

## DEL 6

---

# Fortsatt process för nytt förbundsnamn



## KONGRESSHANDLINGAR

---

- Del 1** Dagordning och arbetsordning
- Del 2** Ekonomisk ersättning med mera till kongressens ombud
- Del 3** Ekonomiska ersättningar, arvoden samt etiskt förhållningssätt inom förbundet
- Del 4** Vision och verksamhetsinriktning 2017-2020
- Del 5** Motioner och styrelsens yttranden
- Del 6** Fortsatt process för nytt förbundsnamn
- Del 7** Det lönepolitiska arbetet under kongressperioden 2017-2020
- Del 8** Valberedningens förslag (kommer den 2 maj 2016)
- Del 9** Deltagarförteckning (kommer senare när ombud och gäster är klara)

## RAPPORTER

---

- Rapport 1** Infrastrukturprogram
- Rapport 2** Ekonomin i förbundet – avdelningar och anslagen
- Rapport 3** Remissammanställning "Verksamhetsinriktning 2017-2020"

## Innehållsförteckning

Förbundsstyrelsens förslag till kongressbeslut .....	4
STs varumärke – utveckling av namn och profil .....	5
Motivering till kongressens beslut.....	5
Redovisning vad som har gjorts i ärendet .....	6
Fortsatt hantering .....	7

## Förbundsstyrelsens förslag till kongressbeslut

**att** fortsätta bereda ett namn- och profilbyte samt utveckling av STs varumärke, för att återkomma med ett förslag till nytt namn och profil.

# STs varumärke – utveckling av namn och profil

Förbundsstyrelsen har beslutat sig för, att gå in i ett aktivt varumärkesarbete i syfte att eventuellt byta namn och profil.

Anledningen till detta är en längre tids diskussion om STs framtid och utveckling, baserat på fakta och statistik om förbundet: Medlemsantal fördelat i landet och per arbetsplats, anslutningsgrad, marknadspotential, STs ekonomi och resurstilldelning, medlems- och förtroendevaldaundersökningar, undersökningar om kännedom varumärket och behov och förväntningar hos potentiella medlemmar och andra intressenter.

Under kongressperioden har ST vänt den negativa medlemsutvecklingen och ökar i antal nya medlemmar och i det totala medlemsantalet. För att fortsätta vara ett intressant alternativ för fler, måste kännedomen om förbundet öka. Satsningar har gjorts för att öka synligheten på STs arbetsplatser, att utveckla kommunikationskanaler och kommunikationssätt med medlemmar och potentiella. Det börjar även ge resultat och NMI, Nöjd medlem index har ökat under kongressperioden med flera procent. ST har idag ett tydligare kommunikationskoncept, men mer finns att göra.

Det största skälet till ett namnbyte är inte för att öka kännedomen om ST i sig. Det kan och bör göras ändå genom andra kommunikationsinsatser. Det största vägande skälet är att namnet inte fungerar, vare sig tekniskt eller kommunikativt.

Förbundets varumärke: namn och logotyp ska signalera vad vi vill associeras med i det vi är och gör. Det ska vara unikt för oss och det ska inte förknippas med något vi anser är negativt.

Med ett namnbyte, en ny vision och nya mål kan förbundet också få en hävstång. När det är uttalat vad vi längtar och strävar till, både underlättar och förpliktigar det att få kraften i de dagliga fackliga aktiviteterna.

## Motivering till kongressens beslut

- Manifestera att vi vill utvecklas och attrahera ännu fler nya medlemmar.
- Öka kännedomen om ST. Den är låg bland potentiella medlemmar och allmänhet, det vill säga om vilka vi är och vad vi gör. Det kopplat till ett namn som gemene man inte förstår, försvårar arbetet med att öka kännedomen om förbundet.
- Namnet fungerar inte kommunikativt med en förkortning. Förtydligande förklaring måste oftast ges i form av ”fackförbundet ST”, ”facket ST som organiserar medlemmar inom myndigheter, verk, universitet och högskola samt bolag”.
- ST har inte möjlighet till en egen .se-adress för digitala kanaler, då den redan är upptagen. Företag och Sundsvalls tidning har samma förkortning.
- Alltför näraliggande koppling i namnförkortningar till det politiska partiet Sverigedemokraterna, SD, som förbundet absolut inte vill förknippas med.

## **Redovisning vad som har gjorts i ärendet**

Förbundsstämman i maj 2015: Avsiktsförklaring av Britta Lejon, STs förbundsordförande, redovisning av fakta och statistik, extern moderatorledd panel, som gav sina medskick inför beslut och utveckling av STs verksamhet, grupparbeten om STs kommande vision, ord för värderingar och målområden.

**Framtidsträffar med förtroendevalda** hölls i alla regioner hösten 2015, som leddes tillsammans av ledamöter i förbundsstyrelsen och ombudsmän från kansliet. Träffarna behandlade också STs kommande vision, områden för mål och värderingar.

## **Diskussionsunderlag avdelningsstyrelser**

Ett arbetshäfte med diskussionsunderlag skickades ut till STs avdelningar om vision, områden mål och värderingar.

## **FramtidensST.se**

En kampanjsajt sattes upp och spreds i digitala kanaler, för att medlemmar och andra intresserade skulle kunna lämna sina förslag också till kommande vision, vad förbundet ska vara och göra, målområden och om förbundet ska byta namn eller inte.

## **Beredning i förbundsstyrelsen varumärkets delar under innevarande kongressperiod:**

Följande delar i ett varumärke har beretts i förbundsstyrelsen genom grupparbeten, diskussioner och beslut: Vision, värderingar, önskad position, kännetecknen, profilfråga, prioriterade målgrupper och kommunikationskanaler.

## **Ordförandekonferensen**

På ordförandekonferensen i november 2015 gavs en sammanfattning av de förslag som kommit fram på förbundsstämman och i de andra forumen för delaktighet och påverkan. I grupparbeten fick deltagarna trätta ned förslagen ytterligare och ge sina medskick till förbundsstyrelsens fortsatta beslut och underlag till Framtidskongressen.

## Fortsatt hantering

Om kongressen ger förbundsstyrelsen i uppdrag, att fortsätta bereda ett nytt namn kommer detta att ske:

- Namnprocess med urval och rekommendationer till nytt namn utifrån faktaunderlag och affärsrekommendationer
- Juridisk prövning och vägledning
- Varumärkesansökan och registrering av nytt namn med tillhörande domänregistreringar
- Förberedelse för lansering och omskytning av ST (webb och andra kanaler, profil- och synlighetsmaterial, information och marknadsföring)
- Formellt beslut om nytt namn och profil på en extra kongress i samband med en ordförandekonferens med förslag till stadgeändring. Då sker även lansering internt och externt.

