

Verksamhetsplan 2016-2017

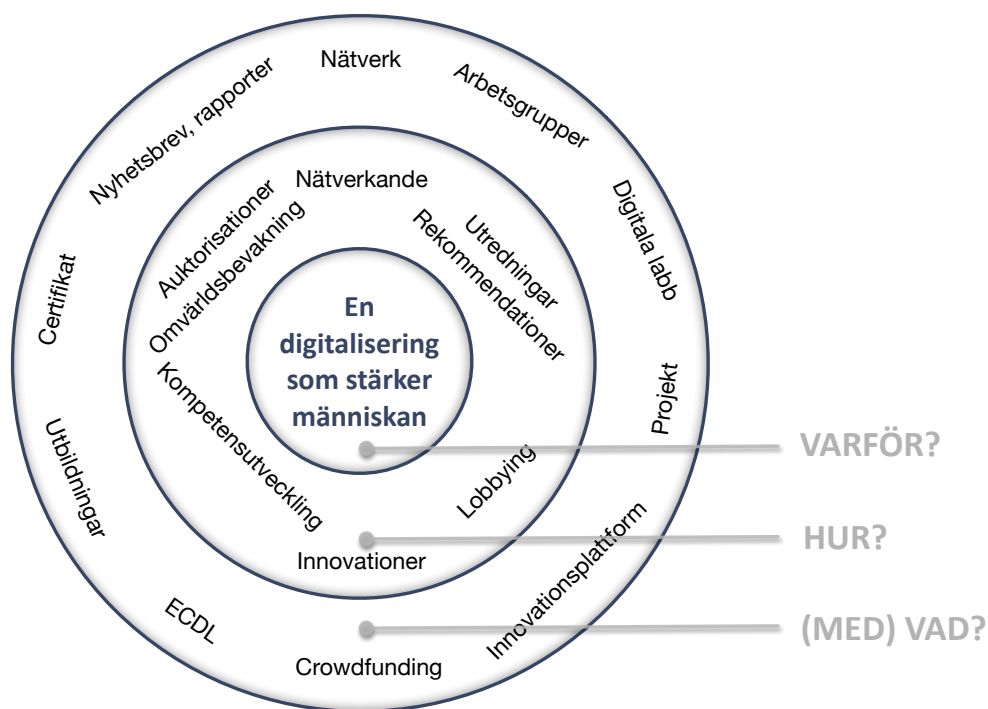
Mål och aktiviteter fram till föreningsstämman 2017

Detta är en nationell verksamhetsplan för Dataföreningen att anta på föreningsstämman 5 april 2016. Planen ska sedan kunna fungera som utgångspunkt för lokala verksamhetsplaner i kretsar och avdelningar.

Verksamhetsplanen beskriver perspektiven position, värdeerbjudanden och resurser. Med sikte på en målbild 2020 identifieras utmaningar och mål för 2016-2017.

1. Sammanfattning

1.1. Målbild 2020



Bilden visar *hur* vi uppfyller *varför* vi finns till (vår vision) och *med vad* vi åstadkommer detta. Vi förverkligar *Digital destination Sverige* främst genom *nätverkande*, *kompetensutveckling* och *omvärldsbevakning* men också genom *utredningar*, *rekommendationer* (*guider*), *tester*, *lobbying* samt genom att *realisera innovationer* som möter digitaliseringens utmaningar.

Sedan starten av vårt förändringsarbete våren 2015 har vi kommit halvvägs mot målet. Nu återstår ytterligare ett års hårt arbete med både förankringar av det som vi lanserat och etablerat under 2015 och ny utveckling.

1.2. Mål 2016-2017

- Ökad spridning av vår vision *Digital destination Sverige*
- Ökad leveranskapacitet i kretsar och avdelningar
 - Ökade aktiviteter över hela landet
 - Minst sju nya typer av grupper etablerade (arbetsgrupper och digitala labb)
 - Ökad samverkan mellan kretsarna
- Nya värdeerbjudanden som tillväxtmotorer
 - Minst två nya tjänster och produkter som vi kan ta betalt för
 - Auktorisationer av it-yrkesverksamma (enligt BCS modell)
 - Design Thinking som process för att utveckla nya värdeerbjudanden
- DF Innovation etablerad med minst tio utmaningar
 - Minst fem lösningsförslag vidare till crowdfunding
- Fler omvärldstjänster
 - Digitalspaning.se med medlemmar som spanare
- Ta fram en paketering för arbetsgivare
- Minskade kostnader för administration
- Förbättrad internkommunikation
- Ökade insatser för opinionsbildning, en särskild grupp bildas för detta
- Återstart av ECDL
- Vidareutveckling av projekt för barn och ungdomar
- Ökat internationellt engagemang (CEPIS, IFIP, YICTP, BCS, ACM)

Under året ska vi förstärka och förtydliga drivkraften och motivatorerna för att vara medlem i Dataföreningen. Viktigast är delaktigheten i visionen, möjligheten att tillsammans med andra kunna påverka utvecklingen av digitaliseringen samt att som individ kunna stärka sina professionella förmågor. Ökad aktivitet ute i kretsar och avdelningar är en kritisk framgångsfaktor.

2. Position

Vilken position på marknaden ska Dataföreningen ha? Strategin ligger än så länge fast att vi ska vara en stor förening, vilket i vårt fall är minst 25 000 medlemmar. Den primära målgruppen är fortfarande yrkesverksamma inom it-relaterade roller.

Dataföreningen är en förening för individer, fokuserad på att driva en digitalisering som stärker människan. Det handlar om en ökad digital kompetens för individer i flera olika roller som till exempel yrkesverksamma, medborgare, privatpersoner, ledare och politiker.

2.1. Nuläge

Sedan cirka 10 år tillbaka har **medlemsantalet konstant minskat med cirka 10-15% per år**. Även om naturliga avgångar vid pensioneringar är en betydande orsak för vår del, är minskningen en del av en större trend för föreningslivet i Sverige. Många större föreningar förlorar medlemmar, samtidigt som engagemanget i angelägna samhällsfrågor märkligt nog ökar. Viljan att engagera sig finns, det är paketeringen ”förening” som inte attraherar.

Dataföreningen är nu nere i under 10 000 medlemmar. En positiv aspekt värd att nämna är att inflödet av nya medlemmar ligger på cirka 10%, vilket kompenserar för bortfallet av äldre. Nettoeffekten är dock en fortsatt minskning totalt.

Antalet aktiviteter har också minskat de senaste åren, främst beroende på att antalet aktiva nätverk har minskat. Under 2015 hade föreningen 100 registrerade nätverk som sammantaget hade 5 844 anslutna medlemmar. Över en tredjedel av nätverken var ”sovande” i den meningen att de inte hade några möten under året. De aktiva 66 nätverken hade 222 möten med 3 298 deltagare, i genomsnitt 15 deltagare per möte.

Statistiken är baserad information i aktivitetshanteraren på nätet, vilket kan vara något missvisande då inte alla anmälningar går den vägen. Generellt kan vi dock anta att endast högst 20% av medlemmarna är aktiva i föreningens olika verksamheter.

Att antalet aktiviteter har minskat beror till stor del på **en begränsad genomförandekraft** ute i kretsar och avdelningar. Det är stort sett bara Stockholmskretsen som, genom sin demografiska storlek, klarar av att leverera den del av medlemsnyttan som aktiviteterna står för.

En svaghet som påverkat utvecklingen är osäkerheten kring Dataföreningen som varumärke. Det finns många olika associationer som delvis motsäger varandra. Under lång tid har föreningen uppfattats som litet ”mossig”, men samtidigt seriös.

2.2. Positionen 2020

Det långsiktiga målet för 2020 är att nå tillbaka till minst 25 000 medlemmar. Vår positionering ska vara en plattform för digitaliseringen av Sverige, där vi är tongivande i den utvecklingen. Här ingår allt från medverkan i arbeten med standarder till att aktivt driva fram innovationer som tar digitaliseringen i en önskad riktning.

Vi ska också vara den naturliga mötesplatsen för medlemmar att skapa kontakter, hålla sig uppdaterade och kompetensutveckla sig långsiktigt.

Professionellt bland de yrken och roller som arbetar med digitalisering och informationsteknik ska ett medlemskap i Dataföreningen vara en självklar statusmarkering. Medlemskapet ska vara kopplat till auktorisationer på olika nivåer som är erkända på arbetsmarknaden.

Vårt varumärke ska signalera att vi samlar Sveriges tongivande tankeledare och experter inom digitalisering, att vi är aktivt drivande enligt vår vision samt att vi är en resurs att räkna med i samhällsutvecklingen.

För att kunna **nå det långsiktiga målet** behöver vi nya tillväxtmotorer som skapar resurser, ett större lokalt engagemang och fler attraktiva förmåner. Vi behöver också under en längre tid arbeta mer systematiskt med vårt varumärke.

2.3. Mål för positionen 2016-2017

Målet för positionen 2016 är att vända den nedåtgående trenden för medlemsutvecklingen och åter nå minst 12.000 medlemmar. Ett delmål är att uppnå en aktiv lokal närvaro över hela landet och en ökad samverkan mellan kretsar och avdelningar.

Marknaden ska vid verksamhetsårets slut ha upplevt att vårt varumärke blivit tydligare i riktning mot målet 2020.

Möjliggörare för att nå positionen för 2016-2017 är att öka leveranskapaciteten ute i kretsar och avdelningar. Det finns en motion och ett förslag från styrelsen till föreningsstämman för hur resurser kan tillföras lokala verksamheter baserat på antal aktiviteter.

En annan viktig möjliggörare är en förbättrad internkommunikation inom föreningen. Beslut i arbetsgrupper och riksstyrelsen har haft svårt att nå ut i organisationen som helhet. Vi behöver tydligare process för detta.

Väsentliga möjliggörare är naturligtvis också våra förmåner i form av tjänster för omvärldsbevakning, tillgång till innovationsplattformen med crowdfunding samt internationella samarbeten.

3. Värdeerbjudanden

Våra värdeerbjudanden är avgörande för att vi ska kunna nå vår önskade position. Vi behöver konkreta erbjudanden gör det trovärdigt att det är möjligt att aktivt vara delaktig i förverkligandet av vår vision. Vi behöver också värdeerbjudanden som svarar upp mot medlemmarnas behov att stärka sina professionella förmågor.

3.1. Nuläge

Idag har vi följande värdeerbjudanden som medlemsförmåner:

Nätverk och grupper

- Kompetensnätverk (KN) för att dela kompetenser och utbyta erfarenheter
- Premiumnätverk (PN) erbjuder fördjupad samverkan inom utvalda roller
- PVH-seminarier, löst sammansatta grupper kring föreläsningar
- Arbetsgrupper (AG) löser branschproblem eller besvarar aktuella branschfrågor
- Digitala labb (DL) utforskar ny teknik eller nya koncept
- Projektgrupper (PG) genomför ett projekt med ett effektmål

Än så länge har vi bara kompetensnätverk, premiumnätverk och PVH-seminarier igång.

Omvärldsbevakning

- Computer Sweden Premium
- IDG MyFeed
- Executive Summary från Radar
- IT-lönebarometern

Projekt

- Digitalverkstan
- Digital kompetens i skolan
- Upload
- Stöd till småföretagare

Digitalverkstan och Upload pågår, medan Digital kompetens i skolan är vilande.

Innovationer

- DF Innovation
- Crowdfunding i samarbete med FundedByMe

Innovationsplattformen är i uppstartsläge och lanseras under mars 2016.

Datakörtkortet ECDL

Förberedelser för att återlansera ECDL i Sverige pågår.

3.2. Värdeerbjudanden 2020

Om fem år bör vi ha en portfölj av erbjudanden som sammantaget både stödjer medlemmarnas engagemang i större frågor och deras behov av personlig utveckling.

Det ska finnas ett antal former på vår plattform varigenom medlemmar kan påverka hur digitaliseringen utvecklas. Dessa värdeerbjudanden ska också stödja medlemmars behov att positionera sig i branschen.

Vi ska erbjuda ett antal former för att skapa kontakter och bedriva gemensam omvärldsbevakning.

Dataföreningen ska vara aktören som står för auktorisationer av it-yrkesverksamma och därigenom också stå som garant för professionalism. Kopplat till detta ska Dataföreningen genom sitt dotterbolag DF Kompetens erbjuda marknadsledande högre vidareutbildningar med certifieringar.

Dataföreningen ska vara den naturliga portalen för omvärldsbevakning, nyheter, fördjupande rapporter och branschstatistik. Dataföreningen ska också vara en plattform som samlar medlemmar för att driva och förverkliga innovationer.

Möjliggörare för att nå dit är ökade resurser genom fler medlemmar och nya tillväxtmotorer.

3.3. Mål för värdeerbjudanden 2016

Detta ska vi göra under verksamhetsåret för att utveckla våra värdeerbjudanden.

Vi behöver

- få igång över hela landet de värdeerbjudanden som bygger på nätverk och grupper. Det handlar främst som kompetensnätverk, arbetsgrupper och digitala labb.
- etablera minst tre nya premiumnätverk, varav två utanför Stockholmskretsen.
- lansera ytterligare minst en tjänst inom omvärldsbevakning. En omvandling av webbplatsen trendspanings.se till digitalspaning.se är en första kandidat.
- etablera auktorisationer baserade på brittiska dataföreningens (BCS) modell.
- initiera en utvecklingsprocess baserad på Design Thinking-metoden.
- en ökad samverkan med DF Kompetens så att vi uppnår synergieffekter där tillgången till högre vidareutbildningar tydligare framstår som en medlemsförmån och där föreningen kan förmedla fler kursdeltagare till DFK.
- få igång aktiviteterna kring datakörtkortet (ECDL) igen. ECDL lever ute i Europa och Sverige befinner har nu många nyanlända skulle ha stor nytta av ECDL.

Möjliggörare för att lyckas är att tillföra resurser till kretsar och avdelningar så att de kan öka sin leveranskapacitet. Stimulansbidrag är ett första steg. Därefter behöver kretsar och avdelningar bilda *insatsgrupper* som under korta perioder av engagemang ser till att etablera till exempel nya nätverk och grupper.

Vi behöver också etablera en ny process för att kunna experimentera med nya värdeerbjudanden. Design Thinking med kundresor är en lämplig metod. Vi bör initiera ett systematiskt arbete enligt Design Thinking i en process som pågår kontinuerligt under hela verksamhetsåret – med målet att hitta nya värdeerbjudanden med potentialen att bli tillväxtmotorer

4. Resurser

För att förverkliga vår vision, våra idéer och mål behöver vi helt naturligt tillgång till resurser. Den främsta källan till resurser är intäktsflöden via ett antal affärsmodeller samt externa finansieringar via bidrag. För att komma framåt behöver fler nya tillväxtmotorer.

4.1. Nuläge

Vår huvudsakliga affärsmodell är medlemsintäkter, bestående av medlemskap och kompetenspaket – idag 200 kr medlemskap och 800 kr kompetenspaket plus moms.

Föreningen tillförs också kapital från resultaten i dotterbolagen. På grund av en stagnation på marknaden för utbildningar har tillskottet varit lågt de senaste tre åren. Sedan tidigare har vi ett kapital som byggts upp genom försäljning av datakörkort.

Vid enstaka tillfällen under de senaste 15 åren har projekt fått extern finansiering från bolag och institutioner.

Trots att organisationen minskats radikalt under det senaste verksamhetsåret, är kostnaderna för central administration fortfarande höga i förhållande till intäkterna från medlemskap och kompetenspaket.

4.2. Resurser 2020

Vår önskade resursbild om fem år är en organisation tillräckligt stor för att hantera medlemsadministration, ekonomifunktion, nationella värdeerbjudanden, åtaganden i projekt och samtidigt ha förmågan att proaktivt och kontinuerligt vidareutveckla verksamhet och erbjudanden.

För detta krävs både att **vi når målen 2020** för vår **position** vad gäller antal medlemmar och för våra **värdeerbjudanden** inklusive nya tillväxtmotorer i form av nya erbjudanden, aktiviteter och affärsmodeller.

Eftersom den lokala närvaron är en kritisk framgångsfaktor bör vi ha fastställd plan för hur kapital som byggs upp på den nationella nivån används för att stärka lokala aktiviteter.

4.3. Mål för resurser 2016

Under det kommande verksamhetsåret behöver vi skapa minst en ny, helst två nya, tillväxtmotorer med egna affärsmodeller. Typiska kandidater är auktorisationer, arbetsgrupper, digital labb och vidareutvecklade premiumnätverk. Ytterligare ett mål är att få in en extern finansiering av en grupp eller ett projekt.

Vi behöver säkerställa finansiering av en verkställande ledning som kan driva förändringsarbetet i mål. Det kan antingen vara en arbetande ordförande som också är förändringsledare (det upplägg vi har idag) eller en verkställande föreningsdirektör som en roll skild från ordföranderollen. På sikt är den senare att föredra och bör introduceras när det större förändringsarbetet är avslutat.

Under verksamhetsåret behöver vi vidta åtgärder för att ytterligare minska kostnaderna för central administration. Två utredningar startar under Q2 för att utvärdera alternativa lösningar som till exempel outsourcing och förändrade processer.