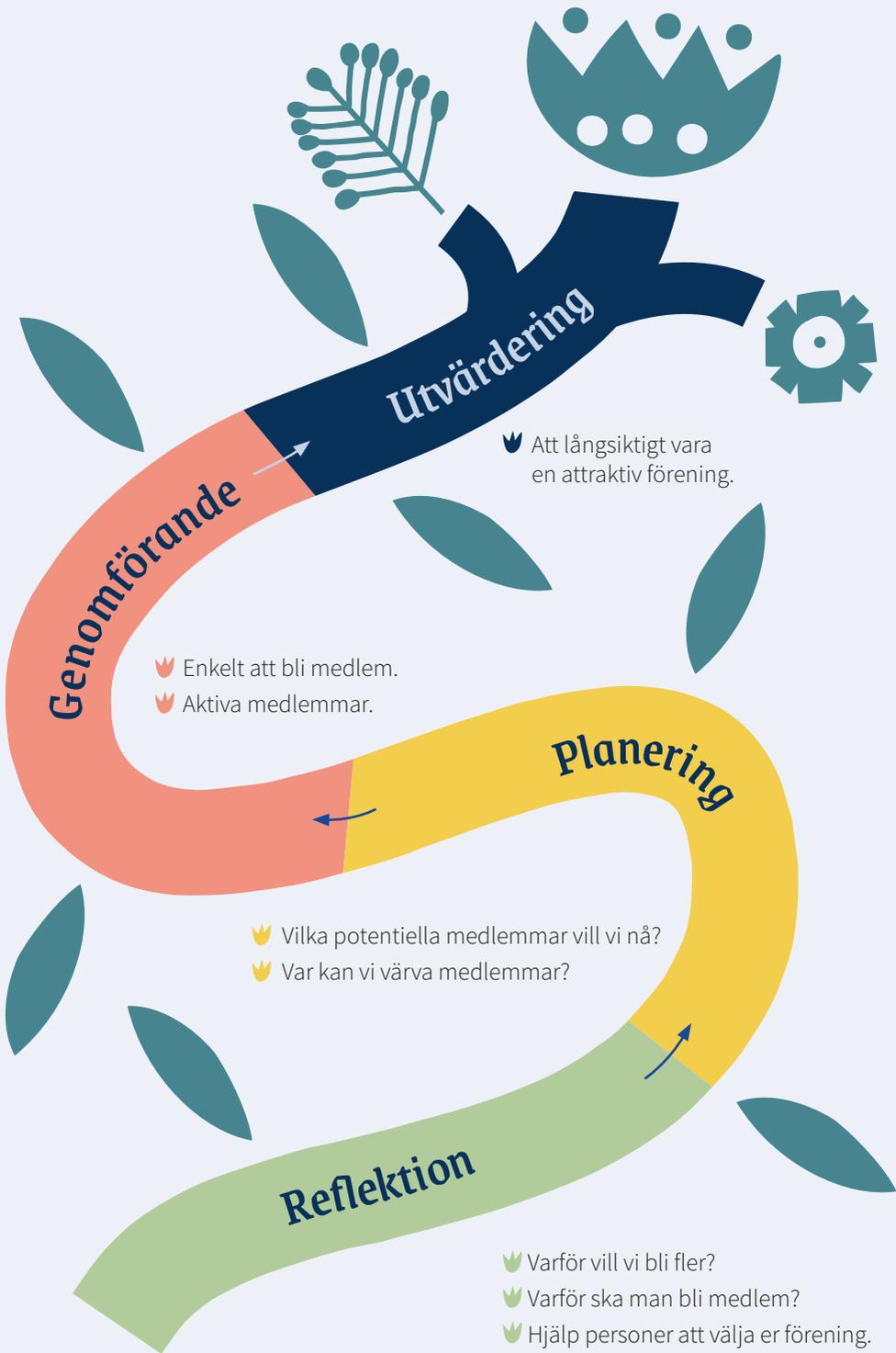
# Dags att bli fler medlemmar?

I den här guiden får ni praktiska tips och saker att tänka på för att värva fler medlemmar till er förening.

Tillsammans är vi över 400 000 medlemmar och finns i hela landet, från Kurravaara i norr till Falsterbo i söder. Att vi är många i hembygdsrörelsen innebär att vi kan skapa ett tillgängligt och levande kulturarv i hela Sverige. Vi är en viktig kraft som kan påverka det som händer i samhället, lokalt, regionalt och nationellt. Varje medlem bidrar alltså till att hembygdsrörelsen kan fortsätta det viktiga arbetet med en levande hembygd öppen för alla.

Sveriges hembygdsförbund ansluter medlemmar i hembygdsföreningar och andra föreningar som är medlemmar i regionala hembygdsförbund. Det är föreningarna och medlemmarnas engagemang som utgör hembygdsrörelsen!

Det du läser just nu är en guide i medlemsvärvning. På sidan intill ser ni hur guiden är uppbyggd. Vi börjar vid blommans rot med vad som är bra att tänka på innan ni börjar eller vill utveckla er medlemsvärvning. Vi fortsätter upp längs stammen med praktisk planering följt av att prata om hur föreningen kan vara långsiktigt attraktiv för medlemmar. Till sist är det utvärdering och sen kan arbetet börja om på nytt. Ni hittar själva ert sätt att arbeta med medlemsvärvning. I den här guiden finns massor av tips på vägen.



# Reflektion

Roligt att ni vill bli fler! Här nedan följer några saker som är bra att tänka på och prata om i föreningen innan ni fortsätter eller börjar ert arbete med att värva medlemmar. Ni behöver inte följa stegen till punkt och pricka. Ert engagemang och entusiasm är det viktigaste i mötet med nya och potentiella medlemmar. Ta gärna hjälp av tipsen för att förbereda er innan ni drar igång med att rekrytera fler medlemmar.

## Varför vill vi bli fler?

Svaret på frågan varför man vill bli fler kan verka självklart, men tänker man efter så är svaret kanske inte givet. Ert ”varför” är det som motiverar er att sätta igång och utveckla arbetet med medlemsvärvning. Kanske vill ni bli fler aktiva som kan hjälpa till, bli en starkare röst för att påverka lokalt eller kunna ha hembygdsgården öppen mer. Det är bara några svar på varför man vill bli fler. Skriv en lista med ert ”varför” tillsammans. Det ger en riktning och hjälper er hålla uppe motivationen uppe i ert arbete med att värva medlemmar.

## Varför ska man bli medlem?

Att gemensamt börja prata om varför en person ska bli medlem hos er är en bra utgångspunkt för medlemsvärvning. Fråga gärna medlemmar som varit med under en längre och kortare tid varför de är engagerade för att samla ihop så många argument till medlemskap som möjligt. Känner ni er rotade i ert ”varför” kommer potentiella medlemmar att också känna det.

Här kommer några exempel på varför:

- 👉 För att bidra till en levande och öppen hembygd för alla.
- 👉 Ett meningsfullt engagemang.
- 👉 Bidra till ett levande och tillgängligt kulturarv.
- 👉 Ett socialt sammanhang.
- 👉 Träffa andra med liknande intressen.
- 👉 Kunna påverka sin hembygd och sitt lokalsamhälle.
- 👉 Ta del av intressanta aktiviteter.

### ***Hjälp personer att välja er förening***

Vi överöses av information och erbjudanden varje dag. Som förening kan man hoppas på att tillräckligt många självmant söker sig till föreningen för att föreningen ska klara av sin verksamhet, finansiering och demografiska förändringar. Men troligtvis behöver ni själva lägga ner energi, tid och kreativitet på att hitta nya medlemmar. Vara där potentiella medlemmarna är, skapa relationer och ställa frågor om medlemskapet. Så att just ni når ut i bruset!

I boken *Medlemsmodellen* av Niklas Hill och Angeli Sjöström Hederberg från 2014 identifierades två anledningar till varför människor inte är med i en ideell förening.

- 👉 De vet inte att organisationen finns.
- 👉 Ingen har frågat om de vill bli medlemmar.

Det ger en ganska tydlig bild av vad som behöver göras, eller hur?

# Planering

Nu har det blivit dags att värva nya medlemmar. Här kommer några frågor som är bra att ställa sig i förberedelserna. Använd varandras styrkor i föreningen. Någon gillar att mingla, en annan att designa affischer och en tredje ansvara för planeringen. Låt medlemsvärvning bli till konkreta aktiviteter i er verksamhetsplanering. Dela gärna på ansvaret att värva medlemmar, det blir både effektivare och roligare om ni gör det tillsammans!

## Vilka potentiella medlemmar vill vi nå?

Kanske är svaret – alla! Men ibland kan det vara svårt att nå alla på samma gång. Det är bra om ni avgränsar er till att vilja nå en grupp i taget eller att ha flera olika medlemskampanjer igång samtidigt. Vill ni nå ut till barnfamiljer, blivande pensionärer, barn och unga, äldre eller någon annan målgrupp? Beroende på vilken målgrupp ni vill nå så planerar ni efter hur ni ska nå just dem. Tänk er in i den potentiella medlemmens livssituation och hur föreningen skulle kunna bli en del av personens vardag. Fråga personer som tillhör målgruppen vad som skulle göra att de vill bli medlemmar.

Fråga er också vem den potentiella medlemmen är? I arbetet med att hitta nya medlemmar är det inte ovanligt att tro sig veta vem som passar in i föreningen. Medvetet och omedvetet skapar man sig en bild av hur en hembygds-person ser ut och vem den är. Passar personen ni möter inte in i mallen kanske ni låter bli att fråga om de är intresserade av er verksamhet och ett medlemskap. Detta kan innebära att föreningen missar en

värdefull medlem. Det viktiga är att ni kan beskriva och prata om era föreställningar av den potentiella medlemmen. Vem frågar ni? Vem känner sig välkommen? Och vem behöver ni? En grupp som inte vill se att den egna föreningskulturen inkluderar vissa och exkluderar andra kan bli hemmablind och okritisk. Använd er av ett inkluderande språk när ni pratar om medlemskapet och välkomnar till föreningen.

Här kommer några tips för att attrahera olika målgrupper. Det är ett urval av potentiella målgrupper som ni skulle kunna nå ut till.

### Familjer med barn

Att nå ut till barn och unga handlar till stor del om att erbjuda attraktiva aktiviteter i er förening som lockar till medlemskap. Många gånger är det barnfamiljer som letar efter lekfulla och lärorika saker att göra på fritiden. Barn vill gärna kunna testa och känna på saker i miljön. En historiekлубb som möts en gång i veckan kan vara ett sätt att engagera unga i föreningen.



Det kan också handla om publika aktiviteter. Kan ni ha en utklädningslåda? Eller kanske några snickrade styltor? En höskulle att hoppa i? Tipspromenader? God fika? Väck frågor om hur det var förr i er hembygd genom att ge möjlighet till lek. Har ni tid och resurser kan samarbeten med den lokala skolan vara givande eller skapa en ungdomsgrupp som kan guida och lära sig mer om historia. Vill ni ha fler tips på aktiviteter för barn och unga gå till [lekolarbanken.se](http://lekolarbanken.se). När ni har aktiviteter är det viktigt att ni fångar upp besökarna och pratar om medlemskapet.

## Kulturintresserade över 55 år

Målgruppen består av personer som är 55 år eller äldre. Många har utflugna barn och både energi och intresse av att bidra till det lokala kulturarvet. Det är en grupp som ofta kan ge av sin tid och sin kreativitet för att få föreningen att blomma. Ni når den här gruppen genom att prata med vänner och familj om medlemskapet. Det personliga mötet är viktigt. Ni kan också fånga in dom genom aktiviteter och då fråga om medlemskap. Ett sätt att locka den här gruppen kan vara att erbjuda en rabatt på medlemskapet i relation till ålder.



## Besökare

Sveriges hembygdsföreningar välkomnar nästan 5 miljoner besökare varje år. Många av besökarna delar föreningens intresse för kulturarvet och som i många fall kan vara potentiella medlemmar. Så hur gör vi besökarna till medlemmar? Det enkla svaret är att fråga. Många vet inte om att de kan bli medlemmar och vad ett medlemskap innebär. Att se till att medlemskapet är synligt och pratas om är ett första steg. Sen handlar det också om att besökaren ska bli nyfiken och vilja engagera sig mer. Det kan man göra genom att visa upp verksamheten och de sätt som det är möjligt att engagera sig på.

En besökare kan både vara någon som är tillfälligt på orten eller bor i närheten. Alla kommer inte kunna vara medlemmar på samma sätt, så se till att det finns fler former för medlemskapet.



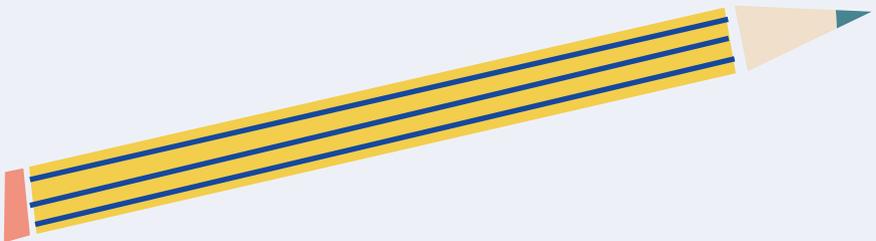
## Förslag på saker att ta med på ett medlemsvärvningsbord:

- 👉 Ett enkelt sätt att bli medlem på.
- 👉 Trycksak om föreningen och vad ni gör.
- 👉 Föreningens tidning eller böcker ni skrivit.
- 👉 En lista där man kan skriva upp sin mejladress för nyhetsbrev.
- 👉 Något att ge bort så som godis eller liknande.
- 👉 Ett intressant föremål att prata runt. Kan till exempel vara ett verktyg som de kan gissa vad det används till, ett broderi typiskt för trakten eller en intressant historisk karta.

## Var kan vi värva medlemmar?

Fundera på var ni möter potentiella medlemmar. Exempel på platser är under era aktiviteter, under marknader, idrotts-evenemang, hundpromenaden, festivalen, släktmiddagen eller kanske utanför den lokala matbutiken. Många föreningar berättar att de lyckats bli fler genom att ta med sig vänner och familj in i föreningen. Att prata med personer som man redan känner och få med dem kan vara ett bra sätt att få med sig fler. En annan plats är att nå ut via sociala medier. På sociala medier så som Facebook och Instagram kan ni nå ut och bli synliga för många samtidigt. Tänk gärna i nya banor och testa något ni inte gjort förut. Kanske kan ni samarbeta med någon annan organisation/förening för att nå ut till fler? Det kan till exempel vara släktforskningsföreningar, byggnadsvårdsföreningar, idrottsföreningar eller kulturföreningar.

Att nå ut med er information är självklart viktigt för att så många som möjligt får veta vad ni erbjuder. För att få fler medlemmar är det viktigt att synas. Fundera på vilka kommunikationskanaler ni använder. Vilka sätt på nästa sida kommunicerar ni på?



## Vilka sätt nedan kommunicerar ni på?

- Sociala medier (Facebook, Instagram mfl)
- Hembygdsföreningens hemsida (Hembygdsportalen)
- Aktivitetskalendern på hembygd.se
- Nyhetsbrev
- Annons i lokaltidningen
- Text i den egna tidningen
- Affischering
- Prata och informera familj, vänner och grannar
- Fysiska utskick i brevlådan
- Direktreklam
- Ringa runt
- Personliga möten
- Utbildningar
- Aktivitet
- Mässor och marknader
- Kommunens aktivitetskalender
- Volontarbyran.org
- Fler?



# Genomförande

I den här delen av guiden pratar vi om hur själva genomförandet går till. Glöm inte att ni som förening har mycket att ge den enskilda medlemmen i form av sammanhang, gemenskap och engagemang i kulturarvet. Hembygdsrörelsen är den enskilt största ideella organisationen som arbetar med kulturarv i Sverige. Det är ideella krafter som ni som håller kulturarvet levande! Så hur registrerar man smidigt en ny medlem som vill engagera sig? Och hur ser man till att man hittar rätt engagerad?

## Enkelt att bli medlem

När ni väl har en ny medlem på kroken är det bra om det är enkelt att bli medlem. Att föreningen har ett fungerande medlemsregister underlättar. Bra är om ni kan skriva in personen direkt på plats eller att den nya medlemmar själva kan registrera sig.

Det är även trevligt om den nya medlemmen direkt blir välkommen in i föreningen till exempel med ett välkomstbrev. I välkomstbrevet är det bra om det finns information om föreningen, kontaktinformation och vilka aktiviteter som finns.

Flera föreningar använder sig av QR-koder för att underlätta registrering. Via en QR-kod kan den nya medlemmen själv scanna av koden och komma till ett registreringsformulär. Det gör att det blir mindre lösa papper för er i föreningen att hålla koll på. Betalning kan ni smidigt ordna via Swish. Det går att skapa ett Swish-konto för er förening.



## Aktiva medlemmar

Även om många är intresserade av att bli medlemmar kan det vara en utmaning att få fler att bli aktiva i föreningsarbetet. Det behövs styrelsemedlemmar, arrangörer till evenemang, datakunniga och händiga fixare för att bara nämna några funktioner i en förening. Det finns många sätt att dra till sig medlemmar som också kan få saker att hända. Ett sätt är att vara tydlig med vad man behöver hjälp med. Annonsera om just den kompetens ni behöver. Det kan vara svårt att få en medlem att vara aktiv för livet, avgränsa istället uppdraget till en viss uppgift och tid. Till exempel kan man skriva ”Nu under helgen behöver vi dig som kan eller vill lära dig att lägga tak”, ”Vill du bidra till att fler får veta mer om sin lokalhistoria? Var med i arbetsgruppen för årsboken under ett år”. Genom att erbjuda engagemang i projektform blir det tydligt vad som förväntas av den aktiva. Har ni ett uppdrag ni söker engagerade till är [Volontarbyran.org](https://www.volontarbyran.org) en plattform där ni kan annonsera om hjälp. Volontärbyrån hjälper engagerade människor och ideella organisationer att hitta varandra.

Att skapa flera sätt att vara aktiv på gör att fler kommer kunna engagera sig. I början av guiden pratade vi om olika potentiella medlemmar som alla har olika förutsättningar till engagemang. Vill man att fler ska vara aktiva medlemmar behöver också typen av engagemang vara anpassat till olika livssituationer. Det kan till exempel handla om att se över när på dagen man har möten, hur omfattande engagemanget är i tid eller krav på föreningsvana. Samla gärna en grupp som inte är medlemmar och fråga hur ett engagemang skulle kunna se ut för att vara attraktivt för dem. Fokusgrupper är ett bra sätt att få nya idéer kring sin egen verksamhet.

# Utvärdering

I den här avslutande delen reflekterar vi kring vårt medlemsvärvningsarbete. Vad är det för faktorer som spelar in när det kommer till medlemsvärvning? Hur har vi genomfört de insatser vi planerat för? Kan vi göra annorlunda i framtiden? Att utvärdera sitt arbete gör att vi lär oss och utvecklas i vårt föreningsarbete. Kanske vill vi göra lite annorlunda nästa gång.

## Att långsiktigt vara en attraktiv förening

Hembygdsföreningar runt om i Sverige gör ett fantastiskt jobb med att samla människor runt kulturarvet. Föreningar består av olika typer av medlemmar beroende på bland annat geografiskt läge, föreningskultur, aktiviteter och typer av engagemang. Beroende på hur föreningen ser ut kommer olika medlemmar att attraheras av ett medlemskap i föreningen. I olika faser av livet behöver och intresserar vi oss för olika saker helt enkelt. Som förening kan ni vara en aktiv del av människors liv genom att engagera på olika sätt. Genom att vara relevanta och engagerande för lokalsamhället blir ni attraktiva i ett långsiktigt perspektiv. Alla kan inte sitta i styrelsen, baka bullar eller berätta om lokalhistoria. Några kommer att vilja delta på spökvandringar under hösten, anordna käpphästlopp, påverka lokalsamhället och komma som besökare under midsommar. Besökarna är potentiella medlemmar. Som förening behöver medlemskapet vara tillgängligt för olika typer av engagemang.

Att rekrytera, aktivera och behålla medlemmar är ett ständigt arbete i föreningen. Gör det till ett stående inslag i er verksamhet. Gör det till en del av er verksamhetsplan och kommunikationsplan om ni har en sådan. Skriv in konkreta insatser som ni vill genomföra under året. Testa en eller flera av de tillvägagångssätt som finns i guiden och utvärdera sen hur det gick. Bättre att göra en sak ordentligt än att det blir mycket prat och lite verkstad.

Att arbeta med medlemsrekrytering är ett arbete som blir både roligare och bättre om vi gör det tillsammans. Så låt inte frågorna drivas av några få utan vara levande i hela föreningen!









En levande hembygd öppen för alla  
[www.hembygd.se](http://www.hembygd.se)