

Föreningen Nordens prioriterade verksamheter för år 2012

Föreningen Nordens centralstyrelse har sammanfattningsvis fyra verksamhetsområden:

- Medlemsverksamhet
- Samhällsverksamhet (ofta för och med olika åldrar, områden, organisationer)
- Fondverksamhet
- Styrelse – och kansli

På dessa områden bedrivs en mängd olika aktiviteter i flera organisationsformer.

På dessa områden ska Föreningen Norden vara bäst på en sak: *Samverkan och nordiskt samarbete, både inåt och utåt*. Det är tillika föreningens ändamål.

För att genomföra detta uppdrag ska föreningens verksamhet skapa kontakter, bidra till kunskap och öka kommunikationen i betydelsen a) vara informerade om varandra och b) gemenskap mellan människor, direkt eller via organisationer.

Föreningen ska dessutom kanalisera och lyssna på behov, intressen, känslor och önskemål i olika aktiviteter. Alternativt förslag: Genom samverkan i föreningen ska det som kommer fram ur detta formuleras till förslag på hur föreningen och samhället ska kunna utvecklas. Utifrån de förslag som formuleras kan sedan opinionsbildning genomföras.

Förenklat kan planeringsfrågorna sammanfattas på följande sätt

VAD SKA UPPNÅS?
VARFÖR JUST DET?

FÖR VEM ELLER VILKA SKA DET GÖRAS?
VARFÖR JUST MED ELLER FÖR DEM?

VAD SKA UPPNÅS? är en fråga som i stor utsträckning är knuten till vad medlemmar, deltagarna eller partners själva i demokratisk ordning vill, och den vägleds av fullmäktiges beslutade visions- och principprogram när det gäller sakområden. Centralstyrelsen har delat in verksamheten i tio "resor" i Norden för enskilda medlemmar, individer, grupper och organisationer.

- Affärsresan
- Jobbresan
- Kunskapsresan
- Boenderesan (inklusive social trygghet)
- Kulturreсан
- Turismresan
- Demokratiresan
- Miljöresan
- Fredsresan
- Folkrörelseresan

Den verksamhet som bedrivs kommer att bestå av en eller flera resor.

Individer, grupper, organisation

- Affärsresan
- Jobbresan
- Kunskapsresan
- Boenderesan
- Kulturreсан
- Turismresan
- Demokratiresan
- Miljöresan
- Fredsresan
- Folkrörelseresan

Exempel på politikområden

Handels, närings- och tillväxtpolitik
Arbetsmarknadspolitik, ekonomisk politik
Utbildningspolitik
Socialpolitik
Kulturpolitik
Fritids- och turistikpolitik
Stats- och kommunpolitik, folkrörelser, (folk)bildning
Klimatfrågor, forskning och utveckling, trafikpolitik
FN-politik, folkrörelse- och folkbildningspolitik
Samhällets stöd, finansieringspolitik,
organisationspolitik

FÖR VEM? När det gäller resorna indelat i målgrupperna

- 6-18 år
- 18-30 år
- förvärvsaktiva
- 55 +

Det finns många sätt att tänka på HUR vi sedan ska arbeta med uppdragen och nå våra målgrupper.

HUR SKA DET GÖRAS?	Publikation	Ska något publiceras?
	Event	Ska möte, seminarium, kurs, resa annat arrangeras?
	Nyheter	Ska vi berätta om de för medlemmar, partners, media?
	Samhällsfrågor	Vad är det viktiga budskapet? Vad är syftet? Ska något bevaras, förbättras, förnyas, förändras?
	Intresse- och identitetsmedia	Hur når vi rätt målgrupp? Vilka kanaler väljer vi?
	Lobby	Vilka ska vi prata med, få med i arbetet? Vilka ska vi påverka genom personliga kontakter?
	Sociala investeringar	Ska vi bygga grupper, nätverk, särskild organisation mellan berörda individer och organisationer?

Därefter tillkommer planeringsfrågor som:

AV OCH MED VEM ELLER VILKA?
VARFÖR JUST AV (ELLER MED) DEN/DEM?
NÄR?
VARFÖR JUST DÅ?
VAR?
VARFÖR JUST DÄR?
MED VILKET ANSVAR?
VARFÖR JUST DET?
MED VILKA RESURSER?
VARFÖR JUST DEM?

I centralstyrelsens verksamhetsplan återfinn knutet till olika INTRESSEENTER.

- Medlemmarna, huvudmännen i föreningen
- Statsmakten, kommuner och landsting
- Förbundsorganisationer
- Företag/koncerner
- Nordiska organisationer

- Media
- Partners
- Finansiärer

Prioriterade intressenter för centralstyrelsen är

1. Medlemsorganisationernas verksamhet och utveckling (huvudmännen)
2. Ökad samverkan med statsmakten, förbund och företag på nationell nivå
3. Ökad samverkan med distrikt och lokalavdelningar för samverkan med kommuner, landsting och lokala föreningar och företag (samt deras kluster, nätverk)
4. Goda relationer till finansiärer och partners för att finna resurser till organisations- och ledarutveckling och genomföra gemensamma aktiviteter

För att lyckas med detta arbete är det mycket viktigt med ökad kommunikation.

Avslutningsvis

Vi samlas i denna kommunikation kring ”Vårt Nya Norden – ett globalt varumärke”.

”Vårt Nya Norden” står för att vi lever i en ny verklighet, och det är i denna verklighet vi kan öka samverkan mellan människor och organisationer i Norden. Men vi lever inte bara i en ny verklighet, vi vill också vara med om att skapa en bättre framtid: ”Vårt Nya Regionen Norden är en del av en global värld.

Det som sker runt om i världen påverkar oss, och den globala väven mellan människor och organisationer blir allt tätare. Inflytandet från denna globala värld är stark, men samtidigt spelar Norden en viktig roll i globaliseringen. Nordens roll kan bli ännu mer inflytelserik.

Ser vi till oss själva i Föreningen Norden så är vi med i och producerar detta globala varumärke. Så fort vi skapar en hemsida, så fort vi kommunicerar ett budskap, vill något och gör det synligt är vi med och producerar och kommunicerar varumärket Norden. De värden vi vill ska präglade utvecklingen är bland annat: bildning, demokrati, frihet, jämställdhet, humanism, god miljö, fred och säkerhet, samverkan mellan människor. Det är också vår identitet, liksom vårt samverkansuppdrag.

Vi ses i byggandet av ”Vårt Nya Norden – Ett globalt varumärke”.