



Motion 17

Ledarnas synlighet i debatter som berör chefsfrågor

Inlämnad av

Kost & Näring, Ledarna inom staten och Ledarna inom offentlig sektor

Bakgrund

Ledarna är Sveriges chefsorganisation som bevakar villkor och aktuella frågor för chefer. Det är därför av största vikt att Ledarna är synliga i olika sammanhang i media och andra forum när chefsfrågor diskuteras.

Motionären upplever att Ledarna under de senare åren har hamnat i skuggan av andra fackliga organisationer och inte kommit fram i den allmänna debatten överhuvudtaget. På sikt är det förödande – om man inte syns finns man inte.

Vi yrkar att kongressen beslutar

- att** Ledarna fokuserar på den offentliga debatten och har en ständig bevakning av frågor som kan vara aktuella chefsfrågor.
- att** det finns en tydlig plan med kontinuerlig och aktiv kontakt med media vilket är en absolut nödvändighet.

Motion 18

Plan för att arbeta mer utåtriktat – driva opinion

Inlämnad av

Ledarna inom privat tjänstesektor

Bakgrund

En förutsättning för Ledarnas fortsatta framtid i konkurrensen mot andra fackliga organisationer är att behålla medlemmar samt rekrytera nya medlemmar. För att uppfattas som en attraktiv konkurrent måste därför Ledarna ständigt visa vilken nytta en presumtiv medlem kan ha av ett medlemskap i Ledarna, jämfört med övriga konkurrerande fackliga organisationer som finns i dag.

En viktig del i arbetet med att visa Ledarnas attraktivitet är att driva opinion i frågor och initiera viktiga chefsfrågor, samt visa att Ledarna är en facklig organisation att räkna med när en medlem behöver kvalificerat stöd. Ledarna är och ska vara någon du kan lita på.

Vi uppfattar att Ledarna behöver stärka sin roll när det gäller att driva opinion i viktiga frågor. Vi syns sällan i sammanhang där vi kan påverka fackliga frågor eller chefens vardag. Det ska vara naturligt att Ledarna deltar i tv:s "morgonsoffor" eller syns i artiklar där chefens vardag lyfts upp. Ledarnas menar att chefen är en samhällsbärare, därför vore det en naturlighet att Ledarna även syns på arenor där samhällsdebatten ivrigt diskuteras och pågår.

Vi yrkar att kongressen beslutar

- att** proaktivt arbeta med att driva opinion i viktiga frågor, vi ska vara de som leder debatten.
- att** Ledarnas förbundsstyrelse tar fram en konkret plan för att bli mer synliga samt medverka i framtida samhällsdebatter på olika nivåer som är aktuella för Ledarnas medlemmar.
- att** Ledarnas förbundsstyrelse kontinuerligt på framtida förbundsråd samt kongress 2024 redovisar hur man arbetar och tänker arbeta för att bli än mer synliggjorda, ha en mer aktiv del i samhällsdebatten.

Motionssvar

Motion 17 och 18

Förbundsstyrelsens yttrande

Motionärerna vill att Ledarna fokuserar på den offentliga debatten genom en tydlig plan och att Ledarna arbetar proaktivt med opinionsbildningen och leder debatten.

Motionärerna lyfter centrala frågor för Ledarna. Att vara synliga i samhällsdebatten och bilda och driva opinion är en mycket viktig uppgift för förbundet. Ledarna är, och ska fortsatt vara, chefens röst i samhällsdebatten.

Ledarnas opinionsbildning är ett systematiskt arbete för att påverka beslut och samhällsdebatt i frågor som rör ledarskapets betydelse för samhällsutvecklingen. Ledarna ska driva chefernas frågor och vara deras röst i samhällsdebatten.

Det operativa ansvaret för att planera och driva opinionsbildningen på det sätt som motionärerna i motion arton beskriver det, ligger och ska ligga på Ledarnas kansli.

Ibland är det direkta syftet med en specifik opinionsaktivitet att ha inverkan på politiska beslut eller förhandlingsresultat. Men det kan också handla om att påverka vilka frågor som debatteras, hur de debatteras och vilka perspektiv som får utrymme i den offentliga diskussionen.

Ledarnas opinionsbildning och politiska påverkansarbete sker genom extern och intern kommunikation samt relations- och nätverksbyggande med opinionsbildare, beslutsfattare och andra nyckelpersoner. Det handlar om att ta fram underlag inför opinionsstrategiska beslut, att identifiera frågor och utveckla idéer som är av stor vikt för chefer och som belyser ledarskapets betydelse för samhällsutvecklingen, att identifiera arenor för opinionsbildning samt bygga och delta i strategiska nätverk.

Ledarnas opinionsbildning bör betraktas som en integrerad del av den övriga verksamheten och ska bidra till hela organisationens övergripande mål. Målet är att stärka Ledarnas position i samhällsdebatten genom att synliggöra ledarskapets värde, att öka kännedom om vad Ledarna står för samt att driva chefernas frågor i debatten. Genomslag i media är viktigt, men också trovärdighet för varumärket. Ledarnas medlemmar är kompetenta och kvalificerade, de ställer höga krav och har höga förväntningar. Därtill är bredden i medlemskåren stor vad gäller verksamhetsområden, politiska uppfattningar och partipolitiska sympatier. Opinionsbildningen ska därför vara tryggt förankrad i Ledarnas värdegrund och i det förbundspolitiska programmet.

En viktig utgångspunkt är att nå våra målgrupper med kommunikationen. Det gäller därför att kommunicera på det sätt och i den kanal som når målgruppen för en fråga bäst. Vi gör kontinuerliga analyser av hur vi får bäst effekt i en fråga. Opinionsbildningen sker därför både i traditionell media och i digitala kanaler såsom chefsblogg.se, LinkedIn, Facebook, Twitter samt ledarna.se och nyhetsbrev.

På hösten varje år tas en opinionsplan fram för nästkommande år. I den planen identifieras vilka frågor som ska prioriteras och vilka större aktiviteter som ska genomföras. Opinionsplanen följs löpande upp inom ramen för ordförandestaben som träffas varje vecka. Varje år sker en utvärdering i vilken mån opinionsplanen har genomförts och vad eventuella avvikelser beror på. På ordförandestaben görs veckovisa mediegenomgångar och de opinions- och medieaktiviteter som ska genomföras i närtid. En lite bredare krets träffas också veckovis varje torsdag för att identifiera och diskutera vilka aktuella frågor som syns i media och som berör chefs- och ledarskap.

Ledarna följer och bevakar nyheter och debatter kopplade till frågor gällande ledarskap och vårt förbundspolitiska program. Detta sker löpande genom en bred bevakning av de större medierna och genom verktyget Retriever där vi följer specifika ämnen och områden. Detta har under året resulterat i debattinlägg som till exempel ["Glöm inte ledarskapet när ni föreslår reformer, politiker"](#) och repliker som ["Fler verksamhetsnära chefer behövs för en fungerande välfärd"](#)

Pressekreteraren arbetar tätt med chefen för Samhälle & Utredning och Ledarnas förbundsordföranden och följer opinionsplanens alla aktiviteter. Redaktioner, journalister och ledarskribenter kontaktas regelbundet och erbjuds intressanta nyhetsvinklar. Ett exempel på detta arbete är nyheter kopplade till Framtidens kvinnliga ledare, FKL, där vi under 2021 ökade antalet artiklar från 66 i 2020 till 92 i 2021. Detta inkluderade ett 8 minuter långt inslag i [TV4s Nyhetsmorgon](#) samt artiklar i [Dagens Nyheter](#). Ledarnas seminarium om ålderism på årets digitala Almedalsvecka sändes på SvT Forum vid upprepade tillfällen.

Ledarna skickar även regelbundet ut pressmeddelanden. Exempel på detta är nyheten ["Allt fler chefer tar ansvar för hållbarhetsfrågor"](#) i Aktuell hållbarhet.

Utöver media jobbar pressekreteraren med att få ut Ledarnas frågor och företrädare, främst förbundsordförande, på andra arenor. Fokus under fjolåret har varit att komma med i externa poddar där Ledarnas frågor lyfts. Det har resulterat i medverkan i bla följande poddar; Klimatresan, Chefssnack, På jobbet, Perspektiv samt Resumés Kommunikationspodd.

Kampen om medieutrymmet är ständigt pågående och det är fler och fler som vill kliva fram i ledarskapsfrågor av olika slag. För att Ledarna ska behålla sin roll som chefens röst i samhällsdebatten är det därför viktigt att även vi fortsätter att utveckla vårt medie- och opinionsarbete. Utifrån en nulägesanalys, baserad på 2021 års mediebild, och lagd opinionsplan är målet att öka Ledarnas närvaro i samhällsdebatten ytterligare 2022 och framåt.

Förbundsstyrelsen föreslår att kongressen beslutar

att bifalla motion 17.

att anse motion 18 besvarad.