

4*

Vekststrategi 2024 - 2030

4H Norge



Innhold

OM VEKSTSTRATEGIEN	3
MEDLEMSVEKST	5
Ordforklaring	5
Hvorfor vekst?	7
Kriterier for vekst	9
STATUS MEDLEMSUTVIKLING	11
Historisk medlemsutvikling	11
Tentativ medlemsutvikling	12
Klubb tall og klubbdekning	13
MÅL OG RETNING	14
Vekstambisjon	14
Overordna mål	14
Delmål	15
Strategisk valg	15
Retning	16

Utgitt: 2024

Fotokredit: 4H Norge/Sarah Hvidsten Kristiansen - unntatt følgende foto:
side 5: Sjoa Rafting v/Jakub Stanek | side 6 + 10: 4H-fylke| side14:
4H-klubb | side 4 + 16: Vertsfamilie/reiseleder.

Om vekststrategien

Innhold

Vekststrategien beskriver hvilke ambisjoner og mål 4H Norge har når det gjelder vekst, samt hvilken retning organisasjonen skal gå for å nå målene.

Hensikt

Hensikten med vekststrategien er å skape medlemsvekst gjennom å jobbe målrettet og strategisk, altså å definere mål for hvor vi vil og legge en plan for hvordan vi skal komme dit.

Gyldighet

Vekststrategien gjelder perioden 2024 – 2030. Vekststrategien med tilhørende handlingsplan er førende for alle organisasjonsledd i 4H Norge, herunder 4H-klubbene, 4H-nemdene, 4H-fylkene, 4H-gård Norge, 4H-gårder, Norske 4H-Alumner, alumnklubber og Norske IFYE-alumner.

Tillegg

Siden vekststrategien er strekker seg over syv år, utarbeides det handlingsplaner for vekstarbeid. Disse beskriver hvilke oppgaver som skal utføres og hvilke delmål som skal oppnås for perioden. Denne er å regne som vedlegg til vekststrategien.

Andre aktuelle styringsdokumenter

Vervestrategien må sees i sammenheng med 4H Norges overordnede strategi og handlingsplan, samt kommunikasjonsstrategi med tilhørende handlingsplan.

Bakgrunn

Valg av mål og retning i vervestrategien er blant annet basert på kunnskap tilegnet gjennom innsiktsarbeid gjennomført 2022.

Ansvar og myndighet

Sentralstyret vedtar vekststrategien og legger den frem for landsstyret til orientering. Generalsekretær har ansvar for å iverksette tiltakene satt i strategien. Generalsekretær har myndighet til å gjøre justeringer på de strategiske valgene for å nå målene. Ved behov for revidering, skal revidert versjon vedtas av sentralstyret. Handlingsplan for vekst utarbeides administrativt, og skal ikke vedtas.

Evaluering og måling

Medlemsvekst er sammensatt, og ofte kan man ikke fastslå årsakssammenhengen og dermed måle effekten av tiltakene som gjøres. Det skal likevel gjøres en årlig evaluering av vekstarbeidet og måle effekten av tiltakene, i den grad det lar seg gjøre. Det skal gjennomføres internt og/eller eksternt innsiktsarbeid og målinger før og etter tiltak der det er naturlig eller nødvendig for å kunne fastslå en eventuell endring. Det skal også føres statistikk over medlemsutviklingen.



Medlemsvekst

Ordforklaring

Vekst

Vekst er økning, og kan brukes om flere typer økning. I vekststrategien menes hovedsakelig økning i antall medlemmer, men også økning i antall klubber og antall deltakere på arrangement.

Medlemsvekst

Flere medlemmer enn det var 31. desember året før. Medlemsvekst innebærer både å knytte til seg nye medlemmer og å beholde eksisterende medlemmer.

Klubbvekst

Flere klubber enn det var 31. desember året før. Klubbvekst innebærer både å starte nye klubber og å beholde eksisterende klubber.

Deltakervekst

Flere deltakere sammenlignet med samme arrangement året før.





Verving

Knytte til seg nye medlemmer.

I noen tilfeller skilles verving og rekruttering. Da menes en-til-en-rekruttering av nye medlemmer, via et medlem eller andre tilknyttet organisasjonen.

Med andre ord er verving når en person knytter seg til organisasjonen etter å ha mottatt en personlig oppfordring fra et medlem eller en annen tilknyttet organisasjonen om å bli med.

Rekruttering

Knytte til seg nye medlemmer.

I noen tilfeller skilles verving og rekruttering. Da menes aktiviteter og kommunikasjon for å knytte til seg nye medlemmer, men man kommuniserer med mange, ikke bare en og ikke nødvendigvis direkte og personlig.

Beholde

Handler om å få de som allerede er medlem, til å fortsette å være medlem.

Betalende medlemmer

Medlemmer – uansett alder og medlemskategori – som har betalt medlemskontingenten for aktuelt år.

Tellende medlemmer

Medlemmer som er tellende ved offentlige tilskuddsordninger. Det vil si medlemmer som har betalt medlemskontingent for aktuelt år og som er under 26 år.

Tellende klubber

Klubber som er tellende ved offentlige tilskuddsordninger. Det vil si klubber som har minst fem medlemmer, har avholdt årsmøte og har et styre.



Hvorfor vekst?

Meningsfull fritid

Flest mulig barn og unge skal få mulighet til å få ta del i 4Hs medlemsinnhold.

Muligheter

Flere medlemmer gir flere penger, og flere penger gir flere muligheter – på alle nivå i organisasjonen.

Alle aldre

Det er fint for medlemmene å være sammen med barn og unge i alle aldre. Det viktig å sørge for at klubben har medlemmer når de eldste går over til å bli alumn.

Gøy å være mange

Det rett og slett er gøy å være mange – både i klubben, på leir, kurs og andre aktiviteter.

Opprettholde organisasjonen

Medlemstallet har sunket i mange år. For å opprettholde organisasjonen, må utviklingen snu. En stor organisasjon har større tyngde og mer gjennomslagskraft enn en liten.



Kriterier for vekst

God klubbdekning

- For at barn og unge skal bli med i 4H, må det finnes en klubb i nærheten av der de bor.

God aktivitet

- God aktivitet på klubbnivå er viktig, både for å knytte til seg nye medlemmer og å beholde eksisterende. Klubbaktivitet er hovedinnholdet i medlemskapet og først og fremst det medlemmene melder seg inn for å være med på.

- God aktivitet på fylkesnivå og nasjonalt er en viktig faktor for å beholde medlemmer.

God synliggjøring

- For at flere barn og unge skal velge å bli med i 4H, er det essensielt at de vet at 4H eksisterer og hva 4H er.
- I tillegg er det viktig at organisasjonen har et godt omdømme.



God medlemservice og -system

- Det må være enkelt å bli medlem, eksempelvis ved å ha enkelt og lett tilgjengelig innmeldingssystem.
- Det må være enkelt å være medlem, eksempelvis ved å ha brukervennlige system for kontingentbetaling, påmelding, prosjektarbeid osv.

God vervekultur

- Rekruttering må være en naturlig del av organisasjonsarbeidet, i tillegg til perioder med ekstra fokus på å knytte til seg nye medlemmer (vervekampanjer).

God drift

- For at det skal være mulig å drive med vekstarbeid, må det være en stabil og god drift av organisasjonen – i alle ledd.

- Spesielt må det legges til rette for at det er ukomplisert å drive klubb, slik at frivilligressurser forvaltes på en best mulig måte.
- Det må være god medlemservice – i alle ledd.
- Nye medlemmer må tas godt imot.

God kompetanse

- Det må være god kjennskap til årsakene til at barn og unge blir med i 4H.
- Det må være god kjennskap til årsakene til at medlemmer slutter.
- Ansatte må ha god kunnskap om organisasjonsarbeid, markedsføring og klubbstart.
- Ansatte og tillitsvalgte må være orientert om medlemsutvikling, samt ha et aktivt og bevisst forhold til vekststrategien, tilhørende handlingsplan og vekstarbeid generelt.

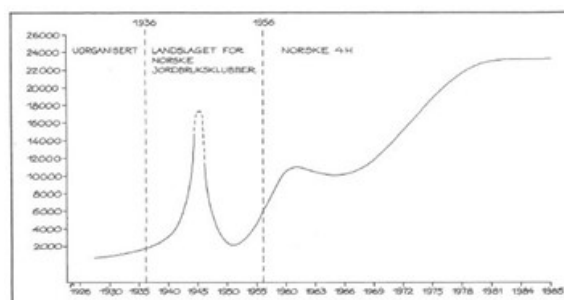


Status medlemsutvikling

Historisk medlemsutvikling

1936 – 1950:

Organisasjonen stiftes i 1936 og har omtrent 2000 medlemmer. Mange ville være med i 4H under krigen, og i 1944 var det 17 000 medlemmer.

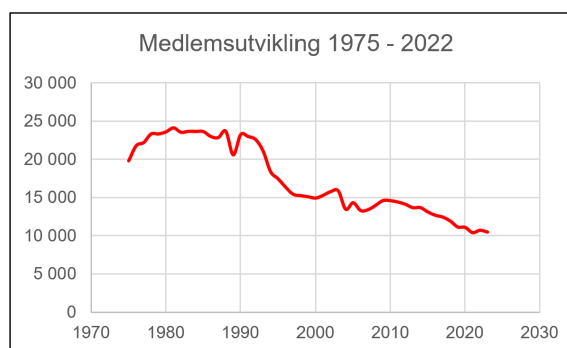


1950 – 1960:

Etter krigen gikk medlemstallet kraftig tilbake. De neste årene var det en betydelig økning, og rundt 1960 var det i underkant av 11 000 medlemmer.

1960 – 1985:

Etter en liten nedgang, steg medlemstallet jevnt og trutt de neste 25 årene. I 1985 toppet medlemstallet seg med 25 500 medlemmer.

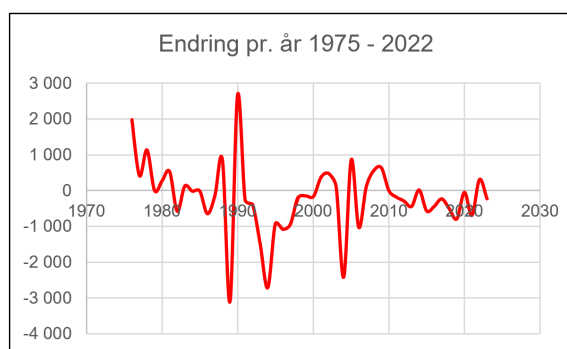


1985 – 2000:

Etter suksessen, snudde trenden i negativ retning. I løpet av 15 år sank medlemstallet med 7 500 medlemmer. Organisasjonen møtte 2000-tallet med 18 000 medlemmer.

2000 – 2023:

Også i denne perioden synker medlemstallet med 7 500 personer. 2023 avsluttes med ca. 10 500 medlemmer.



Medlemsutvikling 2020 – 2023

2020:

Høsten 2019 økte 4H Norge fokuset på arbeidet med medlemsvekst. Frem til det ble innført restriksjoner grunnet pandemien i mars 2020, var det flere innmeldinger og færre utmeldinger, sammenlignet med de tre foregående årene.

Med begrenset aktivitet grunnet restriksjoner, ente 2020 med en medlemsnedgang på 619 medlemmer.

2021:

Restriksjoner grunnet pandemien preget året. Medlemsnedgang i en slik situasjon er naturlig, men det ble jobbet med tiltak for å begrense frafallet.

Året endte med nedgang på 693 medlemmer.

2022:

Også dette året ble preget av restriksjoner grunnet pandemi, men i løpet av året ble restriksjonen opphevet. Det ble jobbet aktiv med å få i gang normal 4H-aktivitet igjen.

Året endte med en medlemsvekst på 308 medlemmer. Dette var første medlemsvekst siden 2009.

2023:

Første hele år uten restriksjoner etter pandemien. Aktiviteten har normalisert seg, men det er f.eks. betydelig færre deltakere på storleir enn før pandemien.

Året endte med 10 502 medlemmer.

Utvikling:

De sisten 40 årene har det vært en nedgang på 56 prosent. De siste ti årene har det vært en nedgang på 23 prosent og de siste fem år har det vært en nedgang på seks prosent.

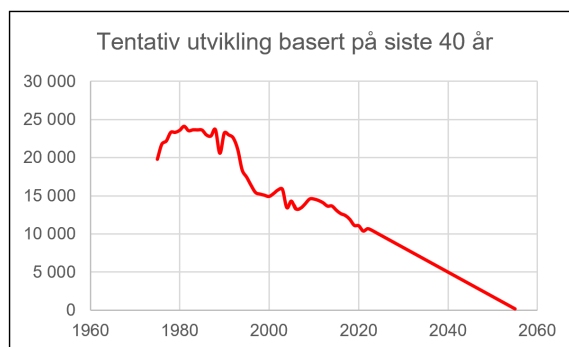
I snitt har det vært en nedgang på 321 medlemmer pr. år de siste 40 årene. Tilsvarende for de siste fem årene, er 291.

Det vil altså si at selv om trenden er medlemsnedgang, har organisasjonen lyktes med å redusere nedgangen noe.



Tentativ medlemsutvikling

Gjennomsnittlig har medlemstallet blitt redusert med 321 medlemmer pr. år de siste 40 årene. Dersom denne utviklingen fortsetter, vil det ikke være mulig å opprettholde organisasjonen.



Klubbteall og klubbdekning

Status:

Ved inngangen til strategiperioden er det 467 klubber.

Utvikling:

Da medlemstallet toppet seg midt på 1980-tallet, var det 878 klubber. For ti år siden, i 2014, var det 611 klubber. Det har altså vært en nedgang på 144 klubber de siste ti årene.

Klubbdekning:

Det er klubber i alle fylker og i 202 av landets 357 kommuner.



Mål og retning

Vekstambisjon

- 1) Alle barn og unge i distriktene har 4H-klubb i sitt lokalmiljø.
- 2) Alle barn og unge i distriktene kjenner til 4H.
- 3) 4H er en av de fem mest selvsagte og attraktive fritidsaktivitetene for barn og unge i distriktene.
- 4) 4H har klubber for barn og unge bosatt i byområdene i de fem største byene.
- 5) 4H-gårdene er kraftsentre for 4H-aktivitet.

Formål:

4H skal utvikle en aktiv og samfunnsengasjert ungdom med ansvarsfølelse og respekt for natur og menneske. Grunnlaget for organisasjonens arbeid finnes i naturbruksnæringene og lokalmiljøet. 4H Norges målsetting uttrykkes gjennom 4H-løftet.

Overordna mål

- 1) 15 000 medlemmer
- 2) 600 aktive klubber
- 3) 1 500 deltakere på landsleir
- 4) Klubber i alle kommuner





Delmål medlemsutvikling

2024:	10 700 medlemmer
2025:	11 000 medlemmer
2026:	11 500 medlemmer
2027:	12 000 medlemmer
2028:	13 000 medlemmer
2029:	14 000 medlemmer
2030:	15 000 medlemmer

Delmål klubb utvikling

2024:	482 klubber
2025:	500 klubber
2026:	520 klubber
2027:	540 klubber
2028:	560 klubber
2029:	580 klubber
2030:	600 klubber

Strategisk valg

Hovedsatsningen for å nå målet er proaktiv klubbstart!

Retning

1. Klubbdekning

- 1.1. Ansatte skal jobbe proaktivt med klubbstart.
- 1.2. Ansatte skal ha god kunnskap om klubbstart.
- 1.3. 4H skal ha et godt opplegg for klubbstart for frivillige, herunder materiell, veiledning og økonomisk starthjelp.

2. Aktivitet

- 2.1. 4H skal ha attraktive aktiviteter lokalt – som tiltrekker seg nye medlemmer og bidrar til å beholde eksisterende medlemmer.
- 2.2. 4H skal ha attraktive aktiviteter regionalt og nasjonalt - som bidrar til å beholde medlemmer.



- 3. Medlemsservice og -system**
- 3.1. 4H skal ha få og enkle medlemskategorier som dekker de målgruppene organisasjonen velger å ha et tilbud til.
- 3.2. Det skal vurderes om nedre aldersgrense for ordinært medlemskap skal endres til den høsten man starter på barneskolen.
- 3.3. Det skal være enkelt å bli medlem i 4H, herunder innmeldingssystem som er enkelt, raskt og brukervennlig for brukeren.
- 3.4. Det skal være ukomplisert å være medlem, eksempelvis ved å ha enkle, raske og brukervennlige system for kontingentbetaling, påmelding, 4H-løpet osv.
- 3.5. Nye medlemmer skal tas godt imot.
- 3.6. Det skal være generelt god medlemservice i alle ledd.
- 4. Synliggjøring***
**Synliggjøring omtales nærmere i kommunikasjonsstrategi og tilhørende handlingsplan.*
- 4.1. 4H skal ha godt informasjons-/vervemateriell.
- 4.2. Folk utenfor organisasjon skal få kjennskap til og bli nysgjerrige på 4H.
- 4.3. 4H skal være synlig i mediebildet og i digitale kanaler på en måte som bidrar til å bygge ønsket omdømme og innmelding.



5. Kultur

- 5.1. Rekruttering av nye medlemmer skal være en selvsagt del av organisasjonsarbeidet.
- 5.2. Rekruttering av nye medlemmer skal være en selvsagt del av arbeidet med arrangement som f.eks. landsleir.
- 5.3. 4H skal være åpent for alle uavhengig av f.eks. kjønn, etnisitet, legning og funksjonsnivå.

6. Drift

- 6.1. 4H skal ha en god og stabil drift, for å kunne fokusere på vekstarbeid, samt gjøre nødvendige prioriteringer for å ha tilstrekkelig ressurser til arbeid med vekst.
- 6.2. Frivilligressurser skal forvaltes på en best mulig måte, ved at det skal legges best mulig til rette for en effektiv og ukomplisert klubbdrift.

7. Kompetanse

- 7.1. 4Hs ansatte skal ha god kompetanse innen organisasjonsarbeid, medlemspleie og klubbstart, og til dels markedsføring.
- 7.2. 4Hs ansatte, samt styremedlemmer nasjonalt og i fylkeslag, skal kjenne til og ha et aktivt forhold til utviklingen i medlems- og klubbttall.
- 7.3. 4H skal gjennomføre medlemsundersøkelser som blant annet kartlegger utvikling i medlemmers tilfredshet.
- 7.4. 4H skal kontinuerlig samle data om utmeldingsårsak.
- 7.5. 4H skal kjenne til hvordan nye medlemmer rekrutteres og innmeldingsårsaker.



4[✿]

4h.no