

Strategi 2026-2028

Maana[®]

Stöttar unga. Utbildar vuxna.

Innehåll

Drömscenario 2035	3
Vision, mission, framtida position och mål 2028	8
Till-lägen och aktiviteter	11
KPI:er och mätetal	20
Sekvensiering av aktiviteter	23

Drömscenario 2035

Maanas målbild 10 år framåt för att påminna oss om vad vi vill uppnå på lång sikt

Drömscenario 2035

Vi har en god ekonomi med flera
intäktskällor.

Vi är nationella i alla avseenden.

Vi finns för fler, med fortsatt
separatism.

Alla i Sverige känner till vår
organisation.

Vi utför uppdrag på beställning av
offentlig sektor.

Chatten är öppen varje dag.

Vi är experter, vår kunskap är
efterfrågad.

Vi utbildar i hela Sverige.

Sammanställning: Drömscenario 2035

Utbildning

Utbildningsverksamheten är större med fler anställda och med uppdrag i hela landet.

Synlighet

Alla i Sverige känner till vår organisation.
Vi syns i många sammanhang och uppmärksammas för våra insatser. Man vill förknippas med oss.

Ekonomi

Vi har en stabil ekonomi som grundar sig på flera intäktskällor: bidrag, sponsring och egna inkomster.

Sammanställning: Drömscenario 2035

Offentlig sektor/ uppdragsgivare

Vi är ett komplement till offentlig sektor och utför uppdrag för dem.

Fler målgrupper (fast uppdelat)

Vi ger stöd till fler målgrupper, både unga som vuxna. För att bibehålla separatism och trygga rum behöver vi skapa fler avdelningar.

(Inter)nationellt

Vi finns på fler platser i landet fysiskt (kontor/verksamhet). Vi har utbyten med andra länder för att få in mer kunskap och bedriva verksamhet på bästa sätt.

Sammanställning: Drömscenario 2035

Chatt

Vi fortsätter att erbjuda medmänskligt stöd. Chatten är öppen varje dag.

Kunskap/experten

Vi är en expert inom vårt område. Vi blir tillfrågade i sakfrågor och samarbetar med universitet och forskare. "Är du okej?" är en kunskapskälla som är efterfrågad och får mycket synlighet.

Vision, mission, framtida position och mål 2028

Maanas mål 3 år framåt

Vision, Mission & Framtida position 2028

Vision

Vad vi vill
uppnå

Ett jämställt samhälle där tjejer har lika rättigheter
och goda livsvillkor.

Mission

Hur vi vill
uppnå det

Vi stöttar och stärker tjejer, vi lyfter deras röster!

Framtida position 2028

Vi är ambassadörer för **tjejer**.

Vi är en **välkänd organisation** som är **experter** på och
arbetar för **tjejers livsvillkor** genom stöd och utbildning
i **hela Sverige**, med vår bas i **Västra Götaland**.

Framtida position, strategins 3 områden och deras tillhörande mål 2028

Vi är ambassadörer för **tjejer**.

Vi är en **välkänd organisation** som är **experter** på och arbetar för **tjejers livsvillkor** genom **stöd och utbildning i hela Sverige**, med vår bas i **Västra Götaland**.

2

Stödverksamhet

Vi ska ge mer målgruppsanpassat stöd genom att utveckla vår stödverksamhet. Vi ska fortsätta bedriva kvalitativt stöd som utgår från målgruppens behov och önskemål.

3

Utbildningsverksamhet

Vi ska utveckla vår utbildningskatalog för att ge mer kunskap om, och därmed förbättra, ungas livsvillkor på fler platser i Sverige.

1

Skapa förutsättningar

Vi ska fokusera på varumärkesspridning och en god ekonomisk situation, för att kunna fortsätta bedriva målgruppsanpassad och kvalitativ verksamhet med utrymme att utvecklas.

Till-lägen och aktiviteter

Maanas handlingsplan för att uppnå målen 2028

1 Skapa förutsättningar (sidan 1/2)

Förändringar som behövs för att vi ska nå vår målposition 2028

Från 2025

Samverkan & samarbeten

- 1 Vi har en etablerad samverkan och goda relationer med relevanta funktioner i Göteborgs stad och Västra Götalandsregionen. Vi blir tillfrågade i sakfrågor, har kunskapsutbyten och ökar kännedomen om Maana.
- 2 Vi har goda relationer med Västra Götalandsregionen och deltar aktivt i olika regionala sammanhang.
- 3 Vi har ett etablerat samarbete med Gothenburg Horse Show som charity partner, med fokus på varumärkesspridning och att nå ut till våra målgrupper.

Kommunikation

- 4 Vi har skapat en kommunikationsplan för att förenkla överblick och genomförande av kommunikationsinsatser som är mer målgruppsanpassade och når hela Västsverige.
- 5 Vi har hittat vår catchphrase och vårt varför. Vi är starka i vår kommunikation i digitala medier gentemot våra målgrupper, men i traditionella medier har vi svårare att nå ut med vår kunskap om ungas livsvillkor.

Till 2028

Vi har fortsatt nära relationer med Göteborg och Västra Götalandsregionen och värnar vår lokala anknytning genom att prioritera våra befintliga kontaktnät och lokala samarbeten.

Vi har skapat nya relationer med minst två nya regioner för att kunna expandera våra två verksamhetsben och öka kännedomen om Maana.

Vi har en ny återkommande större samarbetspartner för att stärka vårt varumärke och öka kännedomen om oss.

Vi har förfinat vår kommunikationsplan och förankrat den på ett tydligt sätt i verksamheten för att säkerställa måluppfyllnad och att den efterlevs.

Vi når ut med vårt budskap och har en tydlig plan för hur och när detta ska göras för att nå traditionella medier och nå igenom mediebruset. Vi har definierat vad vi ska förmedla för att förbättra tjejers livsvillkor och skapa uppmärksamhet kring föreningen.

1 Skapa förutsättningar (sidan 2/2)

Förändringar som behövs för att vi ska nå vår målposition 2028

Från 2025

Interna strukturer

6

Vi har en väletablerad, separatistisk verksamhet som verkar för tjejers rättigheter och livsvillkor.

7

Vi har en rekryteringspolicy som ligger till grund för all rekrytering: för volontärer, anställda och styrelse. Vi arbetar mot en god representation men når inte hela vägen fram.

Ekonomi

8

Vi har ett 90-konto men stora problem med både insamling och sponsring.

9

Vi har haft mycket omkostnader och behövt använda vår buffert och därmed haft nästintill inget ekonomiskt skyddsnät verksamhetsåren 2022-2025.

10

Vi har tre återkommande bidragsgivare som finansierar verksamheten, men svårt att få mer medel från dessa för att kunna växa.

Till 2028

Vi har undersökt och kartlagt vad som skulle krävas för att kunna ge stöd till fler målgrupper, ex. vilken organisationsform vi skulle ha och hur verksamheten då skulle bedrivas.

Vi är en inkluderande förening med god representation där en känner sig välkommen.

Vi har en anställd säljare som arbetar med sponsring och insamling. Vi når upp till 75% ändamålsenliga kostnader i enlighet med 90-kontos krav.

Vi har en egen buffert som utgör minst 5% av föreningens omsättning.

Vi har en ny bidragsgivare som löpande finansierar verksamheten för att kunna utvecklas och expandera.



1 Skapa förutsättningar (sidan 1/2)

För att vi ska nå vår målposition 2028 för Skapa förutsättningar genomför vi 6 aktiviteter

Till-läge	Aktivitet	Syfte & innehåll	Tidsram
1 2	Samverkan & samarbeten 1a Etablera oss i minst två nya regioner.	<ul style="list-style-type: none">• Syftet är att öka kännedomen om Maana och stärka varumärket genom att bibehålla befintliga kontaktnät och skapa nya.• Undersöka vilka regioner vi ska rikta oss mot.• Kartläggning av vilka steg vi behöver ta för att etablera oss i nya regioner, ex: kontakta lokala RF Sisu, kartlägga vilken konkurrens som finns och vilka nätverk vi kan delta i, och hur vi marknadsför Maana i allmänhet och utbildnings- samt stödverksamheten mer specifikt.	04-2026 - 12-2028
3	1b Ha en ny större samarbetspartner.	<ul style="list-style-type: none">• Syftet är att öka kännedomen om Maana och stärka varumärket, det huvudsakliga syftet är inte sponsring.• Kartlägga vilka vi skulle kunna samarbeta med på ett liknande sätt som med Gothenburg Horse Show.	06-2026 - 12-2028
4 5	Kommunikation 1c Förfina kommunikationsinsatser för större måluppfyllnad.	<ul style="list-style-type: none">• Syftet är att tydliggöra vad vi kommunicerar till vem, och förtydliga våra budskap, för att både nå våra mål och få mer intresse och uppmärksamhet kring de frågor som vi lyfter.• Förfina vår kommunikationsplan, ha med både internt/externt, SoMe, PM, fysiska utskick, nyhetsbrev mailkontakt, etc.• Fastställa vad vi ska lyfta i ex pressmeddelanden och vid kontakt med media för att väcka uppmärksamhet och nå ut med våra ämnen.	04-2026 - 12-2027

1 Skapa förutsättningar (sidan 2/2)

För att vi ska nå vår målposition 2028 för Skapa förutsättningar genomför vi 6 aktiviteter

Till-läge	Aktivitet	Syfte & innehåll	Tidsram
6 7	Interna strukturer 1d Undersöka organisationsform och att ge stöd till fler målgrupper.	<ul style="list-style-type: none">• Syftet är att genomföra en förstudie för att få kunskap om vad det skulle innebära för föreningen att ge stöd till fler målgrupper, i 10-årsvisionen finns en tanke om stöd till killar. På kortare sikt finns det intresse av att undersöka stöd till specifika grupper inom gruppen tjejer, stöd till vårdnadshavare, etc. Vi behöver undersöka vad ev förändringar skulle innebära på såväl lång som kort sikt för verksamheten organisatorisk, ekonomiskt, resursmässigt, osv.• Undersöka vilka målgrupper det är av intresse att ge stöd till på kort och lång sikt.• Undersöka hur nuvarande bidrag skulle påverkas, vilken organisationsform vi skulle behöva ha och hur verksamheten skulle bedrivas i praktiken då vi vill bibehålla hur vi ger stöd i nuläget: tjejer ger stöd till tjejer; och ev i framtiden, killar ger stöd till killar; osv.• Detta innebär inte att implementering av ny organisationsform eller stöd till fler målgrupper kommer ske innan 2028.	01-2027 - 12-2028
8 9	Ekonomi 1e Arbeta aktivt med sponsring och insamling.	<ul style="list-style-type: none">• Syftet är att förbättra Maanas ekonomiska situation och stärka varumärket för att skapa trygghet och förutsättningar för långsiktighet och utveckling av verksamheten.• Anställa en säljare för att arbeta med sponsring och insamling.• Ha ett tydligt arbete med sponsring och insamling för att uppnå till-lägen gällande: nå till minst 75% ändamålsenliga kostnader samt bidra till att ha buffert på 5% av omsättningen.	05-2026 - 12-2028
9 10	1f Ha fler intäktskällor.	<ul style="list-style-type: none">• Syftet är att skapa fler intäktskällor för att främja långsiktighet, göra föreningen mindre sårbar och skapa utrymme för att växa samt utvecklas.• Ha etablerat en ny ordinarie bidragsgivare som är återkommande.• Hitta samarbeten som kan generera intäkter, försäljning av varor, välgörenhetsauktioner, vara förmånstagare, etc.	04-2026 - 12-2028

2

Stödverksamhet (sidan 1/1)

Förändringar som behövs för att vi ska nå vår målposition 2028

Från 2025

- 1 Vi har lagt ett stort fokus på att öka kännedomen om oss för att fler ska kunna söka stöd, framförallt i Västsverige och Göteborg.
- 2 Vår stödverksamhet är välkänd i Västsverige, men främst i våra kontaktnät.
- 3 Vi har kvalitetssäkrat och utvärderat våra nuvarande stödfunktioner. Deras input har resulterat i att vissa stödfunktioner avvecklats.
- 4 Vi har inte nått upp till det antal Digitala storasystrar vi ämnade ha 2025, detta har också inneburit att vi inte kunnat ta emot så många stödsamtal som vi haft som målsättning.
- 5 Vi har arbetat med att "alla tjejer" ska kunna få stöd av oss, något som är svårt i praktiken då vårt stöd har vissa inneboende begränsningar.
- 6 Vi har hittat vår föreningskänsla och är en välkomnande och omtyckt förening där volontärer vill engagera sig, stanna länge och är trygga i sitt uppdrag. Vi har en tydlig struktur för möten och aktiviteter i stödverksamheten.



Till 2028

- Vi har en nationell stödverksamhet och arbetar aktivt med att öka kännedomen om oss för att fler ska kunna få stöd i hela Sverige.
- Vi är en välkänd aktör bland vuxna i de regioner vi samverkar med, för att fler ska kunna hänvisa till vårt stöd.
- Vi har utökat vår stödverksamhet baserat på målgruppens önskemål och behov och vad som är görbart för verksamheten.
- Vi ska ha 30 Digitala storasystrar för att fler som vill ha en längre samtalskontakt ska kunna få det. Vi ska ha en plan både för att rekrytera Digitala storasystrar och stödsökande.
- Vi har identifierat ytterligare grupper som behöver stöd och undersökt förutsättningarna för att ge stöd anpassat efter deras behov, utifrån verksamhetens förutsättningar.
- Vi är den självklara föreningen att välja när man vill engagera sig ideellt för att förbättra tjejers livsvillkor. Vi är en välkomnande och trygg förening.

2

Stödverksamhet (sidan 1/1)

För att vi ska nå vår målposition 2028 för Stödverksamheten genomför vi 3 aktiviteter

Till-läge	Aktivitet	Syfte & innehåll	Tidsram
1 2 6	2a Stabil och trygg förening.	<ul style="list-style-type: none"> • Syftet är att på olika sätt skapa en långsiktighet i föreningen och öka kännedomen om Maana. • Vi ska ha en plan för att synliggöra stödverksamheten nationellt, och i de regioner vi samverkar med i enlighet med aktivitet 1a (se tillvägagångssätt i aktivitet 1a). • Vi ska verka för att fler vuxna känner till oss så att de kan tipsa tjejer om att söka stöd hos oss. • Vi ska fortsätta bedriva kvalitativt stöd både genom våra digitala stödfunktioner och i form av fysiska tjejgrupper. • Vi ska skapa förutsättningar för att fler vill engagera sig ideellt hos oss och stanna längre i föreningen. 	04-2026-12-2028
4	2b Digitala storasyster ska vara en välfungerande stödform.	<ul style="list-style-type: none"> • Syftet är att skapa en stabilitet i stödformen Digitala storasyster för att kunna utöka denna. Det är ett koncept vi tror på och som finansieras av VGR, men som måste prioriteras för att kunna växa. • Vi ska ha en plan för Digitala storasyster som avser både volontärförsörjning och rekrytering av stödsökande för att uppnå till-läget om 30 Digitala storasyster. • Vi ska se över hur stödformen organiseras för att förenkla och optimera. 	09-2026 - 06-2027
3 5	2c Utveckla stödverksamheten.	<ul style="list-style-type: none"> • Syftet är att ta tillvara på det arbete som gjordes med utvärdering och kvalitetssäkring i strategin 2023-2025 för att erbjuda det stöd unga eftersöker. • Vi ska utveckla stödverksamheten i enlighet med den input vi fick i våra undersökningar bland stödsökande och volontärer och vad som är görbart i verksamheten. I första hand innebär det en utveckling av våra befintliga stödformer, ex i form av att öppna fler kvällar i stödchatten. 	01-2027-12-2028

3

Utbildningsverksamhet (sidan 1/1)

Förändringar som behövs för att vi ska nå vår målposition 2028

Från 2025

- 1 Vi har ett folkbildande förhållningssätt och vi är experter inom vårt område, vi sprider vår kunskap i hela Västsverige och blir tillfrågade i sakfrågor, för att uppfylla föreningens vision och mission.
- 2 Vi är en välkänd utbildningsaktör i Västsverige och blir rekommenderade av andra.
- 3 Vi har en tydlig plan och struktur för utbildningsverksamheten: hur den ska vara utformad, vilka vi ska nå och hur vi ska nå dem.
- 4 Vi har varit utbildare för RF Sisu i deras ämnen vilket varit positivt ur ett varumärkesperspektiv men inte genererat så mycket intäkter.
- 5 Vi har färdiga utbildningar anpassade efter målgrupp.
- 6 Vi har utbildat mycket i idrottsföreningar genom vårt samarbete med RF Sisu vilket varit positivt, men också inneburit att vi inte kunnat utföra våra egna utbildningar i samma utsträckning.

Till 2028

- Vi är experter på ungas livsvillkor och utbildar i minst fyra regioner, varav två är våra nuvarande: Västra Götaland och Halland.
- Vi är en välkänd aktör och det självklara valet att beställa utbildningar av i de regioner som vi samverkar med.
- Vi har en tydlig plan och struktur för utbildningsverksamheten och dess expansion samt utförande i fler regioner: hur den ska bedrivas, vilka vi ska nå och hur vi ska nå dem.
- Intäkter från utbildningsverksamheten motsvarar 50% av dess omkostnader, på så sätt skapar vi en buffert bestående av egna medel som kan användas till utveckling av verksamheten.
- Vi har färdiga utbildningar anpassade efter målgrupp och har utvecklat ytterligare koncept såsom workshops, vidareutbildningar och metodmaterial baserat på behov hos målgrupperna och interna trender.
- Vi har ett fortsatt nära samarbete med RF Sisu som utförare av deras utbildningar, men 75% av genomförda utbildningar är våra egna.

3

Utbildningsverksamhet (sidan 1/1)

För att vi ska nå vår målposition 2028 för Utbildningsverksamheten genomför vi 2 aktiviteter

Till-läge	Aktivitet	Syfte & innehåll	Tidsram
1 2 3 5	3a Utveckla utbildningsverksamheten.	<ul style="list-style-type: none"> • Syftet är att i enlighet med aktivitet 1a etablera utbildningsverksamheten i minst två nya regioner, och att se över våra produkter. Detta bidrar till att öka kännedomen om oss och stärka vårt varumärke. • Vi ska kartlägga hur etableringen i nya regioner ska gå till (se 1a för tillvägagångssätt). • Vi ska förфина det material vi har och skapa nytt material utefter vad målgruppen unga förmedlar till oss och de behov vi ser hos både unga och vuxna. 	04-2026 - 12-2027
2 4 6	3b Sälja fler egna utbildningar.	<ul style="list-style-type: none"> • Syftet är att nå ut med vår kunskap i enlighet med föreningens syfte, vision och mission samt att skapa intäkter för att främja en tryggare ekonomisk situation och föreningens kvarlevnad på lång sikt. • Vi ska upprätthålla de kontakter och goda relationer vi har och även identifiera samt rikta oss mot nya potentiella kunder framförallt i de regioner vi samarbetar med. • Vi ska ha en tydlig plan för försäljning och synas och höras kontinuerligt på olika sätt mot befintliga/nya kunder för att bidra till att nå till-lägen: att 75% av genomförda utbildningar är våra egna och att utbildningsverksamheten finansierar 50% av sina egna omkostnader. 	04-2026 - 12-2028

KPI:er och måttetal 2028

Nyckeltal att följa upp för att säkerställa måluppfyllnad 2028

KPI:er vi behöver följa upp för att nå vår framtida position och våra mål

Aktivitet	KPI	Syfte	2026	2027	2028
1e	Insamling & sponsring.	<p>Genom insamling/sponsring skapa en ekonomisk stabilitet och trygghet för att nå till-lägen om 5% av buffert samt minst 75% ändamålsenliga kostnader 2028. Den totala summan delas upp mellan insamling privatperson och sponsring företag:</p> <p>Insamling privatperson: Sponsring företag:</p>	<p>100.000</p> <p>20.000 80.000</p>	<p>150.000</p> <p>40.000 110.000</p>	<p>250.000</p> <p>50.000 200.000</p>
2a	Antal chattar.	Genom att följa upp antalet chattar får vi en indikation på hur väl vi når ut till målgruppen. Korrelationen mellan chattar och marknadsföring är tydlig, och genom tydliga mål och uppföljning skapar vi förutsättningar för att fler kan få stöd av oss.	3500	4000	4500
2b	Antal Digitala storasystrar.	Genom att skapa goda förutsättningar för stödformen i form av en ny plan för hur den ska organiseras och ett större antal aktiva volontärer, kan stödformen utvecklas och fler få stöd på ett sätt vi tror mycket på.	15	20	30
3b	Egna genomförda utbildningar.	Genom att sälja egna utbildningar så arbetar vi både med varumärke och vår ekonomiska trygghet. Målen är satta utifrån hur många utbildningar á 15.000:- vi behöver sälja 2028 för att täcka 50% av utbildningsverksamhetens omkostnader: cirka 250.000:-.	10	15	19

Mätetal vi behöver följa upp för att få viktiga insikter om verksamheten

Dessa följs upp i de halvårsvisa uppföljningarna av strategin

Mätetal

Syfte

Chattstatistik.

- Viktiga insikter kring vad stödsökande pratar om.
- Viktiga insikter kring hur kunskapshöjande insatser påverkar vilka som söker sig till oss.

Antal medlemmar.

- Indikation på föreningens utveckling.

Antal ideella timmar.

- Mått på den tid våra volontärer lägger oavlönat på att ge stöd i chatten.

Antal användare Stella.

- Indikation på användningen av Stella.

Antal chatttimmar.

- Påvisar stödet vi ger i form av samtalstid.

Mätetal

Syfte

Antal ansökningar Digital storasyster.

- För att veta hur många stödsökande som ansökt om en Digital storasyster.

Antal stödkontakter Digital storasyster.

- För att veta hur många stödsökande vi tagit emot och som slutfört en stödkontakt med en Digital storasyster.

Antal utbildningsförfrågningar.

- Indikation på hur många som känner till våra utbildningar.
- Indikation på efterfrågan.
- Kan jämföras med antal genomförda.

Antal besök hemsida.

- Måttstock på att vi når ut.
- Sidbesök indikation på vem som besöker i vilket syfte.

Antal utbildade personer.

- För att veta hur många vuxna som utbildats.

Sekvensering av aktiviteter

Överblick av strategins aktiviteter, hur resurskrävande de är
och när de ska genomföras

Sekvensering av strategins aktiviteter

Översikt över hur resurskrävande aktiviteterna är och när de ska genomföras

