

Motion #601

Övriga

Hörselskadades distrikt i Örebro

Marknadsföra våra aktiviteter

Hemsidan hrf.se har många klick innan man kommer till den specifika föreningens verksamhet. För den oinvidde kan det vara svårt att hitta verksamheten i sin hemkommun.

I Örebro Län arbetar vi med att marknadsföra alla våra 3 föreningars aktiviteter tillsammans med distriktets aktiviteter. Alla våra aktiviteter hittar man på sidan ***aktivhrf-orebrolan.se***

Där kan besökaren söka på sin hemort, eller på ort i närheten, oavsett vilken förening som genomför aktiviteten. Ibland bor man mellan 2 föreningar och har lika långt till båda. Man kan också söka specifik aktivitet, som till exempel bowling. Därefter kan man enkelt anmäla sig till aktiviteten med några få klick. Man får ett bekräftelsemejl, och vi (som förening eller aktivitetsledare) kan nå deltagaren via mejl om aktiviteten blir flyttad, inställd eller lämna mer information inför aktiviteten. Deltagaren kan också välja att bli påmind inför aktiviteten. Deltagaren kan med ett klick lägga in all information om vald aktivitet i sin egen digitala kalender.

Hörselskadades distrikt i Örebro Län har börjat använda denna aktivitetsportal och kommer fortsätta utveckla produkten. Med hjälp av sidan kan man bland annat enkelt skriva ut ett informationsblad och skicka till de medlemmar man inte har e-postadressen till, etcetera. Ledaren får påminnelse efter genomförd aktivitet, att skriva antal deltagare och några ord om aktiviteten. Detta sparas inför arbetet med verksamhetsberättelsen.

Vårt viktigaste fokus i arbetet är:

- Man behöver inte vara datakunnig för att hitta information om aktiviteter, anmäla sig till någon av dem, eller som ledare lägga in aktiviteter, kolla anmälningar och så vidare.
- Informationen ska vara lättläst och tydlig.

Vi i HRF:s organisation behöver:

Ett lättarbetat verktyg, som inte kräver stor datakunnighet. Med få klick, ska besökaren hitta aktiviteter på sin hemort, eller grannkommunen. Där deltagarna lätt kan anmäla sig och spara information i sin digitala kalender, samt få påminnelser.

Vi bör möta den yngre generationen som är födda med en dator i handen. De är vår framtid.

Hemsidan: hrf.se innehåller all bra information om hörsellinjen, olika myndighetsbeslut, bestämmelser, rättigheter och så vidare.

Tänk www.aktivhrf.se

Vill du komma på en aktivitet så söker du www.aktivhrf.se klicka på ditt Län, sök din stad. Hitta aktiviteter. Klicka anmäl, klicka och få in aktiviteten i din digitala kalender. (OBS sidan [aktivhrf.se](http://www.aktivhrf.se) är inte i bruk, se hur det kan se ut på www.aktivhrf-orebrolan.se)

Vi föreslår kongressen besluta att

1. förbundet ska satsa på en digital utveckling.
2. distrikt och föreningar får lättanvända digitala verktyg, som marknadsför aktiviteterna på respektive ort. Samt hjälper besökaren att anmäla sig, bli påmind och kunna lägga i sin egen digitala kalender.

Yttrande

Förbundsstyrelsen instämmer i att digital utveckling är viktigt. Det bidrar till att vår organisation och vår information blir både tillgänglig och lättillgänglig.

HRF har under lång tid lagt ner stora resurser på att utveckla vår digitala närvaro, inte minst på webben. Vår webbplats hrf.se omfattar nyheter, organisationsinformation, hörselkunskap, webbutik, digitalt hörseltest och mycket mer. Via webben erbjuder vi också personlig hörselrådgivning, Auris som e-tidning, samt såväl medlemsanmälningar som gåvor och köp. Listan kan göras lång.

HRFs lokala verksamhet är en viktig del av detta. Våra föreningar och distrikt har möjlighet att ha egna webbsidor på HRFs webbdomän – där finns idag över 100 lokala webbsidor, som bland annat omfattar. Här finns också kalendarium för information om lokala aktiviteter.

För HRFs lokala verksamhet finns också intranätet HörNet, med information och resurser, samt en särskild webbutik.

Inte minst har det skett en stor digital utveckling när det gäller medlemservice och medlemsregister. Numera kan medlemmar få webbaserad åtkomst till sina medlemsuppgifter på "Mina sidor" och föreningar/distrikt kan hantera sina registerdata i en ny digital plattform.

Förbundet har alltså gjort stora satsningar på digital utveckling och kommer fortsätta arbeta för att förvalta och utveckla vår digitala närvaro. Men HRF behöver alltid göra avvägningar mellan resurser och nytta, mellan vad som är rimligt och möjligt. Det är därmed bättre att ta upp frågor som rör praktisk webbutveckling med förbundskansliet, inför framtagande av årlig verksamhetsplan och budget.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att bifalla första att-satsen i motion 601

att anse andra att-satsen i motion 601 besvarad

Motion #602

Övriga

Hörselskadades distrikt i Norrbotten

Möjlighet att skicka sms via HRFs medlemsregister till enskilda medlemmar eller grupper av medlemmar

Att skriva text är fortfarande den vanligaste metoden för att skicka meddelanden på nätet och sms är den vanligaste tjänsten. Fördelar med tjänsten är bla. snabbhet, tillgänglighet, enkelhet och användbarhet. Trots begränsningar i antalet tecken och att det innebär en mindre kostnad per sms är funktionen med utskick via ett medlemsregister i dag en etablerad funktion i flertalet intresseorganisationer. Kostnader för brevporto ökar allt eftersom och utgör i dag en stor och betungande post i föreningarnas budget. En liknande trend förekommer även för annonsering i dagspress och gratisblad. Som komplement eller i kombination med mailutskick kan denna möjlighet bidra till att minska dessa kostnader.

Kommentar: Motionen är har behandlats och beslutats i följande distriktsstyrelse på följande datum: HRF Västernorrland - 2024-12-07, HRF Västerbotten - 2025-01-15, HRF Jämtland-Härjedalen - 2025-01-14 och HRF Norrbotten - 2025-01-12.

Vi föreslår kongressen besluta att

1. uppdra till förbundsstyrelsen att utarbeta och införa rutiner för att möjliggöra sms-utskick via medlemsregistret för distrikt och lokalföreningar, inklusive fakturering av avgiften per sms till självkostnadspris per förening.

Yttrande

Sms är ett viktigt steg för att utveckla kommunikationen inom organisationen och på så vis kunna engagera fler medlemmar lokalt. Vi ser också hur andra organisationer, exempelvis PRO, framgångsrikt använder sms för att kommunicera med medlemmar.

Tekniskt sett är det möjligt för föreningar att skicka sms från medlemsregistret till sina medlemmar, men detta kräver viss utveckling i systemet och längre fram utbildning till de föreningar som önskar nyttja denna tjänst. Dessutom kräver det en ny rutin för fakturering till varje förening för de sms som föreningen skickar varje månad. Ett sms kostar idag cirka 50 öre och är en kostnad som föreningen själv måste stå för om föreningen vill nyttja tjänsten.

För att kunna nyttja den här tjänsten krävs också aktuella mobilnummer till medlemmar, samt möjlighet för medlemmen att tacka nej till kommunikation via sms. Andra regelverk för kommunikation via sms till medlemmar från föreningen behöver också utredas för att säkerställa att tjänsten nyttjas på korrekt sätt.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att anse motion 602 besvarad

Motion #603

Övriga

Susanne Nyberg

Inkludera alla hörselskadade

När HRF marknadsför sig, så talas om 1,5 miljoner hörselskadade (14%). Enligt HRF:s egen hemsida har 20% av svenska befolkningen tinnitus. Tinnitus är en hörselskada. Har man tinnitus, så är man hörselskadad. Vilket innebär att 20% av svenska befolkningen är hörselskadade. Inte 14%.

Tyvärr är tinnitus något som ökar rejält i samhället. Genom att synliggöra denna typ av hörselskada, kanske vi kan hjälpa till att bromsa utvecklingen.

HRF måste bli bättre på att marknadsföra sig. HRF måste börja använda rätt begrepp och använda sina egna siffror. Antingen pratar vi om 14% med nedsatt hörsel. Eller så pratar vi om 20% hörselskadade.

Jag föreslår kongressen besluta att

1. organisationen är tydlig i sin marknadsföring vad de olika siffrorna står för. (14% = nedsatt hörsel eller 20 % = Hörselskadade).
2. förbundet tar fram nya siffror, för olika typer av hörselskador

Yttrande

Det är viktigt att vi i HRF använder korrekta och aktuella siffror. Att vara noga med fakta är en del av vår värdegrund och en viktig förutsättning för organisationens trovärdighet.

”Hörselskadade” använder HRF som ett samlingsbegrepp för flera olika diagnoser: hörselnedsättning, Menières sjukdom, tinnitus och ljudöverkänslighet. Dessa hörselskadegrupper överlappar varandra. Det är till exempel vanligt att personer med Menières sjukdom har både hörselnedsättning och tinnitus. Det finns också beräkningar som pekar på att fyra av fem med tinnitus har hörselnedsättning.

I begreppet ”hörselskadade” har HRF räknat in personer med svår tinnitus och svår hyperakusi (den vanligaste ljudöverkänslighetsdiagnosen). Det stämmer att cirka 20 procent i enkäter har uppgivit att de upplever tinnitus, men graden av besvär varierar. När HRF säger ”hörselskadade” inkluderar HRF därför de cirka 3 procent som uppger att de har svår tinnitus och därför påverkas menligt i sin vardag.

I dag använder förbundet följande siffror:

- Hörselnedsättning:
1,7 miljoner. En av fem vuxna (cirka 20 procent), 18 år och uppåt.
- Menières sjukdom: cirka 50 000
- Svår tinnitus: cirka 2-3 procent av befolkningen
- Svår hyperakusi: cirka 2-3 procent av befolkningen (oklar statistik)
- Hörselskada: ”över 1,7 miljoner”

Dessa siffror är baserade på olika källor. Siffran för hörselnedsättning kommer från en Novus-undersökning som HRF låtit göra (HRF/Novus 2025). Antalet med Menières sjukdom är baserat på en medicinsk prevalensmodell. Andelen med hyperakusi är baserad på mindre enkäter. Andelen med tinnitus utgår från Nationella Folkhälsoenkäten.

Förbundsstyrelsen delar motionärens uppfattning, att HRF med jämna mellanrum behöver ta fram ny statistik och uppdatera de siffror vi använder. Att ta fram välunderbyggd, hållbar statistik inom detta område är emellertid inte helt enkelt.

När det gäller hörselnedsättning har HRF utgått från de levnadsnivåundersökningar som genomförs av Statistiska Centralbyrån (SCB). Men SCB har på senare år ändrat sin fråga om hörselnedsättning, som en anpassning till internationell statistikinsamling. Den nuvarande frågan, ”Har du svårt att höra, även om du använder hörapparat?”, ger lägre resultat än frågor i tidigare undersökningar.

HRF har uttryckt kritik mot att frågan är otydlig och svårtolkad. Personer som inte har hörapparater kan få intrycket att frågan inte rör dem. Personer som har hörapparater kan uppfatta att frågan handlar om vilken nytta de har av hörapparaterna, inte om de har en hörselnedsättning.

Dessa oklarheter har bidragit till att förbundet under lång tid har fortsatt att använda HRFs senast publicerade siffror, från rapporten ”Hörselskadade i siffror” (2017).

Men i februari 2025 genomförde förbundet en Novus-undersökning med frågor om hörselnedsättning och hörapparat användning. Resultatet visar att andelen med hörselnedsättning är drygt 20 procent, vilket ligger i linje med tidigare SCB-undersökningar och befolkningsutvecklingen under de senaste tio åren.

Utifrån detta har HRF reviderat den officiella siffran för antal personer med hörselnedsättning. Vi uppger nu att 1,7 miljoner svenskar har en hörselnedsättning. En av fem vuxna.

Uppskattningsvis 100 000 av dessa har svår tinnitus och/eller hyperakusi utan att ha nedsatt hörsel, vilket innebär att den avrundade siffran för antalet svenskar med hörselskador blir 1,7 miljoner.

Förbundet avser att under 2025 göra ytterligare undersökningar och kunna publicera ny och uppdaterad statistik. I samband med det ser vi även över det statistiska underlaget för tinnitus, hyperakusi och Menières sjukdom.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att anse första att-satsen i motion 603 besvarad

att bifalla andra att-satsen i motion 603

Motion #604

Övriga

Hörselskadades distrikt i Stockholms län

Enhetlighet i HRF:s visuella kommunikation – behovet av en grafisk profil och bildbank

En grafisk profil är avgörande för att skapa en enhetlig och professionell framtoning som stärker organisationens identitet och trovärdighet. Den underlättar igenkänning, förenklar kommunikationen och bidrar till att bygga ett starkare varumärke. En tydlig grafisk profil kommunicerar också organisationens värderingar och mål konsekvent över alla kanaler och plattformar – oavsett avsändare.

1. Stärker varumärkesidentiteten

En enhetlig grafisk profil gör det lättare att känna igen HRF och särskiljer oss från andra aktörer. Den signalerar professionalism och pålitlighet.

2. Effektivare kommunikation

En grafisk profil fungerar som en guide för visuellt innehåll. Tydliga riktlinjer gör det enklare att skapa material som förmedlar rätt budskap på ett enhetligt sätt.

3. Tids- och kostnadseffektivt

Med en tydlig grafisk profil kan man använda färdiga mallar i stället för att börja om från början varje gång nytt material ska produceras.

Idag är tillgången till en grafisk profil inom Hörselskadades Riksförbund i princip obefintlig. På HörNet hittar man i skrivande stund endast ett fåtal enklare mallar. Med en genomtänkt och lättillgänglig grafisk profil innehållandes riktlinjer gällande logotyp, färgschema, typografi, bildstil, grafiska element, tonläge i extern kommunikation skulle HRF:s varumärke stärkas ytterligare och förenkla den externa kommunikationen för både förbund, distrikt och föreningar.

I en organisation som HRF, där kommunikationsarbetet utförs av personer med olika bakgrunder och erfarenheter, är tydliga grafiska riktlinjer och mallar avgörande för att säkerställa en enhetlig och effektiv kommunikation. Utan detta kan risken för variation i stil och kvalitet öka.

För den som inte har vana eller kunskap kan det också vara tidskrävande och utmanande att utforma kommunikationsmaterial från grunden. Med riktlinjer och färdiga mallar blir arbetet enklare och snabbare.

Vi föreslår kongressen besluta att

1. en grafisk profil med logotyp, färgschema, typografi, bildstil, grafiska element, tonläge i extern kommunikation samt förslag på mallar upprättas.
2. den grafiska profilen med tillhörande filer görs tillgänglig och lättåtkomlig på HörNet.
3. materialet som tas fram ska ha en bredd som fungerar både för enklare kommunikationsmaterial från föreningar till mer omfattande material för förbundet och distrikt

4. en bildbank med bilder som representerar organisationens olika nivåer samt de frågor organisationen jobbar med tas fram.

Yttrande

Det pågår en sammanställning av HRFs grafiska profil. Det finns en grafisk manual för förbundet, med färger och typsnitt med mera. Den ska kompletteras, bland annat med anpassade anvisningar för ideellt aktiva i föreningar och distrikt.

Ambitionen är att samla HRFs grafiska byggstenar på ett tydligt, kortfattat och lättanvänt sätt. Det görs också en översyn av logotyper, illustrationer och mallar, för att underlätta åtkomst och användning.

Att skapa en stor bildbank med obegränsade bildrättigheter är resurskrävande. Det finns redan idag ett mindre bildgalleri för lokala webbredaktörer, med länk på HörNet, som då och då kompletteras och uppdateras. Bilderna i galleriet är fria att använda på webben, i sociala medier och i enklare trycksaker.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att anse motion 604 besvarad

Motion #605

Övriga

Hörselskadades förening i Göteborg

Nyhetsbrevstjänst med grafiskt tilltalande mallar för ett seriösare intryck som medlemsförening

Att synas och höras som ideell förening i dagens samhälle är inte så enkelt. Det är många föreningar och många sammanhang som pockar på uppmärksamhet. Många organisationer satsar på kommunikatörer för att hitta sätt att nå ut, det är viktigt, men inte helt realistiskt för en liten förening att ha en egen, och få förunnat att ha en kommunikatör som är engagerad och som kan hjälpa den lilla föreningen med dessa bitar. Även om det är viktigt att hitta nya medlemmar handlar denna motion om att utveckla kommunikationen med dem som redan finns. Även om våra medlemmar i stor utsträckning är äldre, så blir fler och fler mer digitala. Att få ut information är lättare när det finns mejladresser, men i det fall vi ska kommunicera via mejl är det inte helt lätt att konkurrera med snyggt utformade nyhetsbrev från andra organisationer. Förbundet använder en nyhetsbrevstjänst och utskicken är snygga. Medan utskicken från föreningarna många gånger påminner om något från 90-talet. Vi har också förstått från personer i förbundsstyrelsen att skälet till att medlemmar väljer att vara stödmedlemmar och därmed bara synas i statistiken hos förbundet beror på att de inte är intresserade av den lokala verksamheten. Men dessa individer kan vara nog så viktiga för lokalföreningen just i den lokala statistiken för legitimitets skull. Utifrån detta skriver vi en motion som innebär att vi önskar att förbundet tillhandahåller en nyhetsbrevstjänst för föreningar och distrikt att använda där det finns mallar för snygg utformning och där mottagarna kan tas direkt från medlemsystemet, vilket också skulle kunna innebära att mottagare som inte vill ha lokal information ändå kan stå med i den lokala medlemsstatistiken. Vi förstår att detta kräver saker från både medlemsystem och en nyhetsbrevstjänst, men vi anser att detta är något som ändå bör utvärderas.

Vi föreslår kongressen besluta att

1. förbundet ska utreda möjligheten för lokalföreningar att nyttja en nyhetsbrevstjänst med grafiskt tilltalande mallar för ett seriösare intryck som medlemsförening.

Yttrande

Förbundsstyrelsen ser positivt på motionen och viljan att stärka HRFs visuella uttryck och kommunikation. Idag är det möjligt att skicka e-post till medlemmar via medlemsregistret men, precis som motionären pekar på, är tjänsten begränsad, bland annat vad gäller det visuella uttrycket.

Det finns gott om tjänster som skulle kunna fylla detta behov, men att förbundet tillhandahåller en sådan tjänst innebär att ytterligare resurser i form av både tid och pengar avsätts för detta, precis som motionären pekar på. Antalet föreningar som har behov av- och möjlighet att nyttja en liknande tjänst påverkar också möjligheten och prioriteringen att genomföra förslaget.

Föreningar och distrikt som vill arbeta med digitala nyhetsbrev kan själva välja en plattform för nyhetsbrev i den prisklass och med den kapacitet som passar dem. I de fall där det är aktuellt att använda sådana verktyg kan förbundskansliet ge råd kring formgivning av mallar.

Förbundsstyrelsen föreslår därmed kongressen besluta

att anse motion 605 besvarad

Motion #606

Övriga

Hörselskadades förening i Skövde-Tibro

Synlighet i press

HRF har, vad vi kan förstå, valt att inte marknadsföra sig i tidningar. Vi vill att förbundet skall prova att under en period annonsera i de två största pensionärs-tidningarna PRO:s "Propension" och SPF:s "Senioren". Båda dessa tidningar har en stor upplaga och vänder sig till, för oss viktig målgrupp, pensionärerna. Här finns en stor möjlighet att rekrytera nya medlemmar och inte minst månadsgivare och andra stödmedlemmar. Dags att prova något nytt i marknadsföringsväg!

Vi föreslår kongressen besluta att

1. föreslå förbundet att under en period prova annonsering i ovan nämnda tidningar.

Yttrande

Att synas mot rätt målgrupp är viktigt för att rekrytera nya medlemmar och stärka HRFs varumärke. Pensionärsföreningarnas olika kanaler, så som tidningar och digitala nyhetsbrev, är några av flera relevanta platser för HRF att synas på.

Redan idag väljer HRF ofta dessa föreningars kanaler för att marknadsföra kampanjer, medlemskap och givande. Senast i mars 2025 hade vi digitala annonser på dessa platser. Men annonsering i dessa kanaler kräver ekonomiska resurser, vilka styr frekvensen på vår annonsering.

Vi vet också av erfarenhet att tryckta annonser inte alltid är det som får störst effekt. Redaktionellt material så som artiklar och intervjuer är minst lika viktigt då de läses av fler och ger en fördjupad bild av HRFs frågor och verksamhet. Lägg där till att många äldre finns på sociala medier idag, vilka möjliggör annonser mot samma målgrupp till betydligt lägre kostnad - och med betydligt bättre möjlighet till analys av resultatet.

Sammantaget är en kombination av olika kanaler och metoder viktigt för att nå fram med våra budskap och pensionärsföreningarnas kanaler är fortsatt centrala.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att anse motion 606 besvarad

Motion #607

Övriga

Janne Åberg

HRF:s hemsidor

Hemsidorna som hanteras av distrikt och föreningar behöver en radikal översyn.

Ett stort antal sidor är inte uppdaterade sedan 2016!

Idag ligger ett alltför stort ansvar på förbundets hårt kämpande Karin Freijd.

För att sidorna ute i landet ska fungera behövs ett medinflytande från de webbredaktörer som är aktiva.

Mitt förslag är att några av de drivande webbredaktörerna, som verkar i distrikten, kallas till ett möte för att kartlägga hur det ser ut och därefter ta fram en strategi för framtiden.

Vid detta möte ska givetvis ansvariga Karin vara med, men också någon/några från förbundsledningen.

Hemsidorna är faktiskt HRF:s ansikte ut mot allmänheten.

I verksamhetsplanen 2025 står det på sidan 12 "Webb och sociala medier" "Under 2025 ska vi:

- Underhålla och uppgradera HRF:s webbplatser.
- Utbilda och ge support till lokala webbredaktörer.
- Utveckla HRF:s närvaro i sociala medier

Vi är ett antal webbredaktörer som har diskuterat problematiken och vi erbjuder våra tjänster

Vi har kunskapen om hur det ser ut på "fältet". Ta vara på detta erbjudande.

Låt oss tillsammans få till uppdaterade hemsidor värda namnet!

Jag föreslår kongressen besluta att

1. ansvariga inom förbundet omgående startar enligt direktiven i verksamhetsplan 2025 angående hemsidor.

Yttrande

De föreningar och distrikt som önskar har fått ett eget utrymme på HRFs webbdomän, hrf.se. I dag handlar det om drygt 100 lokala webbsidor. Var och en av dessa ska ha en lokal webbredaktör, som tillsammans med andra i föreningen/distriktet står för innehåll och uppdateringar. Förbundet står för grundläggande support.

HRFs distrikt och föreningar är självständiga verksamheter. Att ha en lokal webbsida är valfritt och ansvaret för den ligger hos föreningen/distriktet, precis som när det gäller annan lokal verksamhet. Förbundet kan därför inte "ta över" lokala webbsidor, utan ger bara råd och stöd i form av träffar, utbildningar samt individuell support.

Inaktiva webbsidor beror ofta på att föreningen inte har så mycket verksamhet – de upplever att det "finns inget" att lägga upp. Andra har inte lyckats ersätta en webbredaktör som lämnat, men vill ändå ha kvar webbsidan.

Föreningar som saknar redaktör får rådet att gå ut brett till alla sina medlemmar och familjemedlemmar och efterlysa någon som kan/vill vara webbredaktör. Ett annat vanligt råd är, precis som motionären skriver, att vända sig till sitt distrikt. Ibland har det lett till samarbete, med en gemensam webbredaktör för flera eller alla föreningar.

Förbundsstyrelsen håller med om att det finns anledning att se över hur lokala webbsidor kan hanteras i en tid då många föreningar kämpar, men vi anser att det är en fråga som bäst hanteras inom förbundets löpande, operativa arbete.

Tills vidare håller förbundet fast vid principen att det är varje distrikt respektive förening som fattar beslut om webbredaktör. De webbredaktörer som motionären nämner, som vill hjälpa till, kan gärna kontakta föreningar och distrikt och erbjuda sitt stöd. Men i varje tillfälle är det föreningen och distriktet själva som beslutar om de vill ha sådant stöd – inte förbundet.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att avslå motion 607

Motion #608

Övriga

Hörselskadades distrikt i Östergötland

Förändring av förenings sökfunktion

Det blir mer och mer vanligt att föreningar slås ihop och bildar namn som inte har en Orts referens som till exempel HRF östra Östergötland samt HRF västra Östergötland. Dessa föreningar går inte hitta på hemsidan <https://hrf.se/lokalt/> vilket medför att eventuellt nya medlemmar inte hittar till föreningen. Detta medför att potentiella medlemmar inte söker medlemskap i HRF då dessa tror att ingen lokal förening finns.

Vi föreslår kongressen besluta att

1. säkerställa att det går att hitta alla föreningar på hemsidan även när dessa slås ihop och se över hur föreningarnas namn hanteras i sökfunktionen på hemsidan

Yttrande

På varje webbplats är det viktigt att det är lätt att hitta.

Det förutsätter en struktur som besökaren upplever som logisk och lättnavigerad. Det ska till exempel vara enkelt att förstå var man ska klicka för att komma till sidan med kontaktuppgifter till HRFs föreningar.

Det förutsätter också att det finns en bra sökfunktion, så att den som skriver in sökord får upp relevanta förslag på sidor som handlar om detta ämne, helst indelat i olika kategorier.

På hrf.se ligger det en menylänk kallad "Distrikt och föreningar" längst uppe på startsidan på datorskärm, samt i den så kallade "hamburgermenyn" (tre streck) på mobil. Namnet och placeringen gör det enkelt att hitta dit, och väl där finns en alfabetisk lista och möjlighet att sortera på distrikt och föreningar.

Den allmänna sökfunktionen på hrf.se ger oftast träff, men inte på föreningsidorna. Detta beror på att sökträffarna inte sorteras i olika kategorier, utan allt kommer blandat. Att ha med kontaktuppgifter i det skulle göra sökresultaten svåra att överblicka.

Förbundet har ambitionen att utveckla sökfunktionen, så att det går att få sökresultat sorterade på till exempel Nyheter, Allt om hörsel, Auris, osv. När och hur detta är möjligt att åstadkomma avgörs med fördel i samband med förbundets årliga budget- och verksamhetsplanering.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att anse motion 608 besvarad

Motion #609

Övriga

Larsroland Hammarström

Stäng inte hemsidan när förening blir vilande

Jag är medlem i HRF-SUS (Sollentuna-Upplands Väsby-Sigtuna). Tyvärr är föreningen för tillfället vilande. Distriktet har tillsatt en arbetsgrupp med uppgift att försöka starta föreningen igen. Under arbetes gång är det viktigt att arbetsgruppen kan kommunicera med medlemmarna. Ett bra sätt att kunna nå ut med information till medlemmar är att kunna använda föreningens hemsida. Detta är inte möjligt idag då förbudet stänger ner hemsidan när föreningen blir vilande.

Jag föreslår kongressen besluta att

1. inte stänga ner föreningens hemsida under den tid som föreningen är vilande

Yttrande

Förbundsstyrelsen instämmer i att det ska vara lätt att hitta kontaktuppgifter för en förening som är vilande. Förhoppningen är givetvis att nya krafter ska engagera sig i den vilande föreningen och bidra till att den kan bli aktiv igen.

Därmed är det en stor fördel att vilande föreningar har kvar sina webbsidor, med information om vart man kan vända sig för kontakt.

Förbundsstyrelsen föreslår kongressen besluta

att bifalla motion 609