



Nätverket som medlemsförmån

En rapport om metoder för nätverk på Malta

Jonna Lahdensuo, Anna Libietis Jacobson, Kristian Nilsson, Heléne Thuresson

Oktober 2012

Innehåll

1. INLEDNING OCH SYFTE	3
2. DISPOSITION	3
3. KORT OM MALTA	4
4. MALTA GAY RIGHTS MOVEMENT, MGRM	5
4.1 Så jobbar MRGM med nätverk	5
4.1.1 Nätverkande med andra organisationer	5
4.1.2 Online	6
4.1.3 Identifikationen i det personliga mötet	6
5. UNIVERSITY OF MALTA	7
5.1 Så jobbar University of Malta med nätverk	7
6. MALTA CHAMBER OF COMMERCE AND ENTERPRISE, MCC	8
6.1 Så jobbar MCC med nätverk	8
6.1.1 Påverkansmöjligheter - en viktig drivkraft	9
6.1.2 Nätverkande och kunskapsdelning	9
6.1.3 Nätverk och påverkan som främsta medlemsförmåner	10
7. CHAMBER OF ENGINEERS, COE	11
7.1 Så jobbar CoE med nätverk	11
7.1.1 Nätverk online	11
7.1.2 Europeiskt nätverkande	12
7.1.3 Utbildningar och personliga möten	12
8. ANALYS	13
8.1 Metoder för nätverkande	13
8.1.1 Online	13
8.1.2 Offline	13
8.2 Drivkrafter och förutsättningar för engagemang	14
8.3 Slutsats	14

Bilagor: Bilder från studiebesöken

1. Inledning och syfte

Vi arbetar alla med förmåner, rekrytering och marknadsutveckling med medlemmen i fokus på Sveriges Ingenjörer. Tyngdpunkten i vårt dagliga arbete ligger på studerandemedlemmarna och förbundets framtida medlemstillväxt. Detta är dock inte vår enda uppgift då vi inom Sveriges Ingenjörer jobbar i tvärgrupper och tillsammans utvecklar medlemskapets nytta och värde för samtliga förbundets medlems- och målgrupper. Det innefattar allt ifrån nyexaminerade, egenföretagare och chefer till kvinnor, doktorander och specifika branschföreningar.

En gemensam nämnare i samtliga målgrupper är en ökad efterfrågan av nätverk, kontakt och lärande mellan medlemmarna, vilket vi har fångat upp som en utmanande uppgift för fler förbund inom Saco-federationen. Därför ville vi titta närmare på hur man arbetar med nätverkande och forum för kontakt och lärande.

Vår hypotes inför studien var att det fanns mycket att lära av Malta, som tack vare avgränsningar i populationen samt geografiskt kan underlätta arbetet med nätverk. Vi arbetade även utifrån premissen att kunna dra paralleller till Saco-förbundens regionala och lokala arbete i Sverige.

Vårt syfte var att titta närmare på metoder, drivkrafter och förutsättningar för nätverkande och engagemang på Malta. Vi ville titta på hur man arbetar med nätverk inom olika professioner och organisationer för att skapa forum för kontakt och lärande mellan medlemmar och individer.

I den inledande fasen var syftet att utforma studien utifrån organisationen MFPA, Malta Federation of Professional Associations, en motsvarighet till Saco som samlar akademikerorganisationer. Vi ville rikta fokus mot medlemsorganisationerna, träffa fungerande nätverk samt besöka universitet på Malta för att prata med studenter om deras syn på nätverk kopplat till profession. Eftersom Malta är ett litet land och organisationslivet omfattar en begränsad skara människor valde vi att bredda oss och träffa organisationer som jobbar med andra frågor än profession men fortsatt med nätverk i fokus.

Vi träffade Malta Gay Rights Movement, University of Malta, Malta Chamber of commerce och Chamber of Engineers.

2. Disposition

Rapporten inleds med en kort presentation av Malta, följt av redogörelser av de fyra organisationer vi besökt och hur de arbetar med nätverk. Därefter följer en samlad analys och sammanfattning av de lärdomar som kan komma Saco-förbunden till nytta i arbetet med att erbjuda nätverk som en medlemsförmån.

3. Kort om Malta

I mitten av Medelhavet finner man ögruppen och nationen Malta, den nation som är sydligast belägen av alla europeiska länder. Med sina 400 000 invånare är Malta ett tätbefolkat land. Det finns sex andra öar i ögruppen, men det är bara huvudön som stadigt befolkas. Huvudön i nationen Malta har givit landet dess namn och på huvudön ligger huvudstaden Valletta.

Den största inkomstkällan är turismen och landet är beroende av handel med utlandet. Många fartyg anländer den i Medelhavet välplacerade hamnen för vidare transporter i Suezkanalen, Malta är därför en viktig strategiskt handelsplats.

De officiella språken är maltesiska och engelska. Maltesiska är ett språk som delar övervägande delen av vokabulären med arabiskan och som grammatiskt sett påverkats stort av det italienska språket. De allra flesta malteserna bekänner sig till den romers-katolska tron.

Malta är en parlamentisk republik. Presidenten är statsöverhuvudet med ett femårs mandattid; väljs av parlamentet och saknar egentlig makt. Malta är sedan 2004 medlem i EU och EMU.

Genom historien har kampen om makten på Malta utspelats. Landets dokumenterade historia tog sin början omkring 800 f.kr, när grekerna började bedriva handel på öarna. Efter det har många folkslag satt sina avtryck på den strategiska placerade ön och hjälpt till att förvandla Malta till en smältdegel mitt i Medelhavet. Först 21 september 1964 förklaras Malta självständigt efter 150 år av brittiskt styre¹.

¹ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Malta> 2012-10-17

4. Malta Gay Rights Movement, MGRM

Malta Gay Rights Movement, MRGM grundades 2001 då olika gayorganisationer på Malta slogs samman till en. Med tiden har MGRM blivit mer politiskt och flyttat fokus från att vara en festfixargrupp till en viktig lobbygrupp för HBTQ-personer på Malta.

I nuläget har organisationen 100 medlemmar och har svårt att hitta tid och resurser till att rekrytera nya då samtliga i organisationen jobbar på ideell basis med heltidsarbeten utöver detta. Medlemsavgiften på 10€ per år täcker endast organisationens lokalhyra. Resten av arbetet finansieras av EU-stöd och föreningsstöd som främst bekostar olika projekt. MGRM jobbar i kampanjform och beskriver sig själva som en platt organisation där alla har lika mycket att säga till om.

MGRMs arbete har under senare tid handlat mycket om att vidga hatbrottsbegreppet till att i lag omfatta även HBTQ-personer, vilket nu är realiserat på Malta. Detta delvis tack vare två aktuella angrepp mot samkönade par på Malta som gav MGRM vatten på sin kvarn och uppmärksamhet i medierna, vilket politikerna inte kunde förbise. Nu fokuserar organisationen främst på påverkan av lagarna kring adoption, äktenskapsbalken, jämlikhet och könsbyten som idag måste självfinansieras.

MGRM har tack vare Maltas ringa storlek direktkontakt med och ett nätverk av många högt uppsatta politiker, partiledare och ministrar. Medierna i landet är också generösa med att ge organisationen redaktionellt utrymme. Den Labourägda kanalen One TV lät, på initiativ av partiledaren, MGRM sända en av sina kampanjfilmer gratis på bästa sändningstid i åtta veckor.

Som HBTQ-organisation i ett katolskt land med stark kyrka har MRGM, trots goda kontakter med politiker och media, stora utmaningar i förändra attityder kring HBTQ-personers rättigheter i samhället. Homosexualitet avkriminaliserades 1973, skilsmässa så sent som hösten 2011 och abort är fortfarande olagligt på Malta, men allt fler vill diskutera MGRMs frågor.

4.1 Så jobbar MRGM med nätverk

4.1.1 Nätverkande med andra organisationer

Utöver MGRM finns ett par andra HBTQ-organisationer på Malta. På universitetet finns studentföreningen We are som är mycket aktiva inom studentkåren och ofta lyfter politiska frågor på campus. De blandar politik med sociala aktiviteter och har ett visuellt uttryck som tilltalar studenterna. Två styrelsemedlemmar från MGRM jobbar delvis som universitetslärare och håller bland annat i kurser i Queer studies och socialt arbete. Detta gör att HBTQ-frågorna lyfts ytterligare inom den akademiska världen och allt fler uppsatser kopplat till dessa skrivs av studenterna.

Det finns även en föräldragrupp där föräldrar med homo- bi- eller transsexuella barn kan gå med för att få stöttning och diskutera sina frågor. MGRM stöttar både We are och föräldragruppen mycket genom att lobba för dem och vidarebefordra personer som de kommer i kontakt med till dem om de passar bättre in i dessa organisationer, och vice versa. MGRM har samtidigt

förhoppningen om att framför allt de unga medlemmarna i We are ansluter till MGRM när de är klara med studierna.

4.1.2 Online

Några av de viktigaste nätverken för MGRM är de som finns online. Ett medlemskap i organisationen ligger långt bort för många malteser som inte är öppna med sin sexuella läggning inför omgivningen. I MGRMs Facebookgrupp har den 100 medlemmar starka organisationen tiofaldigt fler medlemmar som av en eller annan anledning vill se vad organisationen arbetar med, ha information om aktiviteter samt komma i kontakt med dess företrädare. MGRMs koordinator Gabi Calleja, som är organisationens ansikte utåt i media och numera ett känt namn på Malta, har även hon 1000 vänner på Facebook. Många HBTQ-personer söker direktkontakt med henne för att få råd, stöttning och information. MGRM satsar mycket att ha en professionell och aktuell hemsida för att genom denna kanal blåsa upp organisationens image ifråga om storlek och resurser. Via hemsidan knyts medlemmarna också samman, främst genom information i nyhetsbrev och kalendarium.

4.1.3 Identifikationen i det personliga mötet

MGRM ingår i ett nätverk av internationella HBTQ-organisationer och försöker att närvara med ett par styrelserepresentanter vid de konferenser som anordnas utanför Malta. Det är tydligt att denna typ av nätverk, där det finns möjlighet att träffas ansikte mot ansikte och befinna sig i ett sammanhang där alla är "normala" och frågorna är av gemensamt intresse, är viktiga för att skapa ett engagemang hos en enskild individ. Detta engagemang och känslan av att hitta ett forum att vara sig själv i är det som senare har fått MGRMs styrelserepresentanter att själva vilja ge tillbaka till organisationens medlemmar. MGRMs medlemmar träffas i olika sammanhang och organisationen marknadsför allt ifrån stora fester till idrottsevenemang som riktar till HBTQ-personer, även det som anordnas i andras regi, för att uppmärksamma de olika mötesplatserna.

MGRMs internationella koordinator Ruth Baldacchino sammanfattar vikten av mötesplatser, nätverk och personliga möten i hennes resa som engagerad i organisationen:

"För mig var detta i början ett personligt uppdrag, mest för att få en chans att träffa andra likar. Engagemanget i sig öppnade dörrar för ett ämne där det rådde stor tabu och jag hade tidigare svårt att vara mig själv. Att åka utanför Malta och träffa internationella HBTQ-aktivister var för mig ett livsavgörande ögonblick. Jag hittade en bubbla där jag äntligen fick vara normal och då upptäckte jag att jag kunde göra något mer utav detta. Att vara gayaktivist gick från att vara personligt till ett professionellt uppdrag. "

5. University of Malta

Med 11 000 inskrivna studenter och som enda universitet i landet är University of Malta en viktig aktör. Sedan inträdet i EU 2004 har man strävat efter att följa utvecklingen inom EU och Bologna-processen och idag har universitetet 650 internationella studenter. Universitetets ambition är att erbjuda relevant och tidsenlig utbildning som svarar upp mot landets behov inom områden som industri och infrastruktur.

Årligen examineras nästan 3 000 studenter inom universitetets olika områden. Det betyder att University of Maltas alumner utgör en stor del av den Maltesiska populationen och återfinns inom alla områden; i privat, offentlig och ideell sektor, på höga positioner, som egenföretagare eller anställda, kvar på Malta eller någon annanstans i Europa, USA eller Australien.

5.1 Så jobbar University of Malta med nätverk

Idén om att knyta samman och hålla kontakten med University of Maltas alumner hade funnit sedan länge när beslutet om att universitetet skulle starta en officiell alumniverksamhet äntligen fattades 2007. Innan beslutet verkställdes arbetade man fram en strategi för arbetet och definierade syftet enligt nedan:

- Bidra till vänskapsband, kontakt och lärande mellan alumner. Såväl bidra till att återupprätta tappade kontakter, som till att nya kontakter knyts.
- Tillvarata bredden av kompetens och erfarenhet bland universitetets alumner för att bidra till utveckling av universitet och dess studenter.
- Genom alumnerna inhämta ekonomiska medel för att möjliggöra vidareutveckling av universitetets verksamhet.

Startskottet för arbetet med alumniverksamheten gick i samband med att universitetet arrangerade fotoutställningen "Reaching for the past", där 40-årsjubilet för en avgångsklass från 1977 uppmärksammades. I marknadsföringen visades ett foto på klassen tillsammans med frågan "Hittar du dig själv?". Utställningen invigdes med pompa och ståt och förutom foton på avgångsklassen fick alumnerna själva bidra med foton från sin studietid. Alumniteamet på universitetet beskriver eventet som ett positivt sätt att kickstarta arbetet med nätverk. Förändrade men bekanta ansikten möttes och många skratt och goda minnen utbyttes.

Arbetet med alumniverksamheten fortskred genom att en databas med uppgifter om universitetets alumner utvecklades. Häri samlades kontaktuppgifter tillsammans med information utbildning och examensår, för att möjliggöra vidare bearbetning av alumnerna. Nästa steg var att genom databasen göra alumnerna sökbara för varandra. Av den anledningen genomfördes en reklamkampanj i tidningar samt i utvalda webbtidningar, i syfte att nå de alumner som inte längre var bosatta på Malta. Vidare skickades finare brev, "med guldkant", per post till 25 000 alumner, med uppmaningen att gå in i portalen och aktivera sitt konto.

Genom att aktivera kontot kan en alumn söka efter andra alumner som också aktiverat sina konton, utifrån exempelvis fakultet och examensår. Därefter finns möjligheten att mailledes kontakta andra alumner, för att återuppta gamla kontakter eller upprätta nya. Databasen möjliggör också för grupper att formera sig baserat på t.ex. examensår eller utifrån särskilda intressen, såsom historia eller sport. Grupper som bildas fortsätter att vara en del av det paraply som databasen utgör, men utser en koordinator för gruppen.

Vid tidpunkten för studiebesöket hade nästan ett år gått sedan lanseringen. Nära 4 000 alumner fanns registrerade i databasen och åtta intressegrupper hade formerats. Alumnigruppens mål är att 10 000 alumner ska vara registrerade vid utgången av 2012.

Universitetet har två heltidsanställda som arbetar med alumniverksamheten. De har bl.a. tagit fram och utvecklat databasen, tagit fram marknadsföringen och finns till som stöd för grupper som bildats. I PR- och IT-frågor samarbetar de med andra enheter internt på universitetet. Alumniverksamheten är idag en väl förankrad och etablerad del inom universitetet och det finns planer på att vidareutveckla databasen. Man vill t.ex. möjliggöra för alumnerna att skapa tydligare profiler där man lämnar mer utförlig information om intresseområden och arbetslivserfarenhet. Det finns även planer på att arrangera aktiviteter och fysiska träffar för alla alumner, men i dagsläget är det fortfarande i utvecklingsskedet. I förlängningen vill alumnigruppen utveckla möjligheten för alumner att komma i kontakt med varandra likväl som att man ytterligare vill tillvarata alumnernas erfarenhet för universitetets studenter. Bl.a. finns planer på att arrangera olika typer av fysiska träffar som innehåller sociala och nätverkande aspekter.

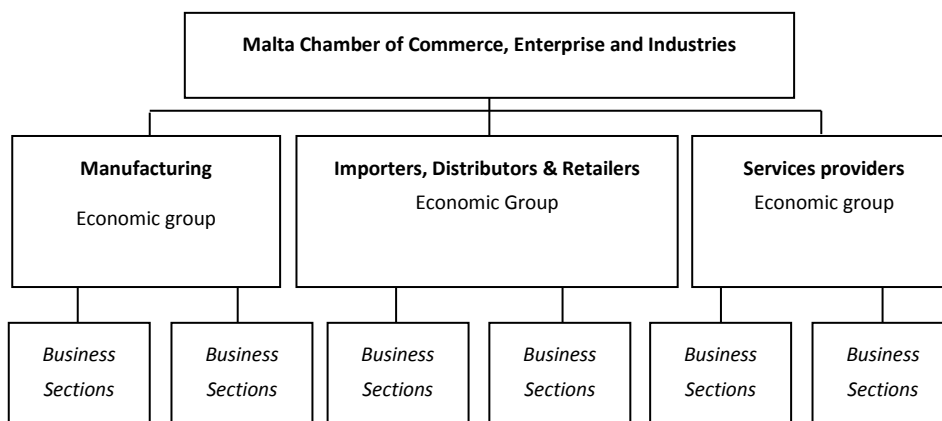
6. Malta Chamber of Commerce and Enterprise, MCC

Malta Chamber of Commerce and Enterprise bildades 1848 och slogs 2009 samman med Malta Federation of Industries till att bli Malta Chamber of Commerce, Enterprise and Industries som idag har ca 1000 medlemsföretag som servas av 18 anställda vid kammaren. Medan den förstnämnda skapades som en social klubb med individuellt medlemskap för storföretagare som ville skapa ett diskussionsforum för gemensamma intressen bildades det senare som en affärsdriven samverkansorganisation för företag som ville hitta former för samverkan. Efter sammanslagningen finns idag därför istället fyra sorters medlemskap, corporate, association, private och international membership som har olika medlemsavgifter och olika ingångar till organisationen men det gemensamma syftet att man vill delta i ett forum för påverkan och professionellt nätverkande på Malta samt vara en del av den gemensam referenspunkt som MCC utgör för utomstående och internationella intressenter att komma i kontakt med medlemsorganisationerna.

6.1 Så jobbar MCC med nätverk

Just nätverkande framhåller MCC som sin främsta medlemsförmån. Medlemskapet ger möjlighet att mötas i olika konstellationer där medlemmarna kan vädra oro och utbyta erfarenheter på en mötesplats med "höjd". Man erbjuder dels informella mötesplatser som sociala event och har sedan sammanslagningen t.ex. anordnat mingel med provningar av inbjudna

leverantörer av vin och ost (som är medlemmar). Men även möjligheter att medverka i intressegrupper och affärsområdessektioner som diskuterar och lobbyar för gemensamma intressen som anordnas och administreras av MCC som agerar medlare och knutpunkt enligt schemat nedan där MCC fungerar som en medlare mellan företag och myndigheter genom tre huvudgrupperingar som sedan har tvärfunktionella affärsområdessektioner där medlemmarna samverkar.



6.1.1 Påverkansmöjligheter - en viktig drivkraft

Att Malta är ett litet land gör att det är lättare för dess aktörer att påverka politiskt. En viktig fördel med att verka genom MCC är möjligheten att träffa till exempel premiärministern personligen under det årliga mötet varje nyår. Inför mötet samlas grupperingar med gemensamma intressefrågor för att prata ihop sig för frågestunden. På så sätt bildar man inte bara en gemensam brännpunkt för sina respektive agendor utan har på samma gång möjlighet att skapa samsyn och uppmärksamhet kring frågor medlemmarna emellan.

Klaus Pedersen, Manager – Internationalisation på MCC, som ursprungligen är från Danmark men som har bott på Malta sedan 1980, har först på senare år förstått ett viktigt karaktärsdrag för lobbying på Malta. Till skillnad från Skandinavien är Malta orienterat kring "top down" tänkande. Om något ska bli gjort måste det komma ovanifrån. Till exempel har man på snabb tid skapat lagar som gör Malta attraktivt för spelindustrin och inom finansiella tjänster. Som han ser det är det kanske inte idealt ur ett demokratiskt perspektiv men det är klart effektivare än det skandinaviska sättet där förändringar tar flera år. Till exempel har man utformat kurser på Malta Collage for Science and Technology för att passa flygindustrins behov på bara några månader.

6.1.2 Nätverkande och kunskapsdelning

Men även om Malta har en liten befolkning samlad på en liten yta och kan tyckas idealt för nätverkande så finns det barriärer. Den politiska agendan och de personliga relationerna är avgörande för lobbying. Även om det för den oinvidiga många gånger kan tyckas finnas goda förutsättningar för samverkan i en fråga är det ofta klart för alla inblandade malteser att det finns för stora bakomliggande intressekonflikter, historia eller bara dåliga personliga relationer för att samverkans ska kunna uppstå.

Det en historia och tradition på Malta som motverkar kunskapsdelning. Då de mest inflytelserika Maltesiska familjerna tidigare haft ensamrätt till import av vissa varor har marknaden tidigare för många sektorer och aktörer varit begränsad inom landets gränser. Detta har lett till en tuff konkurrens där den enes vinst varit avhängd på den andres förlust. En kultur har därigenom odlats där man inte vill att "högerhanden ska veta vad vänsterhanden gör" och kunskapsdelning mellan liknande företag varit otänkbar.

Inträdet i EU 2004 och med införandet av Euron 2008 var början på en ny era. Nya marknader har öppnat sig och företagen har börjat rucka på sina gamla synsätt. "Linking Enterprize" är ett initiativ från MCC att skapa en plattform för kunskapsdelande bland medlemsföretagen där man två gånger årligen under de senaste tre åren anordnat studiebesök hos de olika medlemsorganisationerna i syfte att skapa forum för benchmarking och gemensamt lärande från varandras erfarenheter och misstag. Initiativet har varit mycket uppskattat och MCC ser mycket positivt på att fortsätta med initiativet.

6.1.3 Nätverk och påverkan som främsta medlemsförmåner

Klaus säger att man får ut det man själv lägger in i sitt medlemskap och förstår med att det inte finns någon kortsiktig vinst på att vara medlem i MCC. Man är med för att lyssna av vad som händer och för att engagera sig när frågor kommer upp som påverkar den egna agendan. Och det har också visat sig att medlemmarna i stor utsträckning stannar kvar från år till år.

Det händer mycket på MCC som i genomsnitt 1 till 5 dagar i veckan har aktiviteter på gång i sina lokaler. Allt från de egna evenemang till evenemang där lokalerna hyrs ut till externa aktörer vilket står för hälften av MCC:s intäkter som i övrigt kommer från medlemsavgifterna. Nätverkandet och påverkansmöjligheterna är deras "core services" men de har även ett ytterligare antal uppskattade förmåner som man betraktar som "value added services" där direkta nätverkansmöjligheter utgörs av bland annat "The Commercial Courier", ett nyhetsbrev som kommer ut varannan månad där affärsmöjligheter i form av förfrågningar som kommit in till MCC distribueras likvärdigt till medlemmarna och "The Malta Trade Directory" som är en årlig listning av medlemsaktiviteter vilket möjliggör direktkontakt mellan medlemmarna. Man har även nätverkande via Linked In där man jobbar med att ha nätverk som är öppna för både medlemmar och ickemedlemmar för att på så vis identifiera och få en kommunikationskanal till potentiella nya medlemmar.

Under vårt besök berättade vi om hur vi inom Saco i många fall och inom Sveriges Ingenjörer specifikt jobbar med studerandeverksamhet som ett sätt att tidigt etablera en god kontakt med förbundens respektive målgrupper. Att driva påverkan "nedåt" istället för "uppåt" var ett tankesätt som Klaus såg klara fördelar med och som han skulle ta med sig till sin organisation. Om man bara kan sammanföra det bästa av den skandinaviska konsensusmodellen med det maltesiska "top down" tänkandet trodde Klaus att man skulle ha en mycket en vinnande modell.

7. Chamber of Engineers, CoE

Chamber of Engineers är en organisation för högskoleingenjörer på Malta. I landet finns omkring 1500 ingenjörer och CoE representerar runt hälften av dem. CoE är den enda lokala intresseorganisationen för maltesiska professionella ingenjörer. Organisationen grundades i april 1978 och är en växande och aktiv organisation med fokus på att bevara ingenjörsyrket och höja dess status.

CoE har i nuläget ca 900 registrerade och 700 betalande medlemmar.

Organisationens syfte är att:

- identifiera, utvärdera, föreslå och främja tekniska standarder och uppförandekoder i samhället.
- vara ett forum för utbyte av idéer.
- erbjuda utbildning, sociala- och rådgivningstjänster till medlemmar och verkstadsindustrin.
- främja fortbildning till medlemmar.

7.1 Så jobbar CoE med nätverk

Medlemskapet i Chambers of Engineers är en kvalitetsstämpel och exklusivt för utbildade ingenjörer. Examinerade ingenjörer erhåller en legitimation och rätten till att titulera sig som ingenjör. Detta höjer statusen på professionen och tydliggör också vem som är legitimerad ingenjör.

CoE:s arbete sker främst genom att informera medlemmarna, uppvakta politiker och press, hålla utbildningar, arrangera events och nätverk. Att Malta är ett litet land underlättar geografiskt att erbjuda små och exklusiva ingenjörsnätverk.

7.1.1 Nätverk online

CoE arbetar för att ingenjörer ska ha möjlighet att träffa andra ingenjörer. Organisationens medlemsdatabas består av namn, e-post, ålder, utbildning, anställning/företag och distrikt, för att underlätta för medlemmarna att nå fram till rätt nätverk.

Hemsidan är uppbyggd utifrån en sökfunktion där man kan hitta andra ingenjörer inom sitt arbets- och utbildningsområde. CoE startar och företräder nätverken och bevakar såväl som verkar för deras intressen. Man ger medlemmarna bränslet men nätverken måste själva fortsätta att hålla elden vid liv med hjälp av deras egna engagemang.

CoE har på senare tid börjat med att samordna olika medlemsgrupper via Facebook för att utifrån dessa skapa nätverk. Organisationen ser nätverkandet som något som skapar möjligheter till utveckling, nya idéer och en rolig fritid. Med rätt kontakter ökar också karriärmöjligheterna för medlemmarna och chanserna till att hitta nya jobb.

7.1.2 Europeiskt nätverkande

Både på lokal och europeisk nivå deltar CoE aktivt i diskussionsgrupper, bland annat genom organisationens medlemskap i FEANI, European Federation of National Engineering Associations. Genom FEANI har man byggt upp ett nätverk med andra ingenjörorganisationer i Europa. FEANI har medlemmar från 31 länder och omfattar runt 4 miljoner ingenjörer. CoE har vid två tillfällen, 1994 samt 2004, varit värdorganisation för FEANIs årsmöten och då välkomnat de europeiska professionskollegorna till Malta.

7.1.3 Utbildningar och personliga möten

För CoE pågår ständigt arbetet med att erbjuda ökad medlemsnytta till medlemmarna. Att exempelvis kunna kontakta andra ingenjörer som just genomfört liknande projekt som den enskilde medlemmen står inför, kan ge ovärderlig hjälp för ett lyckat projekt.

CoE har organiserat kurser och seminarier sedan 1997. Utbudet av kurser och seminarier baseras på medlemmarnas efterfrågan och erbjuds regelbundet. I fortbildningssyfte och på medlemmarnas begäran erbjuds även mer skraddarsydda kurser med kvalificerade handledare. Saviour Baldacchino, ordförande för CoE, menar att vikten av att ha kontinuerlig kontakt med medlemmar är grundläggande för att enkelt kunna förändra och utveckla innehållet i medlemskapet.

Det finns många knep för att förnya och tillvarata medlemmarnas kompetens och potential att utvecklas. Ett exempel är MEEA, Malta Engineerig Excellence Awards, ett prestigefullt pris som delas ut på CoEs årliga stämma. MEEA skapades för att ge nationellt erkännande till personer eller organisationer som har uppnått enastående tekniska prestationer som har haft betydande inverkan för ingenjörerna på Malta. Priset delas ut inom tre kategorier; innovation, ledarskap och prestation.

Inom verksamheten för studenter, som består av en mindre kommitté i CoE, har en ny väg hittats för att rekrytera nya medlemmar. Under skolstarten i augusti bedriver CoE kampanjarbete på universitetet och träffar nya ingenjörstudenter för att informera om vad CoE kan göra för dem, nu och på längre sikt. Hur man ska nå nästa generations medlemmar och påvisa att medlemskapet är en kvalitetsfaktor, är frågor som CoE ständigt arbetar med.

CoE har tagit fasta på att nätverk är en växande trend. Det professionella nätverket är mycket viktigt för både yrkesverksamma och studenter, då nätverkandet kan användas till erfarenhetsutbyte såväl som för konkreta verktyg och tips som många får nytta av. CoE anser att förmågan att bygga starka relationer med rätt kontakter och sedan underhålla dem kan vara helt avgörande för ens framtida ekonomi och livsstil. Men att göra en långsiktig nätverksplan och genomföra den kan vara svårt för många, därför är det viktigt att erbjuda ett befintligt forum och en form för nätverk.

8. Analys

De olika organisationerna vi besökt utgörs av olika typer av människor. Men en sak har de gemensamt. De arbetar med nätverk i olika former, utifrån sina egna förutsättningar.

8.1 Metoder för nätverkande

Vidare har de gemensamt att alla pratar om att det är det personliga mötet mellan människor med gemensamma intressen som bygger relationer och att det är där nätverkandet ofta får sin största utväxling. För att främja nätverkande använder man olika verktyg och tillhandahåller olika forum men något vi vill lyfta fram är skillnaden mellan vad som sker online respektive offline.

8.1.1 Online

Online skapas förutsättningar för att det personliga mötet mellan medlemmar med gemensamma intresseområden ska ske. Att skapa förutsättningar för nätverkande handlar inte bara om att skapa en portal där medlemmar kan logga in. Det handlar om att skapa en genomtänkt lösning som attraherar medlemmar att registrera sig och som faktiskt skapar förutsättningar för att generera interaktion mellan olika grupper med bibehållen integritet för den enskilda medlemmen. Som University of Malta som först bygger upp en databas för att sedan bygga system genom vilka medlemmarna kan bygga grupper på ett enkelt men fungerande sätt för att skapa goda förutsättningar för medlemmarna att formeras på ett funktionellt sätt.

8.1.2 Offline

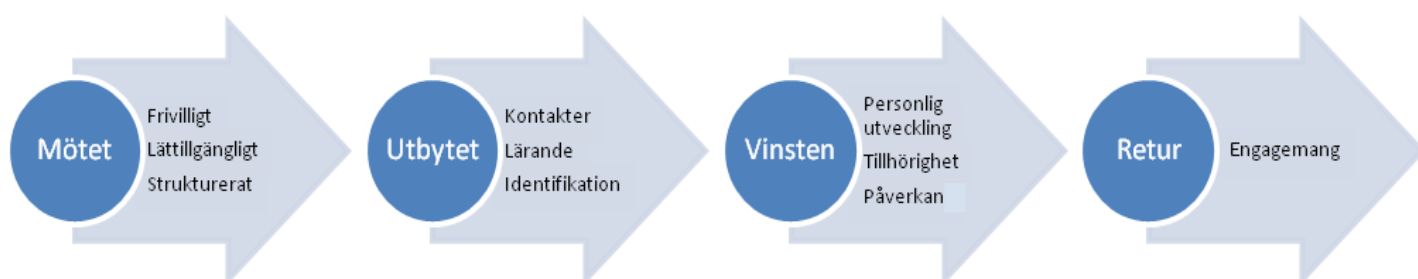
Offline är det en viktig faktor att det på Malta finns goda möjligheter att få träffa inflytelserika personer, såväl som varandra, personligen. Detta tror vi är något som även kan användas med fördel inom Saco-förbunden för att skapa incitament till nätverkande bland medlemmarna. Möjligheten att påverka direkt och att få ett direkt utbyte med likar. Maltas storlek möjliggör direkt påverkan då det är lättare att nå nyckelpersoner och samordna grupper med liknande intressen. Motsvarande arbetssätt skulle även vara möjligt inom Saco-förbunden, fast då på lokal nivå inom till exempel olika distrikt eller lokalföreningar. Formerna för de personliga mötena varierar med allt från formella lobbyingforum till informella ost- och vinprovningar men mycket handlar om att helt enkelt hitta rätt dragplåster för att ge medlemmarna incitament att samlas och engagera sig kring gemensamma intressen.

Intressant är att det lyfts att nätverkens deltagare ofta återfinns inom alla områden och sektorer. Exempelvis lyfts att premiärministern pluggat på University of Malta, vilket gör deras alumninätverk attraktivt att vara en del av. En bra metodik att ta med sig är universitetets sätt att arbeta med storytelling och igenkännig för att alla ska känna sig lockade och välkomna till nätverket. En annan intressant sak vi noterade är att det faller sig naturligt för äldre att dela med sig till yngre professions- och akademikerkollegor emellan.

8.2 Drivkrafter och förutsättningar för engagemang

Generellt baseras dock nätverken på ett ömsesidigt utbyte där man skapar tydliga strukturer med låga krav. Låga trösklar är viktigt för att fånga upp medlemmarna som sedan lägger sitt engagemang på önskad nivå. Men ofta det krävs en egen investering i form av engagemang för att få något ut. Ingången är ofta att man vill ha ut något för egen räkning vilket sedan utvecklas till att nätverket blir ett sammanhang där man istället delar med sig och bidrar till ett intresse som är gemensamt för gruppen. Detta synsätt "what you put in is what you get out", är den huvudsakliga motorn i nätverken och utväxlingen förstärks sedan genom initiativ från centralt håll.

Att tillhandahålla mötesplatser där likasinnade kan känna samhörighet och identifikation med varandra är enligt MGRM nyckeln för att få aktiva medlemmar som vill ge tillbaka till organisationen. Det är medlemmarnas utbyte och individuella vinster i det personliga mötet som skapar ett fortsatt engagemang. Utan individens engagemang kvittar ett nätverks resurser eftersom det drivs av drivna människor.



Vår sammanfattande modell för drivkrafter och förutsättningar för engagemang.

8.3 Slutsats

Om vi då ska försöka koka ner detta till hur vi kan utveckla vårt arbete med nätverkande för medlemmarna inom Saco-förbunden så handlar det framförallt om att skapa funktionella kanaler och plattformar som ger förutsättningar och incitament för medlemmarna till utbyte sinsemellan såväl online som offline. Vi behöver tydliga och funktionella ramar för hur förbunden ska stötta nätverk och arbeta med att sätta medlemmar i kontakt med varandra. Genom ett kontinuerligt och ambitiöst arbete med hur vi gemensamt kan tillvarata och tillgängliggöra den kompetens och erfarenhet som finns bland våra 634 000 medlemmar tror vi att både medlemmar och förbund kommer att få tillbaka minst det vi gemensamt lägger in. Men Sacoförbunden har tillsammans fler medlemmar än Malta har invånare, så innan en större satsning tar form bör en tydlig strategi tas fram.

Malta Gay Rights Movement, MRGM



University of Malta



Malta Chamber of Commerce and Enterprise, MCC



Chamber of Engineers, CoE

