

Undersökning av den upplevda medlemskommunikationen

En enkät har skickats ut hösten 2017 via mejl till alla medlemmar (3022 personer) och lades upp på Klick. 233 personer (8 procent) svarade på den.

När det kommer till vilka kanaler som används idag visar det sig att 146 personer (62 procent) aldrig använder intranätet Klick i nuläget. Den mest frekvent använda kanalen för att ta del av medlemsinformation är nyhetsbrev. Det använder knappt hälften någon gång i månaden.

Facebook är den vanligaste kanalen för att ta del av information någon gång i veckan. Nyhetsbrev, mejl och hemsidan är den vanligaste kanalen för att ta del av information någon gång i månaden.

Bland övriga kanaler nämndes andra Facebookgrupper, telefonsamtal och sms.

Det man anser vara viktigast gällande kommunikation i sin roll inom RFSU är:

- ta del av expertkunskap inom sexualupplysning och politisk påverkan (75 procent)
- hitta information jag behöver i mitt engagemang/arbete (69 procent)
- ta del av nyheter om RFSU (61 procent)
- diskutera med andra inom RFSU (33 procent)
- dela med sig av egna tips och erfarenheter (16 procent)
- engagera nya medlemmar/aktivister (15 procent).

När det kommer till frågan om vilken information man är mest intresserad av blir svaren:

- Omvärldshändelser inom sexualpolitik i Sverige och internationellt (79 procent)
- Nyheter om vad som händer inom RFSU i Sverige (78 procent)
- Nyheter om vad som händer inom RFSU internationellt (57 procent)
- Det som rör min lokalförening eller mitt nätverk (48 procent)
- Hur jag kan engagera mig som medlem (40 procent)

På frågan vem man har störst behov att kommunicera med säger 48 procent andra medlemmar inom RFSU och 40 procent den egna lokalföreningens styrelse. Därefter kommer medlemmar inom den egna lokalföreningen (37 procent) och anställda på förbundskansliet (30 procent).

På frågan vad som ska ersätta intranätet Klick svarar 44 procent särskilda medlemssidor på rfsu.se som kräver inloggning och 38 procent särskilda medlemssidor på rfsu.se som är öppna. (Observera att man har kunnat svara på flera alternativ. 24 personer har svarat på båda dessa alternativ.)

37 procent svarar en särskild Facebookgrupp för alla medlemmar medan 32 procent skulle vilja ha en tryckt medlemstidning eller särskilda medlemssidor i Ottar.

Bland de övriga svaren finns Workplace, ett bättre intranät, "Klick går aldrig att ersätta", en podd med interna nyheter, en rfsu-app och frekventare nyhetsbrev. Flera personer nämner vikten av ett medlemsgemensamt diskussionsforum samt möjligheten att nå information via mobilen.