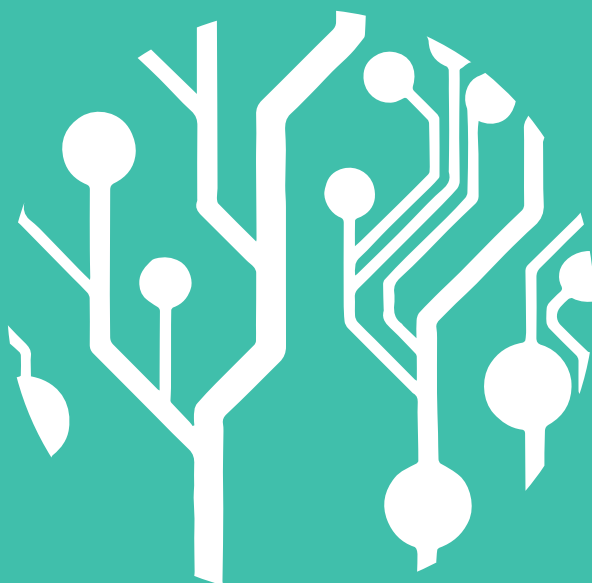


Rapport

DEN DIGITALE MEDLEMSORGANISATION

2018



Indhold

Vigtige resultater.....	3
Den succesfulde digitale forening - Groupcares 10 anbefalinger.....	5
Summary.....	7
Medlemstal, fastholdelse og rekruttering.....	8-11
Segmenteret infografik.....	12-13
Den digitale medlemsorganisation.....	15-21
GDPR og organisatorisk parathed.....	23-25
Baggrund: Dataindsamling og deltagende organisationer.....	27-28
Perspektivering.....	31

Rapport: Den digitale medlemsorganisation – 2018

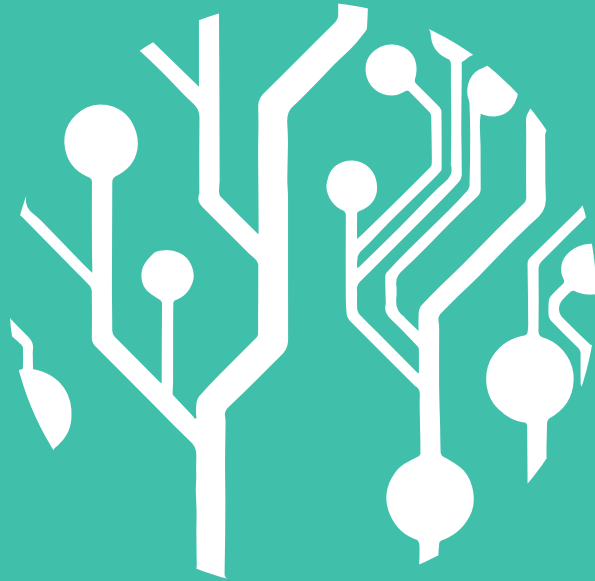
Tekst: Jakob Haquinius Eggefors & Natascha Sørensen

Layout: Primetime

Spørgsmål til denne rapport kan stilles til Jakob Haquinius Eggefors jhe@groupcare.com

Vigtige resultater

- 84% af de adspurgte foreninger mener, at de har behov for yderligere digitalisering.
- Brugen af medlemsdata er øget siden undersøgelsen i 2015.
- Især foreninger med nedgang i medlemstallene halter på området.
- Tid og økonomi udgør de største udfordringer ifm. digitaliseringsprojekter.
- Kun omkring halvdelen af de deltagende organisationer tilbyder selvbetjening til deres medlemmer.
- Lokalaktive har begrænsede digitale muligheder i deres systemer for at skabe engagement.
- Foreninger med medlemsvækst oplever ifm. digitaliseringsprojekter mindre modstand mod forandring på såvel det centrale som decentrale niveauer.
- 44% af de adspurgte organisationer føler, at de ikke har styr på persondataforordningen (GDPR).
- GDPR har særligt påvirket arbejdsgange blandt foreninger i medlemsvækst.
- Andelen af foreninger som oplever vækst i medlemstallet, er øget fra 2017 hvor undersøgelsen målte laveste vækst – fra 29% til 34%.
- Blandt foreninger med vækst i medlemstallet og individer som medlemmer er sociale medier nu den mest benyttede rekrutteringsmetode.
- Blandt foreninger med vækst i medlemstallet og organisationer som medlemmer er brugen af netværk halveret – men det er stadigvæk den mest benyttede rekrutteringsmetode.

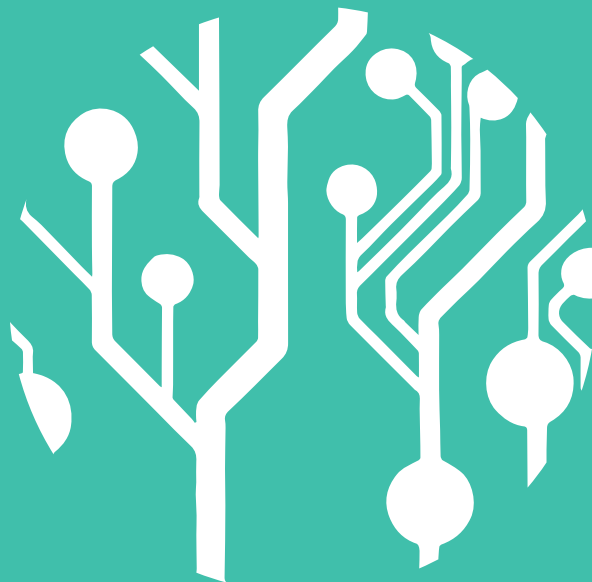




Den succesfulde digitale forening

– Groupcares 10 anbefalinger

- 1. Anvend jeres data** for at lære jeres medlemmer bedre at kende. Hvad synes medlemmerne er vigtigt? Hvilke interesser har de? Hvilke arrangementer deltager de i? – Hav fokus på fastholdelse!
- 2. Selvbetjening** mindsker administrationen og øger tilgængeligheden for medlemmerne og aktive. Styrker det decentrale arbejde og skaber større glæde for frivillige og lokalaktive.
- 3. Tag stilling til digitale hvervekampagner.** Sociale medier, nyhedsbreve og digitale kampagner gør det enkelt at interagere med sin målgruppe og nemmere at evaluere.
- 4. Automatiser arbejdsgange.** Foreningen kan frigøre ressourcer til det medlemsrettede arbejde i stedet for at bruge tiden på tung administration. Desuden minimeres risikoen for fejl.
- 5. Sæt tydelige mål.** Udarbejd en ordentlig kravspecifikation inden I går i gang med yderligere digitaliseringsprojekter. Det gør det enklere at forventningsafstemme og mindsker risikoen for at projektet skrider.
- 6. Vær omhyggelig med valget af IT-leverandør.** IT-projekter griber ofte ind i forskellige dele af organisationen, derfor er det vigtigt, at I taler samme sprog og leverandøren forstår jeres organisation. IT handler også om de mennesker der skal anvende det.
- 7. Se GDPR som en mulighed** for at vurdere og måle hvor succesfulde I er som organisation til arbejdet med data og digitalisering.
- 8. Tid og økonomi er typiske udfordringer.** Tænk digitalisering i et længere perspektiv. – God og afprøvet IT giver besparelser over tid.
- 9. Arbejd med at skabe en kultur** hvor nye initiativer og forandring opfordres – også selv om de nye tiltag mislykkedes. Intern modstand kan ødelægge de mest lovende forandringsprojekter.
- 10. Ny IT løser ikke alle problemer.** Succesfuld digitalisering involverer hele organisationen – arbejd derfor med det som et organisationsprojekt og ikke et afgrænset IT-projekt.



Den største udfordring ifm. digitalisering er:



Der mangler en politisk afklaring af, hvem vi vil være som organisation. Altså en klarlægning af målet ved brug af data strategisk.

– Medarbejder i en fagforening

Summary

Foreningsundersøgelsen 2018 dækker hele Norden og sætter særligt fokus på digitalisering i den professionelle medlemsorganisation. Det gør vi ved at undersøge og prioritere tre vigtige emner for foreningerne; den digitale organisatoriske parathed, den strategiske brug af medlemsdata samt hvervning og fastholdelse. Rapportens formål er at belyse muligheder og udfordringer indenfor digitalt foreningsarbejde, og dermed bidrage med ny viden. Vi håber den kan give stærkere beslutningsgrundlag for fremadrettet udvikling og ledelse i nordiske medlemsorganisationer.

Fokus: Den digitale medlemsorganisation

Det er niende år i træk at undersøgelsen gennemføres som temperaturmåling på foreningslivet. Årets undersøgelse er foretaget ud fra 135 unikke besvarelser fra danske, norske og svenske foreninger. Undersøgelsen består hovedsageligt af et kvantitativt spørgeskema, men har også givet mulighed for åbne svar. Vi har i 2018-undersøgelsen haft fokus på: i) den digitale organisatoriske parathed, ii) den strategiske brug af medlemsdata samt iii) hvervning og fastholdelse. Flere af spørgsmålene går igen fra tidligere år, hvilket gør det muligt at sammenligne og udpege trends. Vi tager højde for forskellen mellem foreninger, der hovedsageligt har individer som medlemmer og dem der hovedsageligt har organisationer som medlemmer, ligesom data også bliver præsenteret efter specifik foreningstype, hvor det er relevant.

Fra cloud til AI og robotter

Sammenligner vi med undersøgelsen bare for tre år siden, talte foreningerne dengang om digitale

trends som brug af big data, cloud services og mobilbetalinger som noget der ville være fremtiden. Her tre år efter er alt dette noget de fleste tager for givet. Det vidner om, hvor hurtigt den digitale udvikling foregår i disse år! Nu er det nye om muligt endnu mere potentielt gennemgribende digitale teknologier som robotter, kunstig intelligens, edge computing, m.m som foreningerne taler om. Samtidig var 2018 året hvor EU's persondataforordning trådte i kraft - noget som har været på mange ledelsers dagsordener, såvel før som efter. Dataetik er og vil fremover være et stort tema for foreninger.

En anden vigtig pointe, der er blevet tydeligere, er betydningen af det organisatoriske arbejde, fordi det i meget høj grad hænger sammen med hvor effektivt digitale løsninger bruges. Det er nemlig én ting at have teknikken, mens en helt anden er at få mest muligt ud af den. Mange organisationer kæmper med at høste de gevinster det kunne give, hvis medlemmerne decentralt ude i enhederne selv kan anvende de nye teknologier.

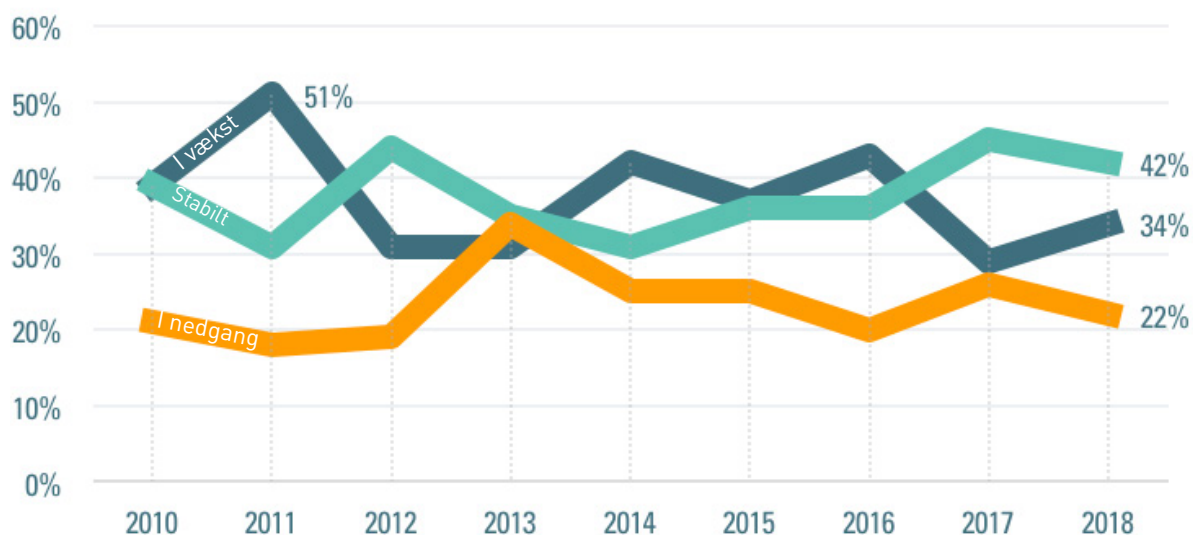
Medlemstal, fastholdelse og rekruttering

Foreninger lever nu engang af at tiltrække og fastholde medlemmer. Vi kigger her den historiske udvikling i medlemstal, fastholdelse og medlemsrekruttering samt udpege trends på medlemsområdet. Foreningsundersøgelsen 2018 viser, at andelen af organisationer der oplever vækst i medlemstallet, er højere end sidste års bundnotering – selvom det er langt under topnoteringen i 2011. En tredjedel oplever vækst i medlemstallet, 42% oplever stabilitet

Andelen af foreninger med medlemvækst stiger – men er historisk set stadig lav

og 22% af de deltagende organisationer oplever nedgang i medlemstallet. Samtidig adskiller udviklingen for foreninger med individer hhv. organisationer som medlemmer sig: Foreninger med organisationer som medlemmer er blevet mere volatile, mens foreninger med individer som medlemmer er blevet mindre volatile. Sidst i afsnittet vil vi præsentere separat infografik segmenteret efter typen af medlemmer.

Figur 1.1: Hvordan har udviklingen i medlemstallet været inden for det seneste år i din organisation?



Fagforeningerne bryder den negative trend

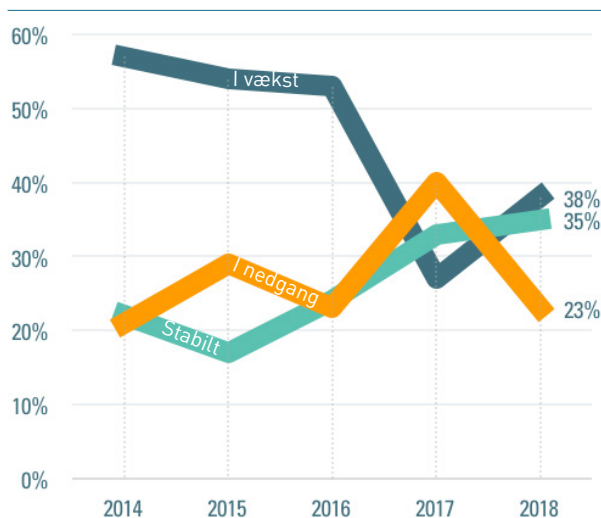
Efter et stort fald i 2017 i andelen af fagforeninger, der oplever medlemsvækst, viser årets undersøgelse, at udviklingen nu peger opad. Som man kan se i Figur 1.2, har andelen af fagforeninger i medlemsvækst været stabilt indtil 2016. Denne positive fremgang i 2018 kan være et tegn på at fagforeningerne er ved at få fodfæste igen efter de lange overenskomstforhandlinger, i Danmark i foråret. Det gav dels medieeksponering men gjorde det også relevant at være medlem i foreningen. Hvis man derimod ser specifikt på branche- og arbejdsgiverforeninger er stabiliteten mindsket samtidig som andelen foreninger med vækst hhv. tab i medlemstallet er steget.

Fastholdelsesevnen er stort set uforandret

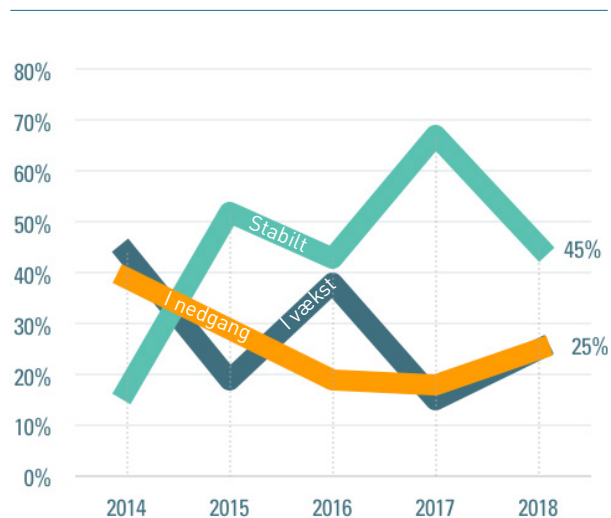
Når det kommer til fastholdelsesevnen for samtlige adspurgte foreninger, viser det sig, at denne er mere eller mindre uændret historisk, se **Figur 1.4**.

Ligesom sidste år svarer 62% af de adspurgte foreninger, at mere end to tredjedele af medlemmerne stadig var medlem et år efter deres indmeldelse. Blot 2% svarer, at under en tredjedel af medlemmerne stadig var medlem et år efter deres indmeldelse. Det er værd at bemærke, at andelen af foreninger med høj fastholdelsesevne ikke er stigende selv om andelen af foreninger med stabilitet i medlemstallet både i år og sidste år er meget høj, som det fremgår af **Figur 1.1**. Man kunne derfor forvente, at der ville være en stigende andel af foreninger med en høj fastholdelsesevne. Det er ikke tilfældet, da årets tal er så godt som uforandret. Forklaringen kan være, at antallet af ind- og udmeldelser udligner hinanden så medlemstallet fastholdes stabilt, og dermed ikke påvirker fastholdelsesevnen samlet set. Desuden er det påfaldende, at andelen af foreninger som ikke kender til deres fastholdelsesprocent, fortsat er høj.

Figur 1.2: Fagforeningerne bryder den negative trend

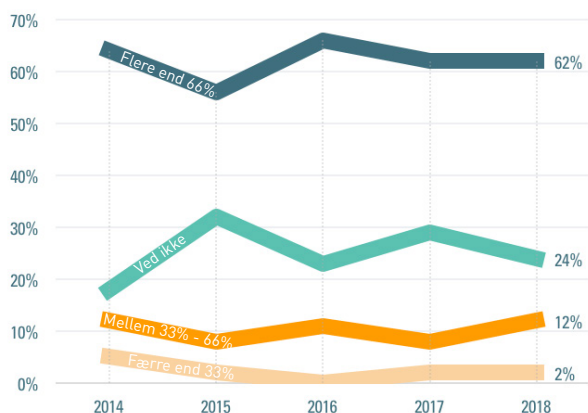


Figur 1.3: Arbejdsgiver- eller brancheorganisationer er mere volatile



Det fremgår af **Figur 1.4**, at hele 24% af de adspurgte ikke kender til foreningens fastholdelsesprocent.

Figur 1.4: Et stort flertal formår at beholde størstedelen af deres medlemmer et år efter indmeldelse



Andet af medlemmer som stadig var indmeldt et år efter deres indmeldelse.

Det er tankevækkende, da det er et vigtigt parameter i arbejdet med hvervning og fastholdelse. Det betyder at disse foreninger har et uudnyttet potentiale i forhold til fastholdelse af medlemmer, og som bekendt er fastholdelse mere omkostningseffektiv end hvervning. Prøv for eksempel selv at vurdere følgende: hvor mange ressourcer bruger I til at rekruttere medlemmer (målgruppeanalyse, hvervningskampagner, markedsføring mv.)? Kræver det mere end nogle få målrettede indsatser mod medlemmer I kender i forvejen? Hvis svaret er ja, så har I meget at vinde ved at have fokus på fastholdelse.

Hver fjerde kender ikke til foreningens fastholdelsesprocent

Netværk fortsat den mest benyttede metode til rekruttering af nye medlemmer

Set i forhold til udviklingen i medlemstal og fastholdelse er det interessant at undersøge, hvilke rekrutteringsmetoder foreningerne benytter sig af.

Tabel 1.1: Hvordan rekrutteres nye medlemmer? (flere valg muligt)

	I meget høj grad/i høj grad	I nogen grad
Gennem netværk	46%	30%
Tillidsrepræsentanter el. kontaktpersoner	38%	20%
Via hjemmesiden	35%	34%
Målrettede kampagner	32%	22%
Opsøgende initiativer (fx studiesteder og virksomheder)	30%	25%
Sociale medier	30%	30%
Member-get-member	21%	27%
Rundringning	14%	13%

Tabel 1.1 lister de anvendte rekrutteringsmetoder blandt de deltagende organisationer. Også i år ligger brugen af netværk i toppen, efterfulgt af tillidsrepræsentanter el. kontaktpersoner og hjemmesiden. Lidt overraskende er det, at brugen af tillidsrepræsentanter el. kontaktpersoner er større end hjemmesiden. Blot hver tredje organisation bruger sin hjemmeside til rekruttering af medlemmer, selvom det er en billig og effektiv måde at gøre det på. En mulig forklaring er, at flere organisationer benytter sig af sociale medier til rekruttering, og at de således har skiftet en platform ud med en anden.

Ligesom sidste år ligger rundringning i bunden med blot 14%, hvilket ikke overrasker, da det er en meget ressourcekrævende rekrutteringsmetode.

Det er dog værd at nævne, at de enkelte rekrutteringsmetoder ofte ikke står alene, men tværtimod kombineres med hinanden. Metoder som opsøgende aktiviteter, member-get-member og målrettede kampagner fungerer ofte i en samlet indsats, hvor hverveindsatsen i mange organisationer afsluttes med en online indmeldelse i foreningen gennem foreningens hjemmeside. De adspurgte foreninger havde da også mulighed for at angive flere svarvalg.

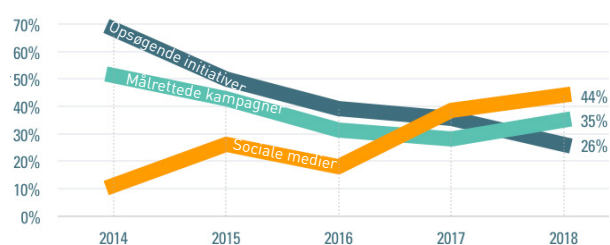
Foreninger med vækst i medlemstallet benytter i højere grad datadrevne hvervningsmetoder

For at få mere viden om hvordan succesfulde foreninger rekrutterer, har vi segmenteret spørgsmål og svar for de foreninger, der har vækst i deres medlemstal. Figur 1.5 viser den historiske udvikling i rekrutteringsmetoderne blandt foreninger med medlemsvækst, som forandres væsentligt over tid. Det er tydeligt, at datadrevne metoder som sociale medier og målrettede kampagner vinder frem, mens opsøgende initiativer bruges af langt færre organisationer med vækst i medlemstallene.

Især udviklingen i sociale medier er bemærkelsesværdig. Fra at have været den mindst benyttede metode i 2014 er den i løbet af fem år vokset med 400% og er nu den mest benyttede metode. Udviklingen for opsøgende initiativer er derimod helt den modsatte: Fra at have været den mest benyttede metode i 2014 er den nu blandt de mindst benyttede. Det virker til at være et kendetegn for organisationer med medlemsvækst, at de i højere grad skifter rekrutteringsmetoder end dem med nedgang hhv. stabilitet i medlemstallene. Det tyder på, at de er mere parate ift.

ændringer i målgruppens adfærd. De stigende kurver for netop datadrevne rekrutteringsmetodeoverrasker ikke. Rige data giver mulighed for at træffe bedre og mere oplyste beslutninger, såvel indenfor hvervning som generelt i organisationen. Dette stiller dog øgede krav til foreningerne og måden de organiserer sig på, ligesom udviklingen kræver mere af de sekretariatsansatte og lokalt aktive. Et køb af ny IT betyder nødvendigvis ikke, at organisationen faktisk kan bruge teknikken i praksis, hvilket berøres nærmere i afsnit 2.

Figur 1.5: Historisk udvikling i rekrutteringsmetoder for foreninger med medlemsvækst (2014-2018)



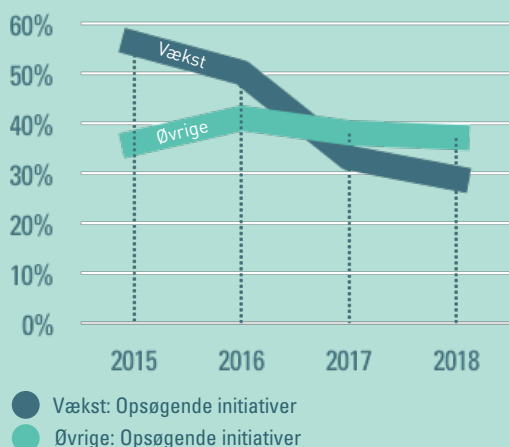
Medtaget i grafen er kun de metoder, hvor der over tid er sket en væsentlig ændring i brugen.

Blandt foreninger i vækst som vist i **Figur 1.5**, er det først og fremmest foreningerne med individer som medlemmer, der benytter sociale medier. Det er logisk, da sociale medier typisk henvender sig til individer, snarere end til virksomheder og B2B-relationer. Stigningen i brugen af målrettede kampagner ses dog både hos foreninger med individer som medlemmer og foreninger med organisationer som medlemmer. På de følgende sider vises udviklingen i medlemstal, fastholdelsen og rekrutteringsmetoderne via infografik segmenteret efter organisationer med hhv. individer og organisationer som medlemmer.

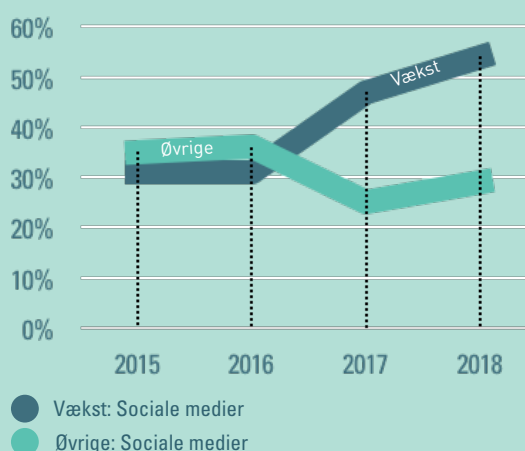


Foreninger med individer som medlemmer

Figur 1.6: Opsøgende initiativer bruges mindre blandt foreninger i medlemsvækst



Figur 1.7: Foreninger i medlemsvækst benytter i højere grad sociale medier



Mod til forandring giver resultater

Hvis man ser til de sidste par års undersøgelser, så har rekrutteringsmetoderne for foreninger i medlemsvækst skiftet meget, mens forskellen blandt øvrige foreninger er lavere. Det tyder på, at en forening, der vil vokse, kontinuerligt skal evaluere på rekrutteringsmetoder og medlemmernes adfærd – og turde prøve nye tiltag.



Hele **27%** af de adspurgte kender ikke til foreningens fastholdelsesevne.

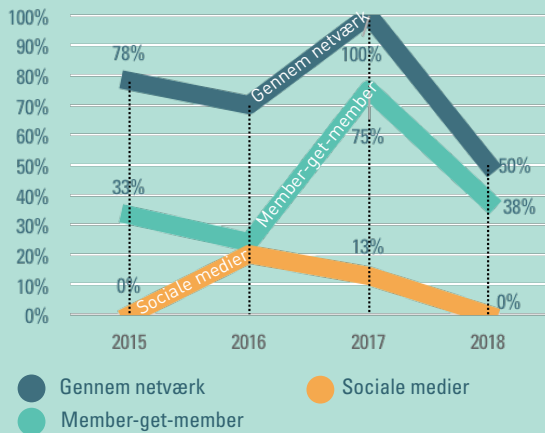
52%

af foreningerne med individer som medlemmer formår at fastholde flere end to tredjedele af nye medlemmer et år efter deres indmeldelse.

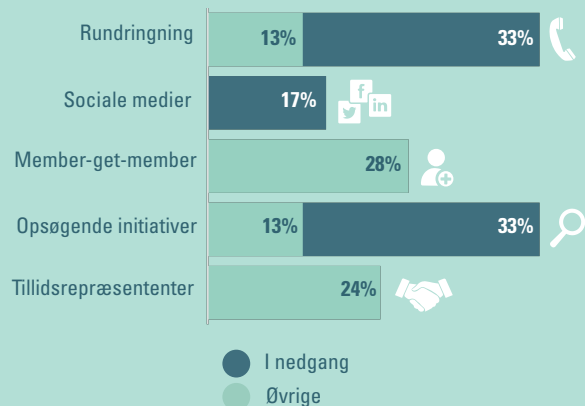


Foreninger med organisationer som medlemmer

Figur 1.8: Andelen af organisationer med medlemsvækst som rekrutterer medlemmer via netværk er halveret



Figur 1.9: Brugen af rekrutteringsmetoder i organisationer i nedgang adskiller sig fra de øvrige organisationer



Kigger man kun på foreninger i medlemsvækst..



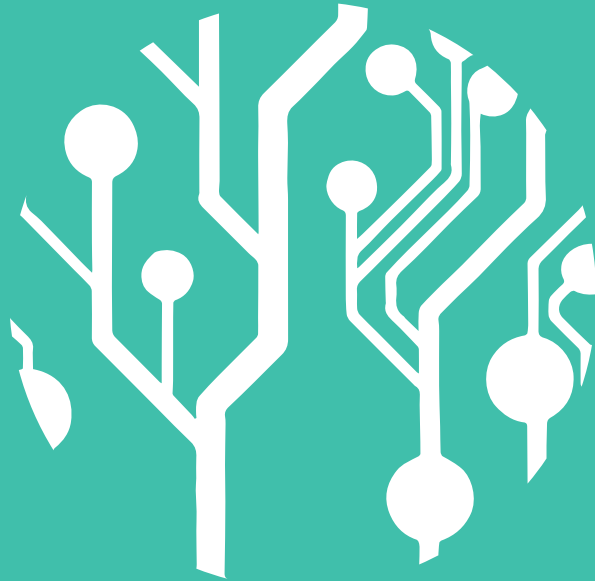
Ser man, at ingen af foreningerne benytter sig af sociale medier, ligesom i 2015.



... mens foreningerne i nedgang i langt højere grad benytter sig af rundringning som rekrutteringsmetode.

100%

af foreningerne med vækst i medlemstallet formår at fastholde **flere end to tredjedele** af medlemmerne et år efter deres indmeldelse.



Den digitale medlemsorganisation

Foreningsundersøgelsen sætter i år særligt fokus på digitalisering i medlemsorganisationer.

IT er ikke længere en separat del af organisationen, men snarere inkorporeret i alle dens dele og virke. Det er nemlig én ting at have ny teknologi til rådighed, en anden er, at organisationen faktisk kan rumme og udnytte den. Den største udfordring ifm. digitalisering er:

■ ■ At få et nyt mindset både hos alle ledere og medarbejdere.

– Medarbejder i en interesseorganisation

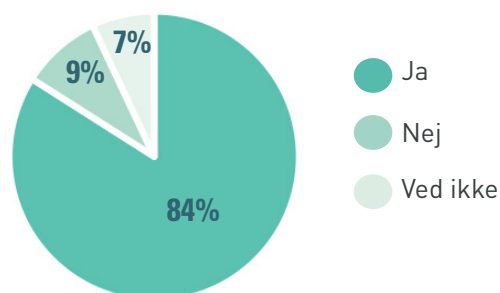
Vi kommer også til sidst ind på den store organisatoriske udfordring og omstilling organisationerne har haft omkring implementeringen af EU's persondataforordning (GDPR).

Loven har tvunget så godt som samtlige organisationer til at gøre nye overvejelser og foretage forskellige foranstaltninger, hvorfor den udgør en enestående mulighed for at sammenligne organisationsadfærd på tværs af organisationstype.

Det store flertal vil se yderligere digitalisering **Figur 2.1** viser, at hele 84% af de deltagende organisationer mener, at de har brug for yderligere digitalisering. Der er altså et GAP mellem, hvor organisationerne vil være og hvor de faktisk er – spørgsmålet er hvorfor?

En mulig forklaring er, at foreningslivet generelt kendetegnes af en lavere digitaliseringsgrad end fx private virksomheder, der henvender sig til forbrugere. Teknologien er med andre ord tilgængelig – men bliver ikke brugt. Dette vil blive uddybet yderligere i de følgende afsnit.

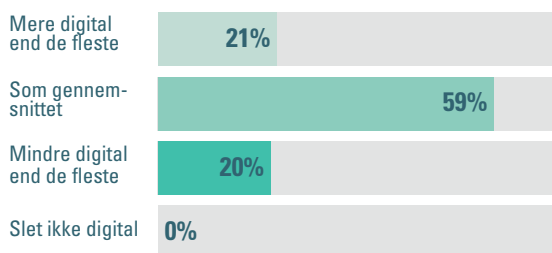
Figur 2.1: **Mener du at din organisation har behov for yderligere digitalisering?**



De fleste ser sig som gennemsnitligt digitale

Det er fastslået, at så godt som alle medlemsorganisationer synes de har behov for yderligere digitalisering. Men hvordan vurderer de sig selv i forhold til andre organisationer? Jo som **Figur 2.2** viser, synes 59% at de er som gennemsnittet indenfor deres felt, mens ca. 20% synes de er mindre digitale end andre organisationer. Det resultat går på tværs af såvel organisationstype som medlemstype og er uafhængigt af udvikling i medlemstallene.

Figur 2.2: **Hvor digitale vurderer medlemsorganisationer sig selv ift. andre organisationer?**



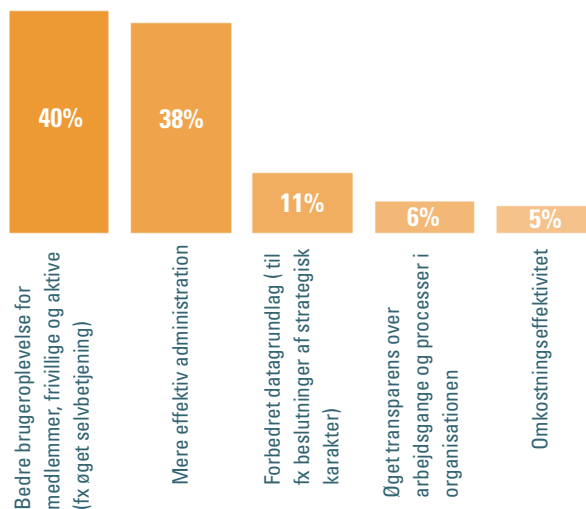
Medlemmet i fokus ved digitalisering

Figur 2.3 viser, at de fleste vurderer "bedre brugeroplevelse for medlemmer, frivillige og aktive" (40%) samt "mere effektiv administration" (38%), som de udsagn der passer bedst ift. at give den største fordel ved digitalisering. Interessant er det, at omkostningseffektivitet er helt i bunden, hvilket tyder på, at IT-investeringer ses som en mulighed for at forbedre ydelser, snarere end at spare penge. Det kan bero på, at foreningerne ikke har blik for den besparelse som ordentligt implementeret IT giver efter en årrække.

Omvendt overrasker det ikke, at "bedre brugeroplevelse for medlemmer, frivillige og aktive" vurderes højest, da de i mange tilfælde er foreningens eksistensberettigelse. Samtidig kan mere effektiv administration føre til netop det, at ressourcer bruges i det medlemsrettede arbejde i stedet for til tunge administrative opgaver.

Det er forholdsvis få, der mener at forbedret datagrundlag er den største fordel (blot 11%). Det kan forklares med, at effektiv administration og bedre brugeroplevelser er nogle helt grundlæggende behov, mens strategisk brug af data ikke har højeste prioritet.

Figur 2.3: **Hvad har været (kan være) den største fordel ved digitalisering i din organisation?**



Den største udfordring ifm. digitalisering er:



Behov for at følge med de nye krav, der stilles fra brugerne til at få dem implementeret i eksisterende systemer.

– Medarbejder i en interesseorganisation

Mange tilbyder ikke medlemmerne selvbetjening

Data viser, at blot 56% af de adspurgte foreninger tilbyder medlemmerne selvbetjening. Særligt interessant er det, hvis man kun kigger på de organisationer som mener, at bedre brugeroplevelser er den største fordel ved digitalisering. En tredjedel tilbyder faktisk slet ikke deres medlemmer selvbetjening.

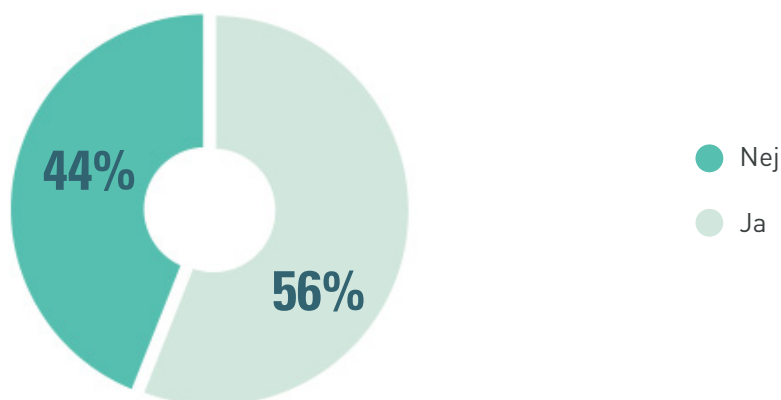
Desuden indebærer selvbetjening tit omkostnings-effektivitet, da medlemmet selv kan oprette og opdatere sine egne data i stedet for, at sekretariatet skal bruge tid og kræfter på det. Her er der

med andre ord masser af udviklingspotentiale, især da selvbetjening er standard i tidssvarende medlemssystemer.

Lokalaktive er tit en uudnyttet ressource

Blandt de 56% af undersøgelsens deltagere, der tilbyder medlemmerne selvbetjening, er der hele 44% som ikke giver deres lokale aktive mulighed for at administrere deres medlemskreds.

Figur 2.4: **Benytter din organisation en løsning eller platform til selvbetjening af medlemmer og aktive?**



Den største udfordring ifm. digitalisering er:



At få de digitale platforme til at matche medlemmernes behov og forventninger. Altså en forventningsafstemning set i forhold til ressourcer.

– Medarbejder i en netværksforening

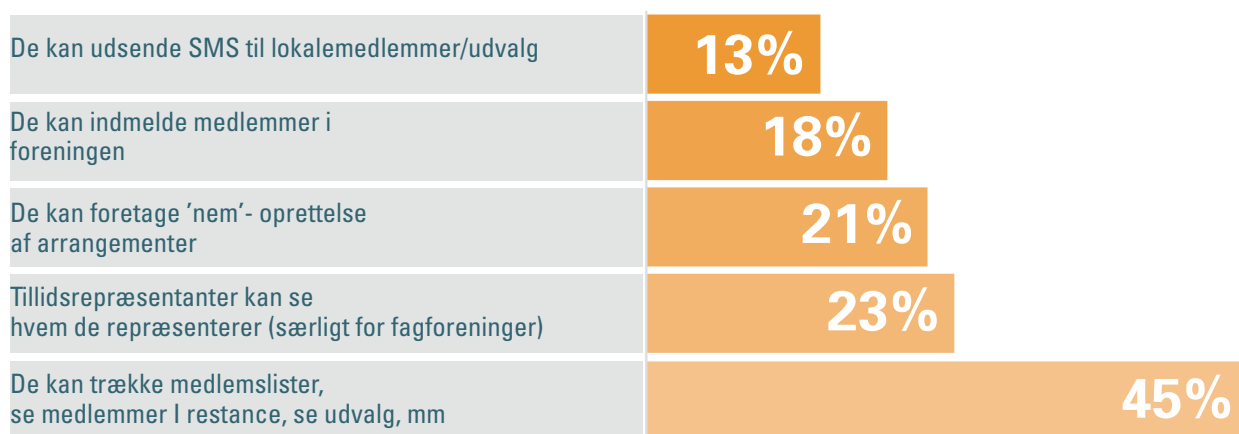
For eksempel kan blot 21% af de lokalansatte oprette egne arrangementer og har således brug for sekretariatets hjælp hver gang de skal indkalde til møde eller medlemstræf. Et andet eksempel er, at kun 13% giver deres lokale aktive mulighed for at udsende SMS til deres medlemmer. I lyset af, at det kun er 56% af de adspurgte foreninger, der overhovedet tilbyder medlemmerne selvbetjening, er der her et stort potentiale for de skandinaviske foreninger. Det er jo typisk de lokalt aktive, som kender deres medlemmer bedst – og ikke sekretariatet. Ved at give lokalformænd eller tillidsvalgte tidssvarende digitale værktøjer, mindskes tærsklen for medlemmer til at stille op til tillidshverv, samtidig øger foreningen chancen for at skabe

engagement. Det fører til bedre fastholdelse (som er den billigste måde at sikre medlemsvækst på), og mere medlemsaktivitet får medlemmerne til at føle sig set.

Strategisk brug af medlemsdata halter

De opsamlede medlemsdata anvendes til forskellige formål. **Figur 2.6** viser, at de opsamlede medlemsdata benyttes af over halvdelen af de adspurgte foreninger til henholdsvis at opkræve kontingent og informere ledelsen om organisationens virke og udvikling, mens det ikke engang er halvdelen af foreningerne, der anvender medlemsdata til de resterende formål.

Figur 2.5: **Lokalaktive har begrænsede digitale muligheder for at skabe engagement**



* NB: Spørgsmålet blev kun stillet til foreningerne, der havde angivet, at de tilbyder medlemmerne selvbetjening (56%).

Det er bemærkelsesværdigt, at brugen af tilgængelige medlemsdata er så lav i mange organisationer i 2018, da de allerede er opsamlet og derfor heller ikke kræver ny funktionalitet.

Det er altså snarere et spørgsmål om organisatoriske tiltag end implementering af ny IT. Dog viser **figur 2.6** at brugen af data faktisk er steget siden 2015-resultatet selv om det er på et lavt niveau. Det er nu over halvdelen af organisationerne, der anvender medlemsdata til at informere ledelsen om organisationens virke og praksis. En af forklaringerne kan være, at det i forbindelse med digitaliseringen er blevet lettere at lave rapporter og føre statistik.

Stadig er det i 2018-undersøgelsen sådan, at mindre end halvdelen af de adspurgte foreninger anvender medlemsdata når det kommer til strategiske ledelses- og udviklingsformål.

Selvom der er sket en stigning i brugen af medlemsdata til de forskellige formål fra 2015 til

Den største udfordring ifm. digitalisering er:

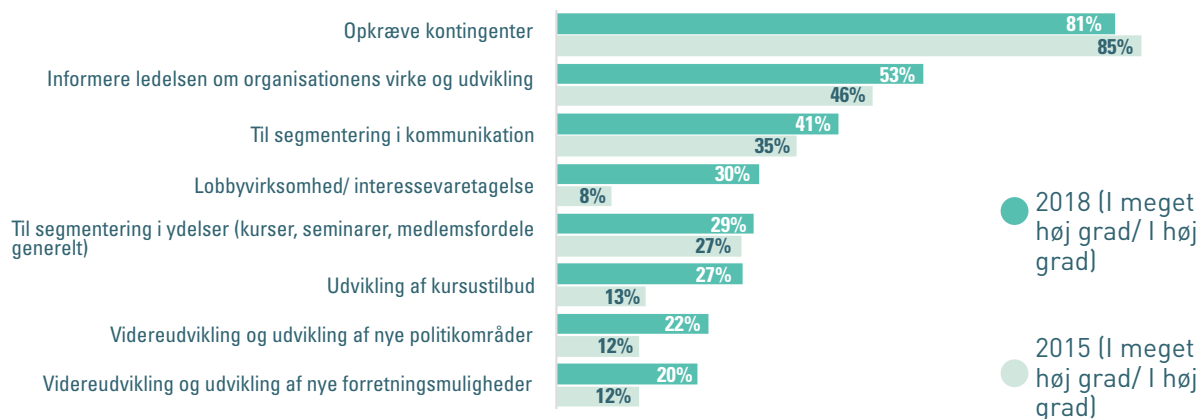
Bevidsthed om at data kan gøre en forskel.

– Medarbejder i en interesseforening

2018 er der stadig et stort uudnyttet potentiale i brugen af medlemsdata blandt de adspurgte foreninger.

På trods af, at hele 82% af de adspurgte mener, at strategisk brug af data er afgørende for succes i foreningsarbejdet, så lader det ikke til at have højeste prioritet blandt foreningerne. Dette skal ses i tråd med, at hele 84% af de deltagende foreninger har angivet, at de har brug for yderligere digitalisering, som vist i **Figur 2.1**. Mange foreninger har med digitaliseringen store muligheder for at udvikle koblingen mellem den viden deres IT rummer og så den udviklingsrejse de er på.

Figur 2.6: **Brugen af medlemsdata er øget siden 2015**



Foreninger i nedgang halter bagefter ift. brug af data

Ved at segmentere i data er det muligt at se, hvordan foreninger med nedgang i medlemstallet i mindre grad gør brug af den opsamlede medlemsdata sammenlignet med de øvrige foreninger, som hhv. er i vækst eller stabile. **Figur 2.7** viser en sammenligning i brugen af medlemsdata for foreninger i nedgang og de øvrige foreninger for udvalgte anvendelsesformål. Forskellen er tydelig: især foreninger i nedgang er bagud på dette område. Blot 27% af foreninger i nedgang anvender medlemsdata til segmentering i kommunikation, hvorimod næsten halvdelen af de øvrige foreninger (45%) anvender medlemsdata til dette formål. Overordnet set er foreninger med vækst og stabilitet i medlemstallet bedre til at gøre brug af de opsamlede

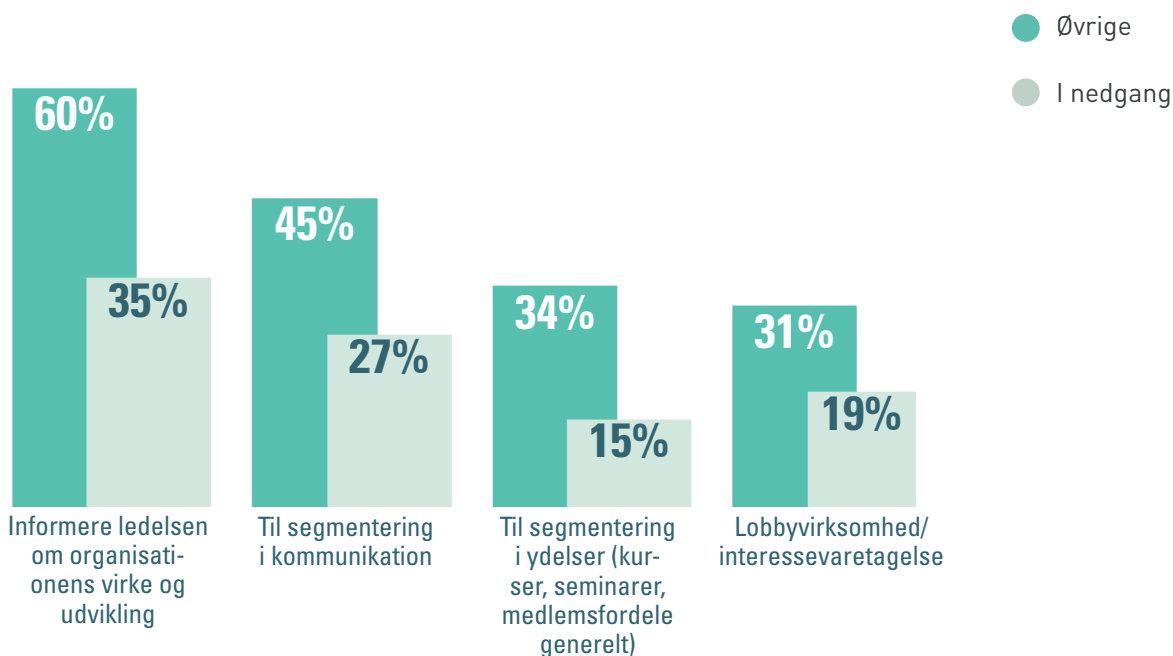
medlemsdata. Fælles for de adspurgte foreninger er, at det ifm. digitaliseringen opleves som en udfordring for lidt over en tredjedel (36%) at bruge de tilgængelige medlemsdata effektivt. Det understreger, at foreningerne har stort potentiale i at sætte de data i spil, som de rent faktisk opsamler.

Den største udfordring ifm. digitalisering er:

■ ■ **At have kvalificeret analytisk arbejdskraft til at omdanne data til et brugbart redskab.**

– Medarbejder i en interesseorganisation

Figur 2.7: Især foreninger med nedgang halter med brug af medlemsdata i 2018



Den største udfordring ifm. digitalisering er:



Tid, økonomi og kompetencer internt som i medlemskredse er begrænsede ressourcer ift. digitalisering. Det påvirker strategien og giver ikke det fulde udbytte af digitaliseringen.

– Medarbejder i en arbejdsgiverorganisation

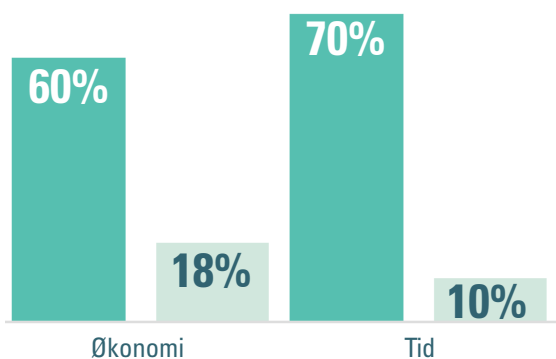
Udfordringer ved digitalisering

Ud over brug af medlemsdata er udfordringerne ifm. digitalisering mangfoldige. Andre store udfordringer er næppe overraskende; økonomi og tid, som 70% hhv. 60% af de adspurgte angiver på tværs af medlems- og organisationstype. Kun 10% oplever, at de har tilstrækkeligt med tid. En forklaring kan være, at digitaliseringsprojekter ikke ses som en del af det daglige arbejde, da de løber over tidsbegrænsede perioder. Man kan så spørge om IT

længere kan separeres fra resten af organisationen, om det ikke med fordel er en integreret del af det daglige arbejde.

Hvis man sammenligner foreninger i vækst med foreninger i nedgang, er det tydeligt at sidstnævnte oplever væsentligt højere intern modstand mod forandring på såvel det centrale som decentrale niveau. Foreninger i vækst er med andre ord mere fleksible – og det betaler sig.

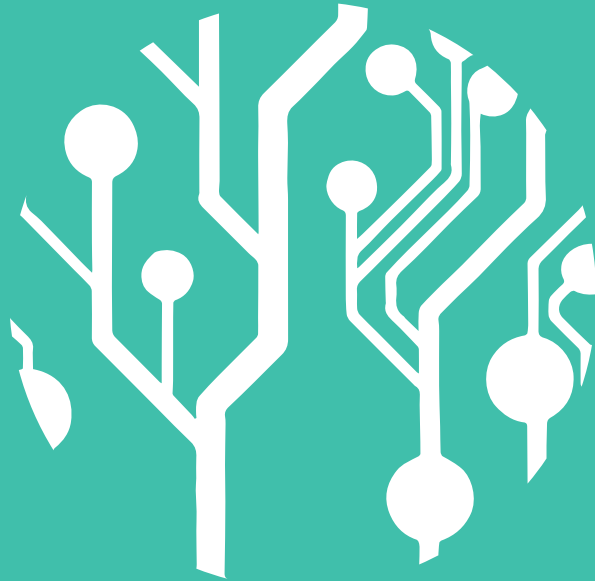
Figur 2.8: **Tid og økonomi udgør de største udfordringer ifm. digitaliseringsprojekter**



- I meget høj grad/ I høj grad
- I mindre grad/ Slet ikke

Foreninger i nedgang bruger i mindre grad data strategisk

Foreninger i medlemsvækst oplever mindre modstand mod forandring



GDPR og organisatorisk parathed

Det er de færreste sekretariatsmedarbejdere, der ikke har hørt om EU's persondataforordning. Den nye lovgivning påvirker så godt som alle europæiske organisationer, og således også foreninger. Nogle typer medlemsorganisationer håndterer som standard meget personfølsomme data, som fx fagforeninger, patientorganisationer og politiske partier. Samtidig behandles CPR-nummer som en følsom oplysning, hvorfor de allerfleste

medlemsorganisationer håndterer en eller anden form for personfølsomme data.

Besvarelserne af spørgeskemaet blev indsamlet i perioden april til juli 2018, altså lige før og efter, at loven fik virkning (25. maj 2018).

Besvarelserne var ligesom i resten af spørgeskemaet anonyme.



56%

af de adspurgte foreninger
føler at de er godt
med på GDPR

Foreninger i vækst tilpasser sig lovgivningen

Figur 3.1 viser, at det særligt er foreninger med vækst i medlemstallet, der har ændret arbejdsgange i forbindelse med GDPR. En tredjedel af de øvrige foreninger (altså dem med medlemstab eller uforandrede medlemstal) har slet ikke eller kun i mindre grad ændret arbejdsgange.

Selv om sammenhængen er tydelig så er sammenhængen uklar. Dette giver et "hønen eller ægget dilemma": Kunne det være, at netop foreninger i vækst var mindre compliant inden GDPR end øvrige organisationer, eller er de simpelthen mere parate ift. ændringer i deres marked/miljø?

Foreninger i medlemsvækst har været mere proaktive ift. GDPR

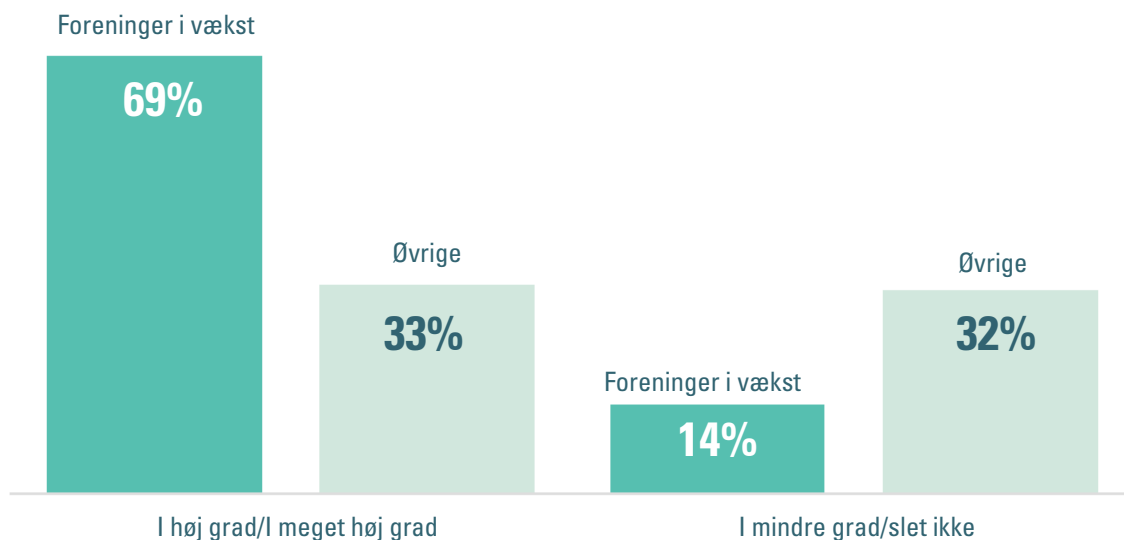
En mulig forklaring er, at ledelserne i foreninger i medlemsvækst i langt højere grad har prioriteret arbejdet med at sikre compliance. Hele 80% af ledelserne i foreningerne i medlemsvækst har prioriteret dette, mens blot 44% af ledelserne i foreninger i nedgang har gjort det samme.

Det peger på, at foreninger med medlemsvækst er mere proaktive end øvrige foreninger, snarere end at de ikke var compliant inden GDPR trådte i kraft.

Stor usikkerhed omkring GDPR

Op til 25. maj 2018 var debatten præget af, hvor stram lovgivningen ville blive; hvem ville blive straffet for hvad, og hvor meget ville det koste? En forordning er EU's

Figur 3.1: **GDPR har påvirket/ændret kritiske arbejdsgange - for nogle**



* NB: figuren indeholder ikke svarene "hverken/eller" eller "ved ikke"

stærkeste lovmæssige værktøj og appliceres i samtlige medlemsstater, men som i så mange juridiske tilfælde, er det også et spørgsmål om fortolkning. Der er derfor lagt op til usikkerhed omkring, hvilke konsekvenser en lovovertrædelse vil indebære.

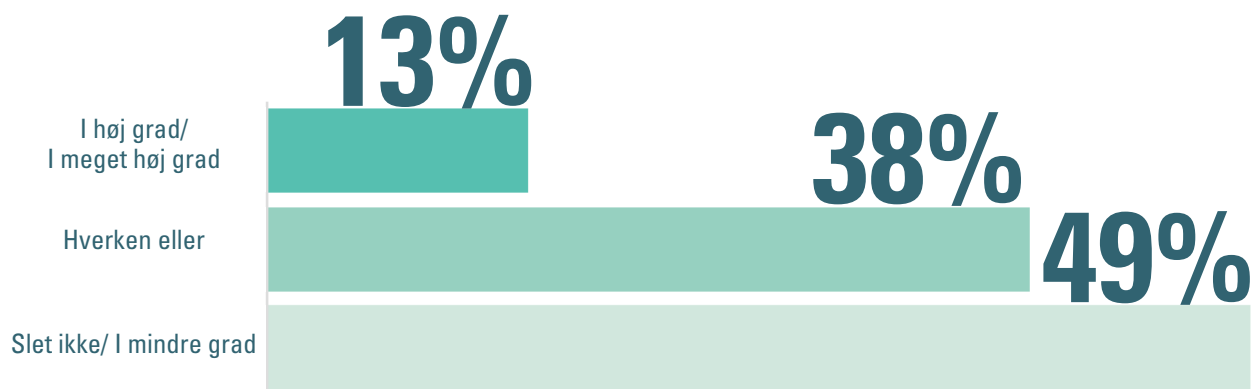
Denne usikkerhed afspejles også i undersøgelsen. Som **Figur 3.2** viser, oplevede 49% af de adspurgte foreninger informationen fra det offentlige som mangelfuld, mens blot 13% var tilfredse med den information de havde fået på forhånd. I lyset af, at et flertal føler, at de er godt med på GDPR, kan man udlede, at informationen er kommet andre steder fra, som fx advokater og konsulenthuse.

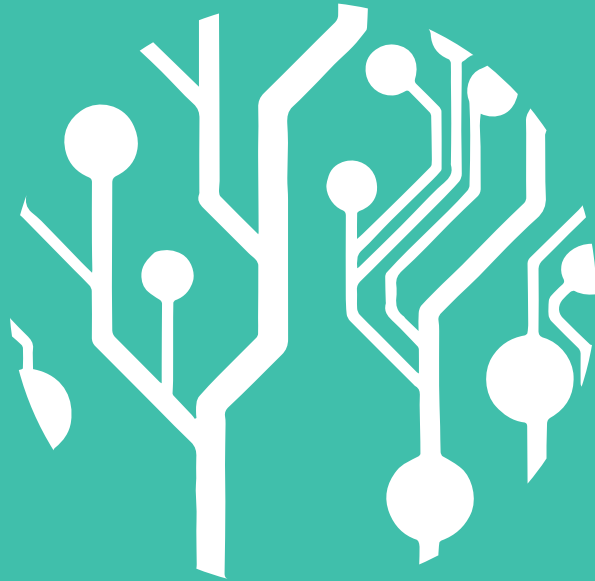
De interne kompetencer er ikke altid nok GDPR er i sig selv ikke en IT-lov – men måden persondata opbevares på i dag er i høj grad digital. Derfor kræver omstillingen for at sikre

compliance såvel organisatoriske som tekniske og juridiske kompetencer. Undersøgelsens resultater viser, at blot halvdelen af de adspurgte foreninger har haft de nødvendige tekniske og juridiske kompetencer for at sikre compliance indenfor organisationen. Det er bemærkelsesværdigt, da GDPR ikke indeholder væsentlig nyt, i hvert fald i et skandinavisk perspektiv; personfølsomme oplysninger har også under den tidligere lovgivning været beskyttede. Det er derfor tankevækkende, at det har krævet så mange ressourcer og omstillingsarbejde for at overholde GDPR. Men der har for alle været stor usikkerhed om hvordan forordningen vil blive fortolket, hvorfor det kunne være svært at vurdere, hvad man som organisation egentlig havde behov for. Resultaterne kan derfor meget vel især være en afspejling af den usikkerhed. Desuden har bødestørrelsen på 4% af samlet omsætning skræmt mange og sat dem i gang med et fornyet indsats på området.

Kun **50%** mener, at de haft de nødvendige tekniske og juridiske kompetencer for at sikre compliance

Figur 3.2: **Informationen fra det offentlige har været tilstrækkelig**





Baggrund:

Dataindsamling og deltagende organisationer

Undersøgelsens data er blevet indsamlet gennem et digitalt spørgeskema, som er overvejende kvantitativt men med mulighed for angivelse af kommentarer ved udvalgte spørgsmål. Spørgeskemaet blev distribueret via Groupcares nyhedsbrev, LinkedIn og via direkte mail til

Interesseorganisationer, fagforeninger samt arbejdsgiver- og brancheorganisationer er bedst repræsenteret i undersøgelsen

medlemsorganisationer. Indsamlingen af data er foregået i anden kvartal af 2018.

I dette afsnit vil data om undersøgelsens respondenter blive præsenteret overvejende infografisk for at give et simpelt overblik over datagrundlaget.

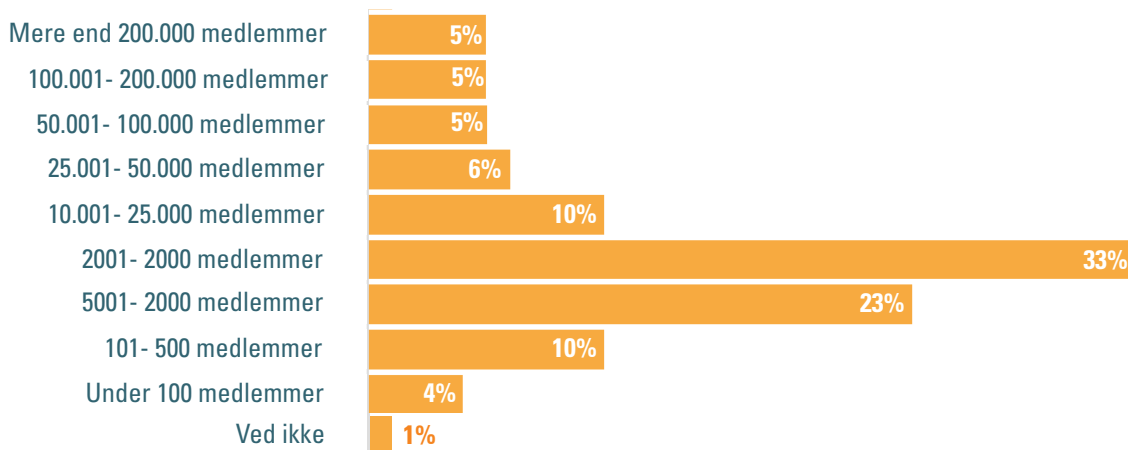
Om undersøgelsens respondenter

Data viser at diversiteten blandt de 135 deltagende foreninger er stor. Besvarelserne af spørgeskemaet fordeler sig inden for medlemsorganisationer af følgende typer (deltagerprocent afrundet til heltal):

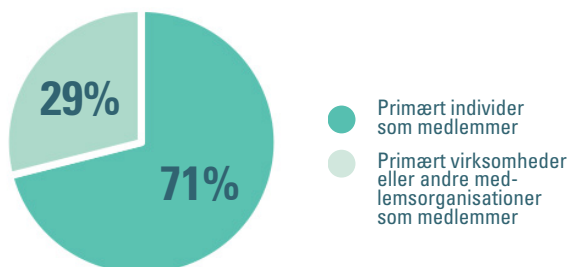
Figur 3.3:



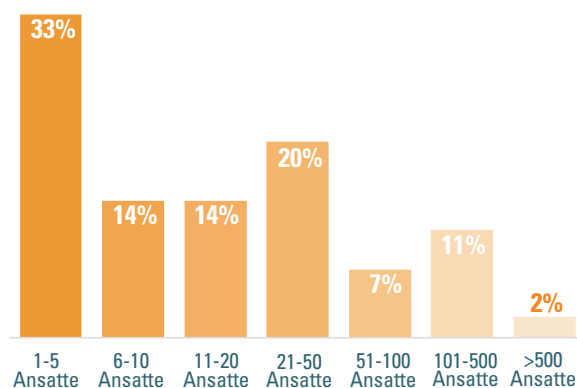
Figur 3.4: **Organisationer med 2.001-10.000 medlemmer er bedst repræsenteret i undersøgelsen**



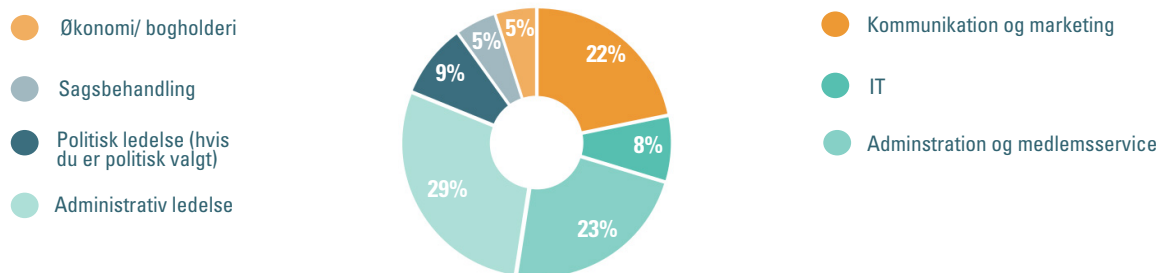
Figur 3.5: **Flest repræsentanter fra organisationer med primært individer som medlemmer**

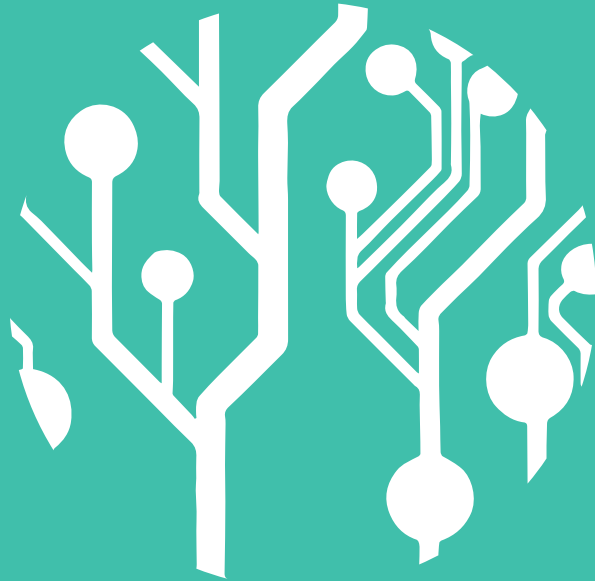


Figur 3.6: **Særligt organisationer med 10 ansatte eller færre har deltaget**



Figur 3.7: **Over halvdelen arbejder med administrativ ledelse eller medlemservice**





Perspektivering

Digitaliseringen i foreningslivet er kommet langt - men der er stadig mange fordele tilbage at høste. Brugen af medlemsdata er øget de seneste år, men det er primært foreningerne i medlemsvækst, der er forrest i udviklingen. Disse foreninger bruger ikke kun medlemsdata i højere grad, men de er også mere forandringsparate og klar til at tage nye initiativer i brug.

Selv om foreningerne i vækst er foran, tegner der sig et generelt billede af, at der er uudnyttede potentialer og behov for yderligere digitalisering for de fleste af de deltagende organisationer. Der er blandt andet mange organisationer, der slet ikke tilbyder selvbetjening på trods af, at der er bred enighed blandt foreningerne om, at bedre brugeroplevelse for medlemmer, frivillige og aktive er en af de største fordele ved digitaliseringen. Det samme gør sig gældende for strategisk brug af data, som af de fleste foreninger menes afgørende for succes. De fordele som digitaliseringen bringer med sig, kan altså udnyttes meget bedre.

De to faktorer, der spiller den største rolle for foreninger ift. at få arbejdet med digitalisering op i gear, er uden tvivl tid og økonomi. Men også effektivt brug af tilgængelige medlemsdata er en udfordring. Undersøgelsen tyder på, at organisationer må tænke sine arbejdsgange grundigt igennem for at finde ud af, hvor omgangen med data kan gøres bedre.

Året 2018 har været meget præget af GDPR og de evt. konsekvenser databrud vil give. Lidt over halvdelen af de deltagende foreninger, oplever, at de er godt med på den nye lovgivning, mens resterende foreninger har haft det sværere. Endnu engang er det foreningerne med medlemsvækst, der stikker ud i statistikken og i højere grad tilpasse sig lovgivningen.

Man kan konkludere, at det nordiske foreningsliv endnu ikke er lige så digitaliseret som mange private virksomheder. På den anden side er der nogle digitale fyrtårne, der kan vise vejen frem. Det har givet dem resultater, hvorfor der er al grund for at antage, at de resterende organisationer vil følge deres eksempel i de kommende år.

Groupcare – Foreningernes hus

Groupcare er facilitator, rådgiver og it-løsningspartner for nordiske foreninger, organisationer og politiske partier. Vi har en faglig tilgang til foreninger, som vi hjælper med at integrere og anvende viden- og datastrømme i trekanten mellem medlemmerne, de valgte politiske ledelser samt sekretariatene.

Vores mission er at få foreninger til at leve smartere ved at understøtte foreningsarbejdet på samtlige niveauer. Derfor har vi udviklet en integreret medlemsløsning bestående af Membercare til intelligent medlemsadministration, Community til netværk og videndeling blandt foreningens medlemmer samt Membersite til selvbetjening af medlemmer og frivillige. Tilsammen udgør de den sammenhængende medlemsadministration.

Foreningernes hus

Vi stræber efter at blive et Foreningernes hus; et samlingspunkt for foreningsudvikling, foreningskompetencer og rådgivning. Som samlingspunkt vil vi være det naturlige sted for vidensdeling, sparring og netværksdannelse mellem Nordens foreninger. Som Foreningernes hus vil vi i endnu højere grad understøtte foreningsarbejdet og derfor løbende udvikle nye services og produkter, der giver jer tid til det der tæller – at skabe værdi for jeres medlemmer.

Groupcare A/S

Vester Farimagsgade 15, 4. sal, 1606 København V
Telefon +45 4698 4000, e-mail: groupcare@groupcare.com

