

MISSING PEOPLE

Verksamhetsplan 2024 - Missing People Sweden

Inledning

Missing People Sweden är en ideell förening som publicerar efterlysningar och hjälper polis och anhöriga aktivt med att publicera efterlysningar och arrangera sökinsatser när en person försvinner.

Det finns ett stort behov av stöd för anhöriga när en närstående försvinner. Samhället saknar i dagsläget många resurser för att vara det stöd som krävs i en sådan svår situation. Föreningen vill bli tydligare när det gäller vilket arbete vi utför och vilken betydelse vi har i samhället. Vi ska sträva efter att bli bättre på att nå ut med vår information till dem vi kan hjälpa och vi ska profilera oss ännu starkare mot partners, sponsorer, allmänhet och organisationer. Vi vill vara det självklara valet för myndigheter och anhöriga när någon försvinner.

Det för föreningen viktigaste styrmedel är den definition vi har antagit i stadgarna under 1 §.

”Föreningen är en partipolitiskt och religiöst obunden förening som har till ändamål att publicera efterlysningar av samt samordna och genomföra eftersök för att finna försvunna personer i Sverige.

Föreningen ska uppfylla sitt ändamål genom att på kortast möjliga tid organisera eftersök och därmed bistå anhöriga samt polis. Vidare kan föreningen arbeta med opinionsbildning och information för att motverka att försvinnanden sker.”

Vision, mission, värderingar och mål

Styrelsen som tillträdde i april 2023 har utgått från det strategiarbete som gjorts tidigare år och uppdaterat detta, bland annat i samband med en workshop i september 2023. Strategin och inriktningen bygger på tidigare framtagna vision och mission samt värderingar. Verksamhetsplanen för 2024 utformas för att komma vidare mot det strategiska målet. Identifierade aktiviteter och åtgärder baseras på en SWOT-analys vid workshopen, där styrkor, svagheter, möjligheter och hot för att nå målen bedömts.

Beskrivningen av vision, mission, värderingar och mål etcetera kan grafiskt likna en pyramid uppdelad i flera segment där varje segment har en logisk koppling till överliggande och underliggande segment. På så sätt har vi en ”röd tråd” som genomsyrar verksamheten. Detta arbete ska därför ligga till grunden i beslutsfattandet kring det styrelsen och verksamheten ska göra framöver. Resultatet av arbetet blir en guide som hjälper oss att välja vad som skall göras, men även att hålla rätt kurs och fokus och välja bort det som vi inte ska göra. Allt vi gör som inte för oss närmare målet riskerar att hindra oss att nå målet, eftersom resurser konsumeras som annars kunnat användas för att nå det uppsatta målet. Alltså behöver vi vara beredda att säga nej till insatser som inte tar oss mot målet.

MISSING PEOPLE

I arbetet har vi tagit utgångspunkt i två viktiga frågor som kräver svar:

- Vart vill vi?
- Hur ska vi ta oss dit?

Resultat som vi förväntar oss är:

- En för Missing People levande verksamhetsplan som består av beslutad strategi som ska hjälpa oss närmare det uppsatta målet, där delmål hjälper oss hålla kursen.
- Prioriterade aktiviteter som styr mot uppsatta mål.
- Identifiera icke värdeskapande aktiviteter samt avveckla eller avstå från dessa.
- Delaktighet från oss alla i verksamheten i med- och motgång eftersom vi alla vet vart vi vill.

Styrelsen har påbörjat arbetet men vi förväntar oss att fler kan bidra med arbetet att definiera verksamhetens strategier och dess genomförande under de nästkommande åren.



Vårt arbete kan enklast visualiseras med pyramiden ovan. Genom att börja längst upp i pyramiden och säkerställa att vi har rätt vision kan vi enklare arbeta oss nedåt i de olika segmenten i pyramiden. Genom att svara på frågorna till höger kan vi enklare definiera innehållet i segmenten.

MISSING PEOPLE

Vår vision

"Ingen ska försvinna utan att hittas"

Styrelsen har sett i interna presentationer men även i externt material hur vår vision har definierats på olika sätt.

Detta är den vision som vi tidigare beslutat om, det är fortfarande den vision som vi ska hålla fast vid.

Vår mission

"Vi är en ideell organisation som hjälper anhöriga och polis att publicera efterlysningar och arrangera sökinsatser efter försvunna personer - vi hittar människor"

Detta är den mission som vi ska ha. Detta är våra yttersta arbetsinstruktioner och detta är det vi är bra på och hela tiden skall bli bättre på, att hjälpa anhöriga och polis att publicera efterlysningar och arrangera sökinsatser. Vi är duktiga på att hitta människor, vilket vi ska vara stolta över. Vi kommer hela tiden att bli bättre på detta, inte minst för att vi är en lärande organisation.

Vår vision avgränsar samtidigt vårt verksamhetsområde. Det är här vår verksamhet skall vara. Det hjälper oss att navigera runt bland de olika förslag och möjligheter på verksamhetsområden som vi ser som inte ligger inom vår kärnverksamhet och därmed inte skall vara det vi sysslar med. Vi kan därför enklare säkerställa att de resurser vi har tillgängliga i form av tid och kapital används för att just stärka vår mission.

Våra värderingar

"Omtanke, Engagemang och Professionalism"

Missing People är en demokratisk och inkluderande ideell organisation som ser till allas värde och lika rätt, oberoende av socialt eller biologiskt kön, hudfärg, språk, religion, sexuell läggning och nationellt eller socialt ursprung. Missing People värnar om medmänsklighet, omtanke och respekt gentemot alla som deltar i eftersök av en försvunnen person samt dennes anhöriga. Missing People förmedlar hopp genom att inte avsluta ett påbörjat eftersök av en försvunnen person så länge det finns frivilliga som vill delta.

Våra värdeord kommer från hur verksamheten startats, vuxit, formats och hur omgivningen ser på oss.

- Omtanke
- Engagemang
- Professionalism

Dessa värderingar är viktiga för oss som förening, men de är också viktiga för oss som individer och verkar i föreningen. För att vi ska kunna uppfylla vårt ändamål och samhällets förväntningar på oss är det viktigt att alla som representerar organisationen har en förståelse för hur de förväntas agera. Därför arbetar vi efter en

MISSING PEOPLE

uppförandekod med regler och riktlinjer som gäller för alla inom organisationen, oavsett om du är professionellt frivillig, styrelseledamot eller anställd.

Våra mål och strategier

Våra mål bör i största möjliga mån vara mätbara och gärna lite utmanande men ändå realistiska. Uppföljning och mätning av dem visar om vi har rätt kurs i vår verksamhet, om vi är på väg mot vår vision. Våra strategier definierar hur och när vi ska nå dessa mål. Vi ser att det är främst tre kategorier av mål:

- Organisatoriska mål
- Finansiella mål
- Varumärkesmål

Organisatoriska mål



Styrelsen har identifierat organisatoriska mål som vi bör eftersträva att nå. Arbete pågår hela tiden med att utvärdera om fler eller färre mål bör finnas med på listan. Detta är ett arbete som vi avser att göra tillsammans med aktiva i föreningen. Det mål som styrelsen har definierat som organisatoriskt mål är:

”En av de mest attraktiva organisationerna för ideellt engagemang och volontärinsatser i Sverige”

För att överleva i en tid där många ideella organisationer upplever att medlemsantalet sviker och färre har tid att engagera sig behöver vi utmärka oss och få fler engagerade medlemmar och aktiva. Vi behöver ha en tydlig inriktning och budskap som gör det lätt för människor att identifiera sig med oss. Vi behöver ha en stabil struktur som är framtidssäkrad.

För att nå detta mål ser vi främst att vi har tre strategier som vi bör arbeta efter. Men vi tror också att listan behöver kompletteras med ytterligare strategier:

- Vi ska finnas representerade och tillgängliga i hela landet.
- Vi skall arbeta för en enad organisation som styrs av våra värderingar.
- Vi ska vara en stabil och tydlig organisation.

Även om mycket har åstadkommits hittills, kan vi konstatera att organisationen är skör och behöver förstärkas. Med ytterligare struktur och processer minskar sårbarheten och beroendet av nyckelpersoner, i kombination med utökad rekrytering för att fler personer ska kunna dela arbetsbördan. Genom tydligare ansvarsområden

MISSING PEOPLE

och uppgifter blir det enklare att agera och även attrahera flera – man kan göra det man är bra på och avlasta andra.

Finansiella mål



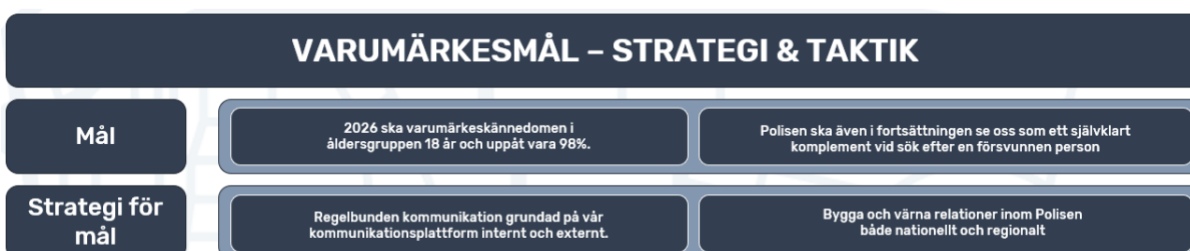
Styrelsen har identifierat finansiella mål som vi bör eftersträva att nå. Arbete pågår med att utvärdera vad som kan göras för att öka intäkterna. Styrelsen tror bland annat det är en framgångsfaktor att engagera flera personer i insamlingsarbetet och öka samarbetet mellan regioner. De mål som styrelsen har definierat som finansiella mål är:

- *”Finansieringen av verksamheten ska vara långsiktig”*
- *”På kort sikt behöver intäkterna ökas för att inte äventyra föreningens överlevnad”*
- Det är viktigt att vår finansiering har ett långsiktigt perspektiv, men även på kort sikt behöver intäkterna ökas för att inte äventyra MPS överlevnad.

För att nå detta ser vi främst att vi har fyra strategier som vi bör arbeta efter.

- Säkra finansiering genom fler intäktströmmar och på så sätt minimera risken att inte kunna bedriva den planerade verksamheten
- Öka lojaliteten hos befintliga givare
- Bearbeta nya målgrupper för rekrytering av givare
- På sikt bli medlem i Svenska Postkodföreningen och förmånstagare till Svenska Postkodlotteriet

Varumärkesmål



Styrelsen konstaterar att vårt varumärke är starkt, men att preferensen, dvs viljan att skänka pengar till just MPS, kan vara högre. För det närmaste året kommer därför

MISSING PEOPLE

endast aktiviteter gällande preferens att prioriteras, tillsammans med att stärka kunskapen om MPS hos polisen.

- *"Preferens"* - Allmänhetens och organisationers preferens för att ha MPS som förstahandsval för bidrag, sponsring och donationer ska öka
- *"Polisen ska även i fortsättningen se oss som ett självklart komplement vid sök efter en försvunnen person."*

Vårt varumärke är idag starkt och välkänt. Vi behöver fortsätta att exponera oss och bygga varumärket på ett sådant sätt att även viljan att skänka pengar ökar. Vi vill också fortsätta att bygga våra relationer med Polisen och andra myndigheter, på nationell såväl som på regional nivå.

Sammanfattningsvis har vi två inriktningar att arbeta efter:

- Regelbunden kommunikation grundad på vår kommunikationsplattform internt och externt med fokus på att öka preferensen för MPS.
- Bygga, utöka och värna relationer inom Polisen, både nationellt och regionalt.

Taktik och aktiviteter

För att nå våra strategier och mål behöver vi en taktisk plan på hur vi ska arbeta framöver. När vi tillsammans har beslutat om den är nästa steg att identifiera de huvudaktiviteter som krävs för att nå våra mål. Detta kommer bli vårt huvudsakliga körschema, för styrelsen såväl som för kansli och övriga aktiva. Det kommer även bli tydligare för oss alla att välja bort de aktiviteter som inte bidrar till att vi når våra mål.

Utifrån den workshop med SWOT-analys som hölls 23 september har styrelsen identifierat följande iakttagelser och lämpliga åtgärder som får bli fokusområde för resten av 2023 och hela 2024.

Organisatoriska mål – Organisation och resurser

Sammanfattning:

- Bli en attraktiv organisation att engagera sig i eller arbeta för
- Skör organisation
- Otydliga roller och resurser
 - Få personer som "gör allt"
 - Tidsbrist, överarbetade
 - Viktiga saker blir inte gjorda
 - Svag succession
 - Konflikter
 - Svagt ledarskap
- Personberoende
- Varierande kvalitet

MISSING PEOPLE

Åtgärd:

- Se över organisationen, bla genom projektet Resursöversyn, för att stärka den
 - Förtydliga struktur, ansvar, mandat & uppgift och gränsdragningar etc
- Använd kompetensen i organisationen, bla nationellt och samarbete över regioner
- Komplettera RLG med fler resurser som avlastar med tex admin, insamling, SoMe
- Stärk rekrytering av resurser såväl nationellt som regionalt
- Stärk de svagare delarna i organisationen med hjälp av de starka, bygg även vidare på de starka
- Avlasta kansliet med ideella krafter
- Vidareutveckla ledarskap och utbildningar

Finansiella mål – intäkter

Sammanfattning:

- Intäkterna behöver öka – nå 5 MSEK per år

Åtgärd:

- Arbeta enligt ny eller uppdaterad insamlingsstrategi
- Konvertera sökarregistret till sponsorer/stödmedlem (inte fullödlig medlem med rösträtt etc)
- Konvertera till månadsgivare
- Hitta företagssponsorer till sms-kostnaden för sökarregistret
- Öka synligheten och givarpreferens med kommunikationsplan
- Använd ambassadörer bättre för synlighet, givarpreferens och insamling

Varumärkesmål – Polisen

Sammanfattning

- Kontakterna med Polisen uppfattas på vissa håll som otydliga och polisens kunskaper om MPS kan förbättras
- Vi har bristfälliga kunskaper om vad som krävs för att öka givares preferens för MPS

Åtgärd:

- Förtydliga kontakterna på såväl nationell som regional nivå och presentera även lokalt vad MPS kan och inte kan erbjuda
- Genomföra varumärkesmätning som inkluderar frågor om givarpreferens samt vidta nödvändiga åtgärder inom kommunikation för att bidra till varumärkesbyggandet