

# LATHUND

## för planeringsverktyget

Hyresgästföreningen är en fantastisk organisation med många medlemmar och förtroendevalda. När vi alla bidrar kommer det bli en fantastisk kampanjvecka där vi fokuserar på gemenskap, att värva och engagera medlemmar. För att vi ska kunna genomföra en bra kampanjvecka tillsammans, där allas insats gör skillnad, kommer planeringen vara avgörande.

Kampanjgruppen har tagit fram två spännande koncept med aktiviteter som vi hoppas ska engagera både lokala hyresgästföreningar och föreningar. Vi fortsätter att fokusera på vårt viktiga 22-mål, där vi vill engagera ännu fler hyresgäster, samtidigt som vi vill sprida kunskapen om vilka vi är och vad vi står för.

**Under vecka 41 lägger vi extra krut på 2 områden:** **Förhandling** och **Trygghet**

### PLANERINGSVERKTYGETS UPPLÄGG

#### Steg 1 – vilka mål har ni?

För att kunna bestämma aktivitet behöver ni först avgöra vad det är ni vill uppnå. Under vecka 41 kommer regionen satsa på att engagera husombud och förhandlingsdelegater genom antingen Bomöten eller Trygghetsronder. Hur ska och bör ni gå tillväga för att göra det lokalt?

Passar inte regionens satsning hos er i ert föreningsområde eller har ni andra spännande aktiviteter på gång? Skicka in det till oss ändå via Planeringsverktyget, så vi kan ge er rätt stöd under kampanjvecko-perioden.

#### Tankar att ta med er inför planeringen:

- Involvera era folkrörelseutvecklare och förhandlare under planeringen. Vi gör detta ihop!
- I vilket/vilka områden behöver ni fler husombud eller förhandlingsdelegater?
- Finns det områden där en trygghetsrund eller bomöte skulle vara extra viktigt att genomföra?
- Vilken typ av stöd önskar ni från personalen och hur kan ni använda de extra resurserna på bästa sätt för att aktiviteten ska bli bra/nå era mål?

#### Steg 2 – bestäm aktiviteter

Det är ni förtroendevalda som planerar aktiviteterna. Tillsammans er folkrörelseutvecklare väljer ni ut ett eller flera områden ni vill prioritera under kampanjveckan. Självklart får ni anordna fler aktiviteter än så men det material som kampanjgruppen tar fram är främst till för era prioriterade aktiviteter.

När ni vet vilket ert prioriterade område är och om det är husombud eller förhandlingsdelegater ni vill rikta in er på, sätt ert lokala mål. Det kan ni göra tillsammans förening och LH så blir det för hela föreningsområdet. Det blir också ett ypperligt tillfälle att planera aktiviteterna tillsammans!



**Exempel:** Okej, låt säga att ni vill engagera 5 nya delegater i Knäckebrödhult. Då kanske en ringinsats till medlemmar kan vara ett sätt? Eller att bjuda in hyresgäster i ett oorganiserat område till ett bomöte för att prata förhandling?

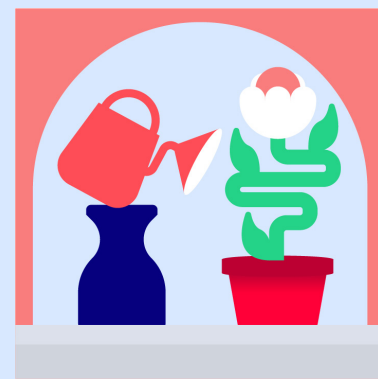
**Frågeställning:** Vad behöver vi göra innan dess och för att lyckas med aktiviteten?



**Tips:** På vår regionala hemsida finns en sida helt tillägnad kampanjveckorna, med aktiviteter, tips och material som är till för förtroendevalda & anställda.

#### Nu är det dags att ta fram planeringsverktyget!

Planeringsverktyget är till för att vi ska veta vilket stöd ni behöver, föreningarna får en överblick över sina aktiviteter och vi kan marknadsföra dessa på hemsidan och i sociala medier. Det blir också enklare när vi utvärderar kampanjveckorna.



#### Detta frågar vi efter i planeringsverktyget:

Utse en person som blir engagemangsansvarig. En person som kan sköta kommunikationen med kampanjgruppen inför och under era aktiviteter.

**Inför/förberedande:** Vad för aktiviteter planerar ni genomföra inför kampanjveckan? Ska ni exempelvis affischera, marknadsföra eller kanske bjuda in via telefon? Viktigt är att vi vet vilket datum, tid, plats och en beskrivning/upplägg. Om något händer eller några fler, t ex personal, vill delta på en aktivitet är det viktigt att vi har kontaktuppgifter till en ansvarig på plats.

**Tips:** Häng på de digitala träffarna som Bosse och Marie från regionstyrelsen håller i. Där kan ni bolla idéer & tankar inför kampanjveckan.



**Huvudaktivitet:** Vad för aktiviteter planerar ni genomföra under kampanjveckan? Ska ni exempelvis ha Trygghetsrond som avrundas med en pizzakväll, träffa politiker eller ha ett Bomöte? Viktigt är att vi vet vilket datum, tid, plats och en beskrivning/upplägg. Om något händer eller några fler vill delta på en aktivitet är det viktigt att vi har kontaktuppgifter till en ansvarig på plats.

**Uppföljning:** Vad för aktiviteter planerar ni genomföra efter kampanjveckan? Ska ni exempelvis bjuda in intresserade medlemmar, sammanställa vad ni fick med er från Trygghetsronden eller bilda en arbetsgrupp? Viktigt är att vi vet vilket datum, tid, plats och en beskrivning/upplägg. Om något händer eller några fler vill delta på en aktivitet är det viktigt att vi har kontaktuppgifter till en ansvarig på plats.

### Steg 3 – genomföra aktiviteter

Vecka 40, 41 & 42 genomför vi våra planerade aktiviteter. Vi engagerar hyresgäster runt om i region Sydost, förtroendevalda tillsammans med personal och vi gör det tillsammans! Vi hjälps åt och vi klappar oss själva på axeln: genom insatser som dessa stärker vi hyresgästernas inflytande och möjlighet till ett tryggt boende där människor och samhälle utvecklas.



### Steg 4 – utvärdera aktiviteter

Någon gång under vecka 44 kommer vi att skicka ut en utvärdering till såväl förtroendevalda som till personal. Vi vill gärna att ni svarar på den, så vi kan ta med det till kampanjvecka 21 2025.



**Tips:** Boka gärna in ett möte där ni diskuterar och följer upp er kampanj och fyller i utvärderingen till oss i kampanjgruppen.

### Deadline för planeringen 23 september!

När ni planerat klart skickar ni in ert underlag till kampanjgruppen, helst genom att fylla i enkäten, scanna QR-koden här eller Word-formuläret per mail till: [gabriella.sjoberg@hyresgastforeningen.se](mailto:gabriella.sjoberg@hyresgastforeningen.se).



### VAD SERVAR KAMPANJGRUPPEN MED?

#### Tryckt material

- Broschyr "Bli medlem"
- Broschyr "Bli husombud"
- Broschyr "Bli förhandlingsdelegat"
- Affischer
- Vykort

Materialet kommer delas upp föreningsvis och till de LH:na som angett att de ska genomföra en Trygghetsrond. Personal från ert kontor meddelar när det finns på plats.

#### Personalstöd

Det är viktigt att rätt person är på rätt plats! Men också att alla vi som deltar på aktiviteterna vet vad som förväntas av oss. Utifrån er planering för era prioriterade aktiviteter kommer kampanjgruppen att fördela extra personal som kan hjälpa er inför, under eller efter kampanjveckan.

#### Söka pengar

Regionstyrelsen vill stötta lokala aktiviteter, där föreningar som vill göra något extra/annorlunda för att engagera nya. Ni kan ansöka om medel från kampanjgruppen, vilka i dialog med regionstyrelsen tar beslut. För att vi ska kunna bevilja er ansökan, krävs att ni skickar in i god tid och att ni beskriver tydligt vad det är ni tänkt göra och vilka ökade kostnader det medför.

#### Give aways

Kampanjgruppen kommer inte bekosta Give Aways. Vill ni beställa sådant kan ni göra det från Hyresgästföreningens webbutik.

#### Ni ÄR ALLA GULDSTJÄRNOR!

Vi vill passa på och tacka er för ert engagemang inför, under och efter kampanjveckorna!



**Senast nådde vi vårt uppsatta mål & lite till med hela 43 nya förtroendevalda.** Det hade aldrig gått om vi inte gjort detta tillsammans - nu kör vi!

# KAMPANJVECKA 41

## Vecka 34



### FÖRHANDSTITT

Informationsmail till personal & förtroendevalda. Digitala kampanjsidan redo.

## Vecka 34



### LANSERING

Presentation av höstkampanjen på föreningsdialogerna.

## Vecka 34 - 38



### PLANERING I FÖRENINGARNA

Dags att planera för fulla muggar! Föreningsstyrelser & LH:na tillsammans.

## Vecka 39



### DAGS ATT SKICKA IN!

Planeringen ska vara inskickad och ni har synkat med personalen på ert kontor.

## Vecka 39 - 40



### FÖRBEREDANDE AKTIVITETER

Vi marknadsför, bjuder in, vässar budskapen & peppar! Vi har allt redo & på plats.

## Vecka 41



### HUVUDAKTIVITETER

Nationella kampanjveckan. Vi fokuserar på gemenskap, att värva & engagera flera!

## Vecka 42 - 43



### EFTERFÖLJANDE AKTIVITETER

Vi ska fånga upp nya medlemmar & engagemang vi fått. Utvärderar lokalt.

## Vecka 44 - 49



### UTVÄRDERING

Kampanjgruppen samlar in era utvärderingar & sammanställer året.

VI FIRAR ATT VI  
NÅTT VÅRA  
UPPSATTA MÅL!



### KAMPANJGRUPPEN

Kampanjledare:

Josefin Dejler, Kommunikatör

Gabriella Sjöberg, Bostadspolitisk samordnare

Arbetsgrupp:

Marie Hellquist, Regionstyrelsen

Bo Karlsson, Regionstyrelsen

Jenny Fänge, Medlemsutveckling