

Verksamhetsplan med budget

202X

Röda Korsets Ungdomsförbund X-stad

Kärlek och respekt - ska det vara så jävla svårt?

Det här är Röda Korsets Ungdomsförbund

Röda Korsets Ungdomsförbund engagerar unga människor och skapar respekt för människovärdet, ökar förståelsen människor emellan samt förhindrar och lindrar mänskligt lidande. Vi ställer upp för humanitet och mänskliga rättigheter. Och det gör vi varje dag. Som ett av få ungdomsförbund i Sverige bedriver vi breda sociala verksamheter med unga, för unga. Våra frivilliga finns till för de som behöver oss som mest. Vi är den unga organisationen för dig som vill göra skillnad.

**Det här arbetar vi med 2021–2023**

RKUF vill, kan och ska, vara med och bidra till ett medmänskligare samhälle och varje dag fortsätta kräva att barn och ungas rättigheter tillgodoses. För oss innebär detta att vi under de tre kommande åren ska göra tre förflyttningar.

Vi ska möta fler barn och unga i utsatthet genom att 1) skapa trygghet och sammanhang, 2) utgå från lokala behov, 3) öka delaktighet.

Vi ska markera mot makthavare genom att 1) stå upp för humanitet och medmänsklighet 2) vara en stark röst för barn och unga i utsatthet 3) utöva lokala och nationella påtryckningar.

Vi ska mobilisera fler barn och unga i Sverige genom att 1) ta vara på engagemang 2) erbjuda flexibla engagemang.

För att lyckas dessa tre förflyttningar behöver vi se till att vi är en hållbar organisation. Detta sker med hjälp av 1) inkludering och öppenhet, 2) långsiktighet, 3) kompetensutveckling.

**Så här påverkar vi samhället 2021–2023**

Vi ska finnas till för barn och unga i samhället för att förhindra och minska mänskligt lidande. Vi ska vara förebilder genom att vara goda medmänniskor och stå upp för människovärdet. Vi ska samtidigt höja rösten för humanitet. Vi ska vara en modigare, tydligare och starkare organisation. Så länge rödakors- och rödahalvmånerörelsens grundprinciper genomsyrar vår organisation och vi har vår strategi som karta, kan vi tillsammans med barn och unga förändra samhället till det bättre.

(Ovanstående text är utvalda delar av Strategi 2021–2023, hela går att hitta på rkuf.se)

# Verksamhetsplan 202X***(OBS: All text som är i grått och kursiverat är bara exempel på text eller aktiviteter som är till för att underlätta för er. Den texten ska ni byta ut till egen text)***

*Röda Korsets Ungdomsförbund X-stad* arbetar i enlighet med den strategin som antogs av Röda Korsets Ungdomsförbund på Riksårsmötet 2020.

Vi har tagit fram en verksamhetsplan och budget för vår lokalförening. Här beskrivs föreningens mål, våra verksamheter och våra strategier under det kommande verksamhetsåret. Det här är vårt sätt att bidra till Röda Korsets Ungdomsförbunds nationella visioner i vår stad.

Vår vision
Vad har er lokalförening för visioner? Vad är den stora drömbilden om hur barn och unga ska ha det i er stad?

Styrelsens mål och strategi
Hur ska ni i styrelsen jobba för att komma närmare att förverkliga er vision? Vad finns det för arbetssätt som leder till att ni kan uppnå era mål? Beskriv era mål och hur ni vill jobba strategiskt under året för att föreningen ska komma dit ni vill.

Gör gärna era mål SMARTa; Specifika – Mätbara – Accepterade – Tidsbestämda.

Hur ska ni till exempel jobba med **påverkansarbete** (samarbeta med andra föreningar i en särskild fråga, delta på manifestationer, använda Dilemmaspelet eller skriva debattartiklar), **medlemsvård** (hålla medlemsträffar med tex fika eller aktivitet, terminsavslutningar, kickoffer, föreläsningar, workshops, delta på MOVE), **medlemsvärvning** (delta på mässor, stå med bokbord på skolor, affischera, hålla informationsträffar, delta i den nationella medlemsvärvarkampanjen), **styrelsearbete** (antal styrelsemöten, utbildningar, ska ni söka pengar, starta upp ny verksamhet). Ni kan kolla på “Ett år för styrelsen” eller föregående års verksamhetsplan för inspiration.

Fyll gärna på med mer saker som passar just er förening! Om ni känner att det skulle hjälpa kan ni räkna ut hur lång tid det tar att göra olika uppgifter, vem som ska göra dem, och sedan jämföra med hur mycket tid varje person vill/kan lägga på sitt engagemang.

Föreningens kommunikation
En viktig del av styrelsens arbete är kommunikation, både inom lokalföreningen, verksamhetsledare, frivilliga, medlemmar (internt) – men också mot personer utanför organisationen (externt). Att kommunicera med medlemmar och frivilliga kan ses som ett verktyg för att utöva ledarskap, och skapa en känsla av gemenskap! Ungdomsförbundets medlemmar är otroligt viktiga, och därför vill vi inte att de ska känna sig bortglömda. Att ha en plan för hur en kommunicerar underlättar också när en vill bedriva påverkansarbete.

**- Vad vill ni uppnå med kommunikationen?**
*Exempel: Vi vill få fler medlemmar, eller frivilliga. Vi vill också att våra medlemmar förstår vad de bidrar till och vad vi i lokalföreningen gör.*

**- Till vem/vilka riktar ni er mot?**
*Fundera på vilka som ingår i er målgrupp, deras behov, kunskaper och önskemål.
Exempel: Studenter vid universitetet, ungdomar i en specifik stadsdel, politiker.*

**- Vad är ert budskap? Anpassa budskapet efter målgruppen!***Exempel: ”Ni som går på Dragonskolan och vill hjälpa andra människor i nöd - kom och häng i cafét torsdag nästa vecka //RKUF”*

**-  Vilken kanal passar bäst för den målgrupp ni vill nå?**
*Exempel: Nyhetsbrev, mail, sociala medier, lokalradio*

Aktivitetsplan för föreningens kommunikation

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivitet** | **Målgrupp** | **Syfte** | **Kanal** | **Tidpunkt** |
| *Skicka ut välkomstbrev till nya medlemmar* | *Nya medlemmar* | *Skapa en relation med medlemmar och informera om våra aktiviteter* | *Mail* | *Under hela året* |
| *Betala för facebook-annonser om att bli medlem* | *Personer som delar våra åsikter* | *Medlemsvärvning* | *Facebook* | *Under hösten* |
| *Medlemsbrev* | *Alla medlemmar* | *Sprida information om aktuella händelser, uppdrag och skapa känsla av gemenskap* | *Mail* | *Mars, oktober* |
| *Uppdatera sociala medier efter varje styrelsemöte*  | *Frivilliga, medlemmar* | *Sprida kunskap om vad vi i styrelsen gör* | *Facebook instagram* | *Efter styrelsemöte* |
| *Take over på universitetets instagram* | *Studenter* | *Värva frivilliga och medlemmar* | *Instagram* | *September* |

Våra verksamheter

Här berättar ni om de verksamheter som finns i föreningen. Det är verksamhetsledarnas ansvar att fylla i en plan för sin verksamhet det kommande året, och styrelsen sammanställer sedan verksamheternas texter. En mall som verksamhetsledarna kan använda finns i föreningshandboken. Sätt ett sista datum för verksamhetsledarna att lämna in sin del. Sammanfatta sedan deras texter och lyft gärna hur ert arbete i er förening är kopplat till organisationens nationella mål.

# Budget

Här lägger styrelsen ett förslag på hur föreningens pengar ska fördelas det kommande verksamhetsåret. Titta i verksamhetsledarnas verksamhetsplan för att se hur mycket pengar de önskar, se över vad som är rimligt i relation till hur mycket pengar föreningen har och sammanställ det i en gemensam budget. I den här mallen kan ni jämföra föregående års budget med resultatet för det verksamhetsåret (hämta siffor från bokslutet). Använd det sedan som underlag för att bestämma vad som är lämpligt att budgetera för det kommande året.

Glöm inte kostnader för styrelsen. Och vad finns det mer för kostnader för föreningen som inte hör till någon specifik verksamhet?

Intäkter – de pengar som kommer in till föreningen. Det här kan vara svårt att förutspå, ett beviljat bidrag är en typ av intäkt men inte något vi med all säkerhet vet kommer att komma in. Sätt ett belopp som känns möjligt, det kan ses som en målsättning.

Kostnader – de utlägg som tros kommer göras. Hur mycket pengar behöver verksamheterna, och hur mycket pengar planerar föreningen lägga på medlemsvärvning?

Budget Röda Korsets Ungdomsförbund *X-stad 202X*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Budget *2016*** | **Resultat *2016*** | **Budget *2017*** | Notering |
| **Intäkter** |  |  |  |  |
| *Fonder* | *5 000* | *6 000* | *10 000* | *Vi har hittat bra givare och tänker söka mer externa medel i år* |
|  | ***5 000*** | ***8 900*** | ***10 000*** |  |
|  |  |  |  |  |
| **Kostnader** |  |  |  |  |
| ***Verksamheter*** |  |  |  |  |
| *Kompisgruppen* | *5 000* | *6 254* | *6 500* | *Kompisgruppen överskred sin budget 2016, i och med att de kommer ha liknande utgifter i år beviljas de en större budget* |
| ***Styrelsen*** |  |  |  |  |
| *Fika* | *1 500* | *1 239* | *1500* |  |
| *Porto* | *200* | *205* | *200* |  |
| *Lokalhyra* | *2 500*  | *2 500* | *2 500* |  |
| *Medlemsvård* | *2 000* | *2 802* | *3 500* | *Vi har fått fler frivilliga, kostnaderna för medlemsvård kommer fortsätta öka* |
| *Medlemsvärvning* | *3 000* | *3 260* | *1 500* | *2016 beställde vi en roll-upp, 2017 behöver vi inte beställa så dyra saker* |
| *Kommunikation* | *300* | *350* | *375* | *Facebook-annonser* |
|  | ***13 700*** | ***16 610*** | ***14 625*** |  |

I det här budgetexemplet ser vi att *kostnaderna* för 2017 är större än *intäkterna*. Om föreningen inte ökar sina intäkter under året mer än vad de har beräknat, kommer de behöva ta pengar från sina tillgångar. Har föreningen en buffert är det inga konstigheter, men det är viktigt att styrelsen är medveten om föreningens ekonomiska situation. Med tanke på att vi kan se att föreningen gick back 2016, är det troligen läge för den här föreningen att hitta långsiktiga givare för att täcka sina kostnader.