

Konsekvensanalys av ett eventuellt namnbyte

Bakgrund

Förbundsstyrelsen har konstaterat att frågan om SV:s namn är ett ständigt återkommande tema, nu förstärkt av kännedomsundersökningens resultat. Styrelsen önskade därför i oktober en förutsättningslös genomlysning av namnfrågan med ambitionen att landa i ett resultat som kan finna varaktig uppslutning i organisationen, oavsett om det innebär ett byte av namn eller inte. Denna konsekvensanalys är ett första steg i detta arbete.

Studieförbundet Vuxenskolan då och nu

SV:s historia: "Samarbetsdelegationen presenterade i september 1966 ett detaljerat förslag till hur sammanslagningen skulle gå till. Nu hade det nya förbundet också fått ett namn: Studieförbundet Vuxenskolan. **Det signalerade en tydlig ambition att förbundet ville spela en viktig roll i den utbyggnad av vuxenundervisningen som planerades från statsmakternas sida.** Från början hade delegationen tänkt sig att förbundet bara skulle heta Vuxenskolan. Då skulle man lokalt kunna kalla sig "Vuxenskolan i Ystad", "Vuxenskolan i Haparanda" etcetera. Men Skolöverstyrelsen hade hävdat att det av namnet måste framgå att det rörde sig om ett studieförbund."

Vad är vår ambition idag, vilken roll ska vi spela i dagens samhälle? Här nedan följer några formuleringar som finns i våra strategiska dokument som beskriver Studieförbundet Vuxenskolan idag:

- *"Studieförbundet Vuxenskolan är fria tankars hem, vi ger plats för nytänkande" (Idéprogrammet)*
- *"Studieförbundet Vuxenskolan är den mest pådrivande lokala kraften för utveckling av föreningsliv och kultur. Det bygger ett demokratiskt och hållbart samhälle." (SV:s vision)*
- *"SVs övergripande mål är att nå många människor. Vår folkbildningspedagogik ger människor verktyg att växa genom kunskap, insikt och delaktighet. Vår värdegrund utgår från individens rättigheter och skyldigheter att som aktiv medborgare ta ansvar för en samhällsutveckling som stärker den liberala demokratin." (SV:s strategiska plan)*

Kännedomsundersökningar från 2015 och 2019

Kännedomsundersökningen från 2019 visar att något färre känner till Studieförbundet Vuxenskolan jämfört med föregående mätning som gjordes 2015.

- 67 procent av samtliga respondenter uppger att de känner till SV (70 procent, 2015).
- 8 procent har svarat att de hört talas om SV (4 procent, 2015).

- En fjärdedel av respondenterna har inte hört talas om SV.

I en helt öppen fråga om vilka studieförbund man känner till nämner 20 procent SV. Det är fortsatt endast ABF som nämns mer frekvent i denna fråga.

Andelen som anser att de har god uppfattning om SV:s verksamhet har ökat medan de som inte har någon uppfattning har minskat.

- 11 procent (7 procent, 2015) anser att de har god uppfattning om SV:s verksamhet.
- 26 procent anser att de inte har någon uppfattning om SV:s verksamhet (31 procent, 2015).

Dubbelt så många anser att SV är bättre jämfört med andra studieförbund.

- Av de 633 respondenter som anser att de har god eller viss uppfattning om SV:s verksamhet så är det 14 procent som anser att SV är bättre jämfört med andra studieförbund (7 procent, 2015).

Vilka associationer får du när du hör Studieförbundet Vuxenskolan? (år 2019)

1. Svarande med positiva associationer



2. Svarande med neutrala associationer



3. Svarande med negativa associationer



Erfarenheter från andra organisationer som har genomgått ett namnbyte

Det kan finnas olika anledningar varför man väljer att byta namn, det kan handla om att nå nya grupper, uppdatera sin profil, vitalisera organisationen eller stärka sin identitet. Det är vanligt att företag, partier, demokratiska organisationer byter namn. För vissa tar det några månader, för andra krävs det många år av förankringsarbete.

Bilda

Ett studieförbund som har gått igenom ett namnbyte är Bilda, tidigare Frikyrkliga studieförbundet. Deras resa började redan 1999 när en motion från en medlemsorganisation kom in och uppmanade till ett namnbyte. Fyra år senare hade de bytt namn, fått nya gemensamma strategier och en tydligare identitet som de flesta kände sig hemma i. De viktigaste lärdomarna från deras resa är att förankring är a och o, att man måste skynda

långsamt, samt att hela tiden återkomma till frågan ”vilka vi är”. Under de fyra åren genomförde de ett omfattande identitetsarbete som förankrades grundligt i organisationen.

Det som underlättade processen för Bilda var att frågan om namnbyte kom från medlemsorganisationer, det fanns en tydlig majoritet bland ombuden samt en positiv inställning bland anställda. Bilda är ett lite mindre studieförbund, vilket bidrog till att man kunde ha en gedigen förankringsprocess i flera steg under längre tid.

Än idag är det svårt att säga om namnbytet har lett till fler nya deltagare, men man har sett positiva trender, samt att den gemensamma identiteten och en Vi-känsla har förstärkts.

Liberalerna

Att politiska partier byter och justerar sina namn är inte heller ovanligt. År 2015 genomförde Liberalerna ett namnbyte med fokus på att stärka och fördjupa sin identitet, även där fanns en tydlig majoritet bland medlemmarna. Dock pågick en förankringsprocess i flera år innan själva namnbytet ägde rum. Man såg namnbyte som ett verktyg i deras fortsatta förändringsarbete. Man insåg även att om man låter bli att byta namn så kommer man inte att kunna leva upp till sitt varumärke. Ett namnbyte bör alltid kombineras med ett långsiktigt förändringsarbete och ett tydligt mål.

Liberalerna gick upp i medlemsantal och något i röster, dock är det svårt att dra slutsatsen att det berodde på namnet, men det kan ha varit en viktig del i det komplexa förnyelsearbetet man genomförde under flera års tid.

Vision

Fackförbundet SKTF bytte namn till Vision år 2011. En av anledningarna var att bokstavskombinationen SKTF - Sveriges kommunaltjänstemannaförbund - hade tappat sin betydelse, eftersom förbundet inte längre enbart organiserar kommunala tjänstemän, utan också anställda i landsting, kyrkan och privata företag. Den andra anledningen handlade om att man hade tappat många medlemmar och såg ett behov ett förändringsarbete. Namnbyte var en del av det. Med förändringen i fokus var det rätt så odramatiskt med ett namnbyte, det kunde även ses som en manifestering av det förändringsarbete som pågick. Även för Vision stod förändring och identitetsskapande i fokus och några av de viktigaste komponenterna var förankring, transparens och modig ledning.

Idag kan man konstatera att Visions förändringsarbete har lett till att medlemsantalet ökade. Det var färre som kände till Vision direkt efter namnbytet men inom ett år hade man samma kännedomssiffror som innan namnbytet. Det nya namnet och det förändringsarbete som genomfördes ledde också till att medlemmarna fick större självförtroende och bättre verktyg för att kunna rekrytera nya.

Kostnader

När Föreningssparbanken bytte namn till Swedbank budgeterades 300 MSEK för namnbytet. När Sydkraft blev E.ON kostade det 135 MSEK. Regionbildningen i Västernorrland har 6 MSEK i budget och i Västra Götaland är ca 10 MSEK avsatta.

Det finns vissa uppenbara kostnader som kan ge en ungefärlig bild av vad ett eventuellt namnbyte skulle kunna kosta för SV:

- Uppskyltning av kontor och studielokaler. Det är ingen stor kostnad för förbundskansliet – däremot för avdelningarna som sannolikt kommer att efterfråga subvention från förbundet. Man kan räkna med en subvention, vilket sannolikt inte kommer täcka de totala kostnaderna för uppskyltningsmaterial men utgöra en grundplåt för samtliga avdelningar. – ca: 3 MSEK
- IT-kostnader för att hantera system och administrativa kostnader, namnbyte diverse myndigheter, Lantmäteriet (för fastighetsägare, Bolagsverket etc.), hemsida, domän, e-postadresser etc. – ca: 1 MSEK
- Kostnader kopplat till framtagning av namn, logotype, grafisk profil, olika kontrollinstanser (tillgänglighet domän, lingvistisk kontroll andra språk etc.) - ca: 400 TSEK
- Marknadsföringskostnader på nationell nivå – helt beroende på ambition att bygga varumärket, från 1 MSEK och uppåt
- Vi räknar med att befintliga produkter såsom trycksaker, kontorsmaterial, reklamprodukter etc. fasas ut över tid och att inga ersättningsinköp utförs.

I den här analysen bortses från kostnader som uppkommer i form av arbetsinsatser internt inom organisationen, exempelvis kostnader för en arbetsgrupp att arbeta med detta, remissförfarande, förankringsprocess, egeninsatser för IT, systemägare, registervård etc. Detta är dock en betydande mängd arbete som kommer att behöva utföras och har naturligtvis en prisbild på sig. Dock är det jättesvårt idag att veta hur mycket som ryms inom ramen för ordinarie tjänsteutövning.

Några slutsatser

Innan man bestämmer sig för att inleda en process med att byta namn är det viktigt att fundera kring olika frågor, exempelvis:

- Varför ska vi byta namn?
- Vad vill vi ha för förändring?
- Kan det nya namnet leda till den önskvärda förändringen?
- Är vårt namn idag ett hinder eller en möjlighet?
- Vad vill vi uppnå med det nya namnet?

Varför väljer organisationer att byta namn:

- Man har ett negativt laddat varumärke, ex Carema
- Man vill nå nya målgrupper
- Man har genomfört stora verksamhetsförändringar, ex sammanslagning
- Man vill inta en ny position

Eventuella hinder för ett lyckat namnbyte:

- Motstånd i organisationen
- Otillräckliga resurser
- Otydligt syfte
- Brist på samsyn i frågan

Att genomföra ett namnbyte är en komplex och dyr process. Det kostar att byta namn, det finns direkt knutna kostnader till namnbytet. Men att inte byta namn som hindrar organisationens utveckling i rätt riktning har en indirekt kostnad.

Är vårt namn idag ett hinder eller en förutsättning för att uppnå våra uppsatta mål om att Studieförbundet Vuxenskolan år 2025 ger fler än 242 000 människor, i hela landet, möjlighet att utvecklas genom att nå dem med folkbildningsaktiviteter?

Ett namn ska beskriva vilka vi är och vad vi gör. Därför är det av stor vikt att ha klart en tydlig berättelse, en berättelse som förenar och samlar medlemsorganisationer, cirkelledare, anställda, förtroendevalda och deltagare. Berättelsen om Ett SV bör finnas på plats innan ett eventuellt arbete med namnbyte kommer igång. Att veta varför man vill byta namn samt att ha verktyg för ett gediget förankringsarbete är grundläggande förutsättningar för ett lyckat namnbyte.

Idag är det svårt att se en tydlig inriktning på SV:s förändringsarbete/utvecklingsarbete och varför ett namnbyte skulle behövas. Det finns flera strategiska dokument med uppsatta mål och inriktningar, dock saknas det en samlad inriktning för ett förändringsarbete där behovet av ett namnbyte skulle kunna vara en del av det. Att inledda ett omfattande arbete med att byta namn utan att ha ett tydligt och förankrat syfte kan riskera att splittra organisationen.

Sammanfattningsvis kan sägas att arbetet med konsekvensanalysen visar att inriktning och önskad förflyttning för Studieförbundet Vuxenskolan behöver förtydligas innan det går att ta ställning till om det finns anledning att byta namn. Förslagsvis görs ett arbete med att förtydliga inriktning och önskad förflyttning så att det kan manifesteras i det förslag till strategisk plan som förbundsstyrelsen lägger fram till förbundsstämman 2021.