

**Östra Finlands Nation
vid Helsingfors universitet**

Verksamhetsplan för åren 2017-2020

Godkänt på nationsmöte 15.12.2016

Ekonomi

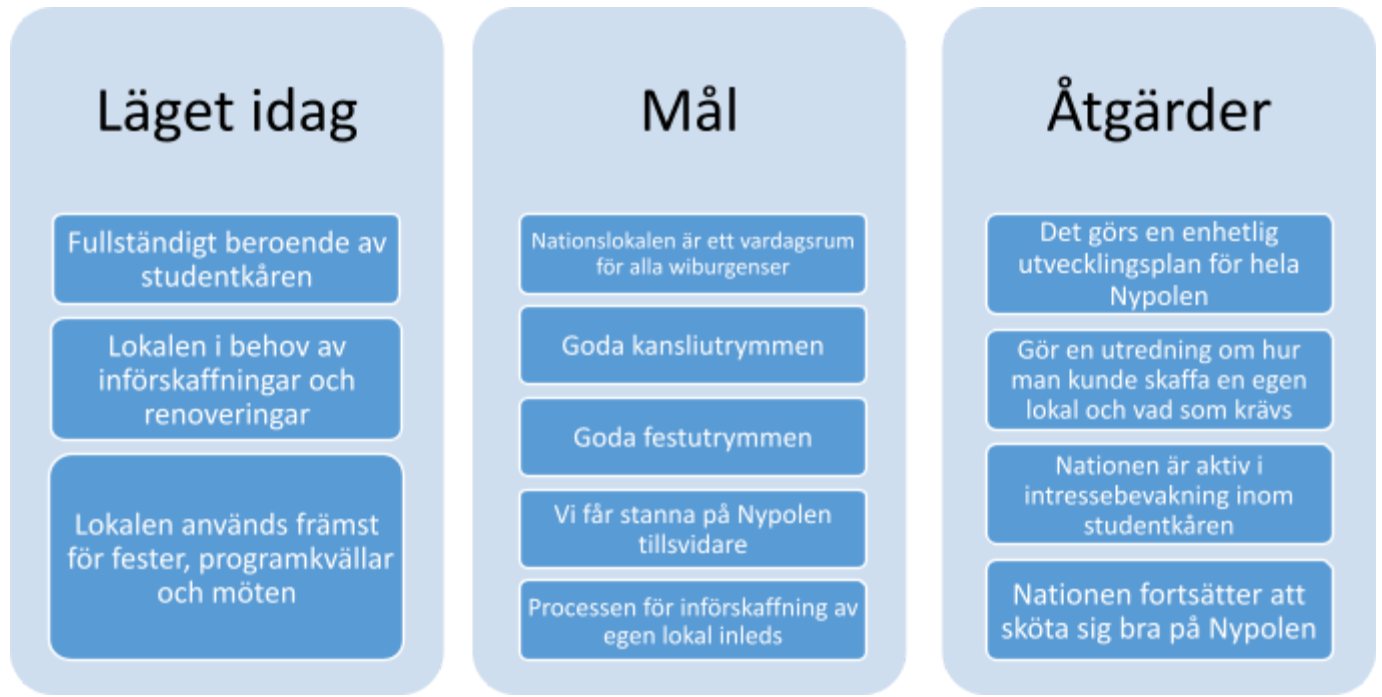


I dagens läge går nationens ekonomi ut på att varje styrelse skapar en egen budget, där målet är ett nollresultat. Detta innebär att en långsiktig plan saknas vilket gör nationens ekonomi är instabil. Inkomsterna kommer huvudsakligen i form av bidrag från diverse stiftelser samt medlemsintäkter vilket inte är hållbart i längden. Understöd ansöks varje år och är inte garanterade. Medlemsintäkterna ökar inte märkbart år till år. Föreningen Wiborg kan inte i dagsläget erbjuda löpande verksamhetsstöd, vilket betyder att inkomster måste komma från övriga instanser. Nationens ekonomiska begränsningar hindrar att förverkliga större projekt och investeringar. Eftersom Östra Finlands Nation konstant växer kommer ekonomin att vara i ett central läge för att kunna möta den höga tillväxtkurvan istället för att strypa den.

Nationen bör möjligast snabbt vara ekonomiskt självständig vilket betyder att verksamheten kan fortsätta utan att vara beroende av bidrag. Fastän nationen har kapital placerat ger de inte i denna dag tillräcklig avkastning för att kunna motsvara bidragen som ansöks årligen. Målet är få så mycket avkastning att det motsvara de verksamhetsbidrag som ansöks årligen. Genom årlig placeringsverksamhet har nationen en möjlighet att snabbare bli ekonomiskt självständig och därmed garantera möjligheten för större projekt, snabb tillväxt samt framtida verksamhet. Föreningen Wiborg har en stark ställning bland nationens medlemmar och har också en stark ekonomisk grund.

Strategiutskottet föreslår en specifik summa på 1000 € som placeras efter varje verksamhetsår. Den föreslagna summan är en riktlinje för styrelsen och nationsmöte att kunna bestämma. Föreningen Wiborg blir nationens officiella seniorförening och nationen marknadsför föreningen aktivt, och att styra äldremedlemsintäkterna till Föreningen Wiborg är också ett sätt att indirekt placera pengar för framtida behov.

Nationslokalen



Idag måste nationen med några års mellanrum ansöka om att få stanna kvar på Nypolen och är fullständigt beroende av studentkårens goda vilja. Lokalen är i behov av renoveringar och införskaffningar. Lokalen används främst för fester, programkvällar och möten. Nationen delar Nypolen med Åbo Nation och andra föreningar.

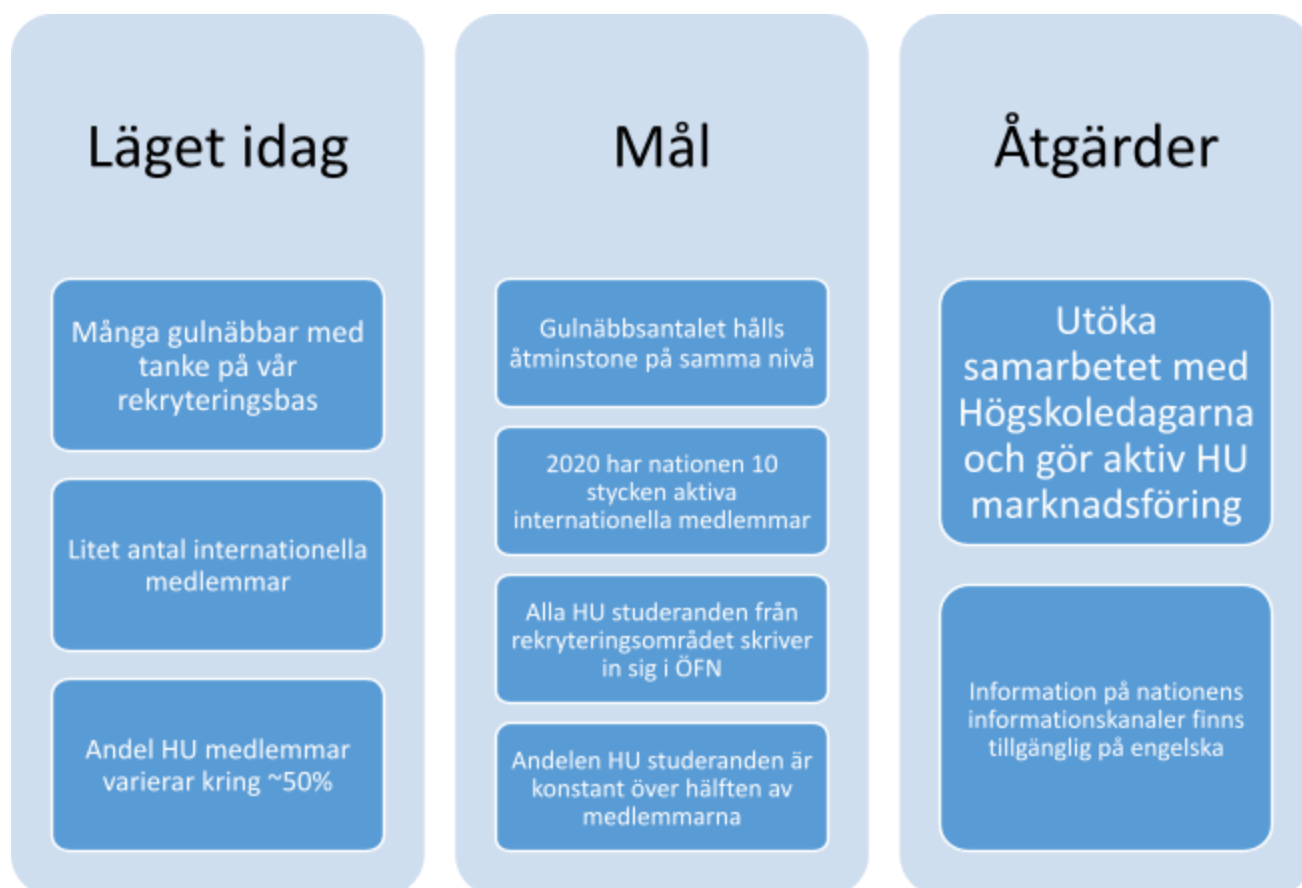
Nationens mål är att tillsvidare få stanna kvar på Nypolen med nuvarande sambon. Nypolen som nationslokal och dess ställning som "det svenska rummet" inom studentkåren förblir. Nationslokalen ska vara ett hemtrevligt vardagsrum för alla wiburgenser som används aktivt för spontan verksamhet som ett alternativ till bibliotek, caféer och den egna bostaden. Nationslokalen ska ha ett fungerande kansli och kök samt lockande festutrymmen.

Det görs en enhetlig utvecklingsplan för hela nationslokalen. Utvecklingsplanen redogör för utseende, utrustning, inredning och IT för hela lokalen. Nationen utbildar sina medlemmar i nationens regler. Nationen håller sig framme och deltar aktivt i intressebevakningen inom studentkåren. Nationen ska utreda vad som krävs för att skaffa en egen nationslokal i framtiden.

På långt sikt är ändå en egen nationslokal den enda lösningen som kan garantera nationens verksamhet. Därför ska nationen tills år 2020 kartlagt:

- hurdan nationslokal man kunde införskaffa
- hur mycket en nationslokal kunde kosta
- hur nationslokalen skulle finansieras
- potentiella samarbetspartner

Rekrytering och internationalisering

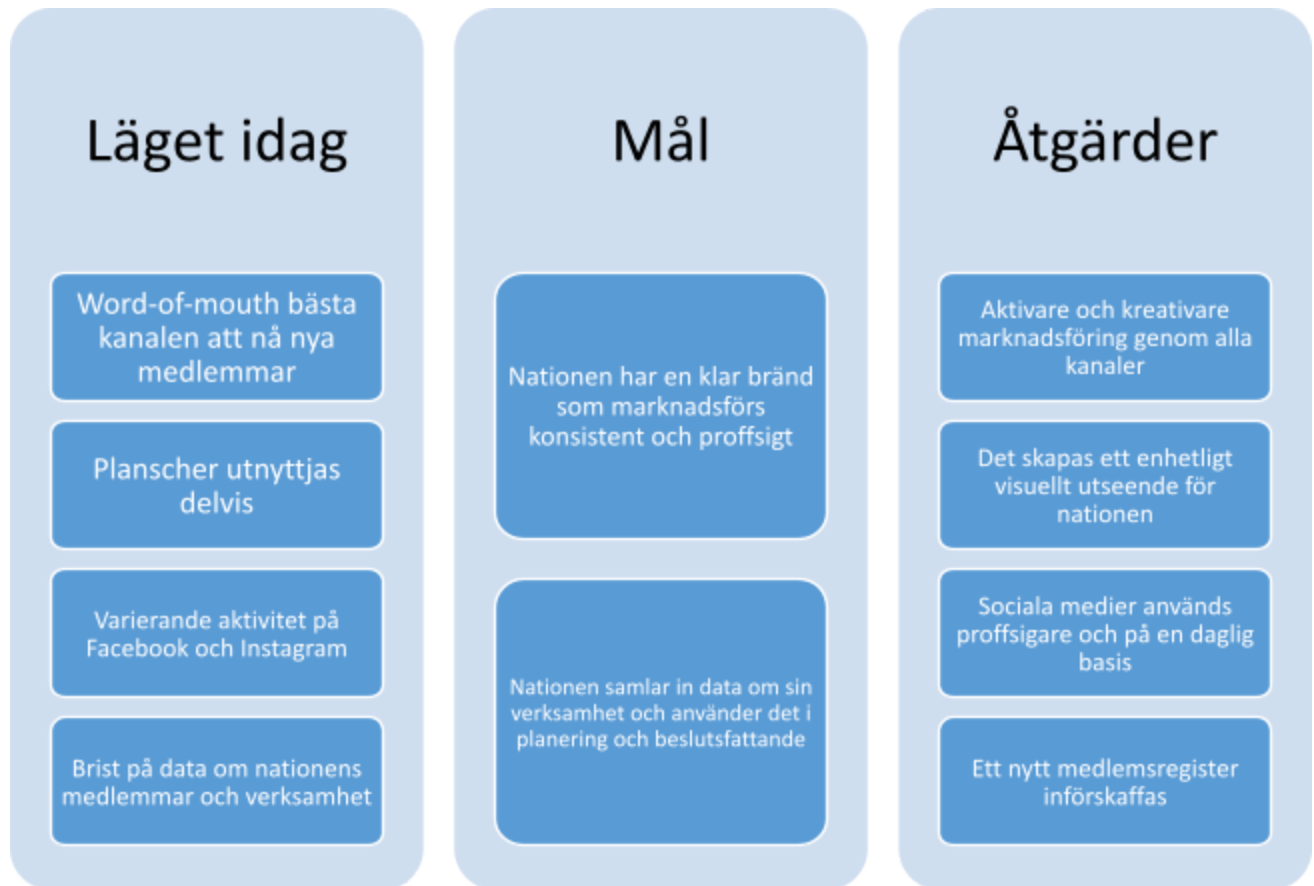


Gulnåbbs- samt rekryteringsverksamheten fungerar bra med men sker främst på hösten. Mängden gulnåbbar som skriver sig in i nationen per år (ca. 40 stycken) är stort med tanke på rekryteringsområdet. Internationella studeranden har nationen dock inte många. Andelen medlemmar som studerar vid HU är kring 50% årligen, men andelen är mycket beroende av hur många som årligen blir intagna vid HU från vårt rekryteringsområde. För tillfället når vi en stor andel av alla gulnåbbar från rekryteringsområdet.

Mängden gulnåbbar som skriver sig in i nationen årligen ska hållas på minst samma nivå som nu, då det är inte realistiskt att siffran stiger kraftigt utan att börja rekrytera utanför rekryteringsområdet. Nationens mål är att nå alla studeranden vid Helsingfors universitet från rekryteringsområdet. Nationen har också som mål att år 2020 ha ungefär tio aktiva internationella studeranden från Helsingfors universitet. Nationen strävar efter att över hälften av medlemmarna studerar vid Helsingfors universitet och denna andel är stabil.

Nationen ska vara aktivt med i Helsingfors universitets abimarknadsföring och vara samarbetspartner i Högskoledagarna. För att nå de internationella studerandena ska information på nationens informationskanaler finnas på engelska.

Marknadsföring

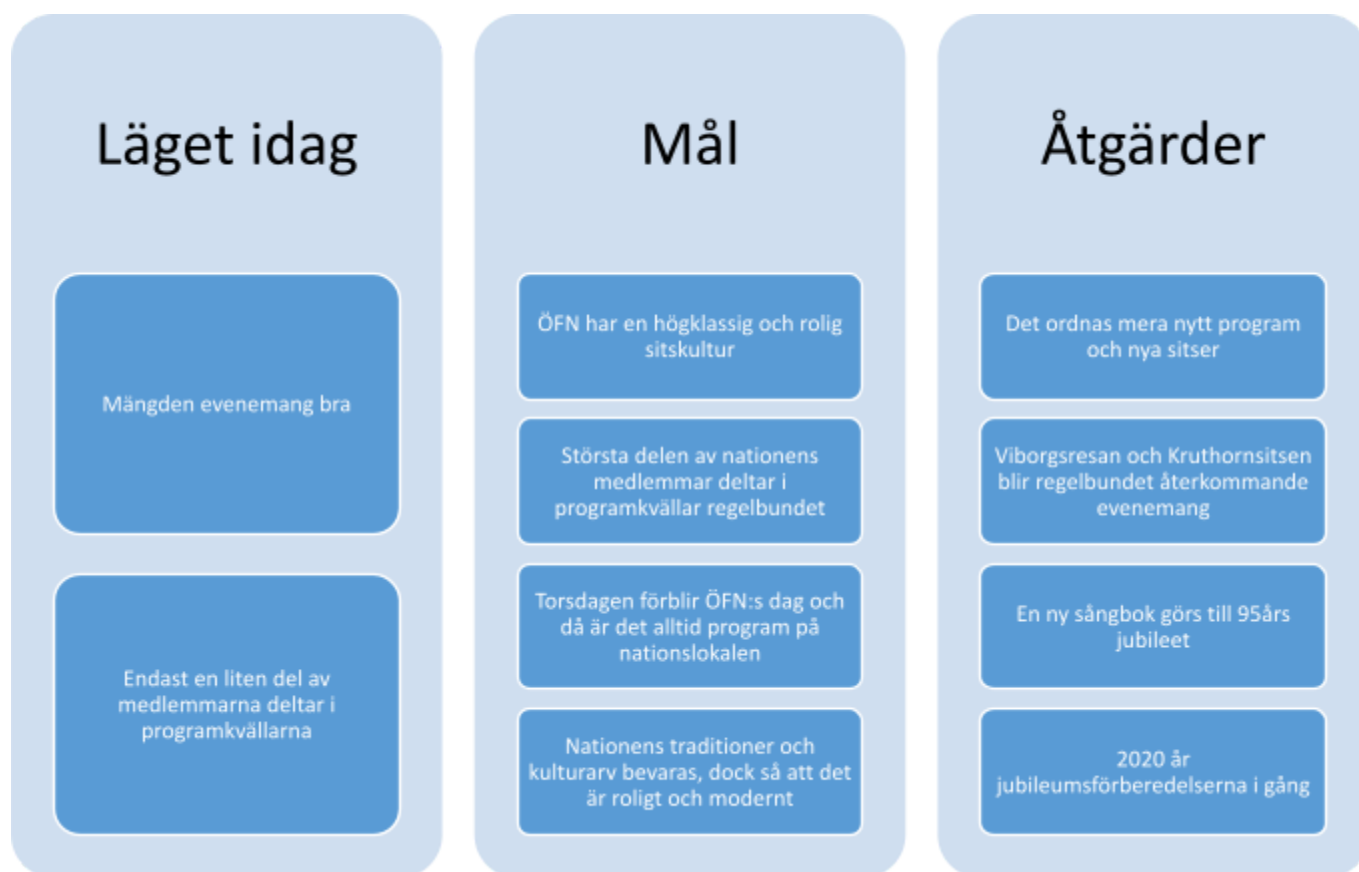


Nationens marknadsföring är på en OK nivå. Till största del består det av traditionell marknadsföring, word-of-mouth och sociala medier. Affischer etc. utnyttjas till en viss mån. ÖFN som brand är relativt starkt just nu men bör förbättras. ÖFN är känt bland nationsaktiva, men betydligt mindre bland de som inte har hört mycket om eller som inte hör till en nation. Nationen har ingen sammanställd data på medlemmar, t.ex. statistik över medlemmarnas hemort och deras studieplats i huvudstadsregionen och inte heller någon data på t.ex. hur bra vi når våra medlemmar eller potentiella nya medlemmar.

Nationen ska sträva till en klar bränd som alla svenskspråkiga studeranden i huvudstadsregionen känner igen. Nationen ska ha ett välkänt utseende som förekommer tydligt i all verksamhet som t.ex. sociala medier och andra kommunikationskanaler. Nationen satsar på kreativ marknadsföringen för att fånga uppmärksamheten av icke-medlemmar och de som sällan deltar. Sociala medier ska används aktivt till sin fulla potential. Nationen har statistik som hjälp till bl.a. rekrytering och marknadsföring och databaserad beslutsfattning och ledarskap utnyttjas aktivt.

Ansvarspersoner bör ha klara instruktioner om hur de skall utnyttja t.ex. sociala medier. Marknadsföring görs aktivt både via formella och informella informationskanaler. ÖFN:s brand awareness görs större genom att utnyttja samt finna nya informationskanaler. Nationen ska börja samla in nödvändig statistik som uppdateras regelbundet och det införskaffas ett nytt medlemsregister som stöder databaserad verksamhet.

Evenemang

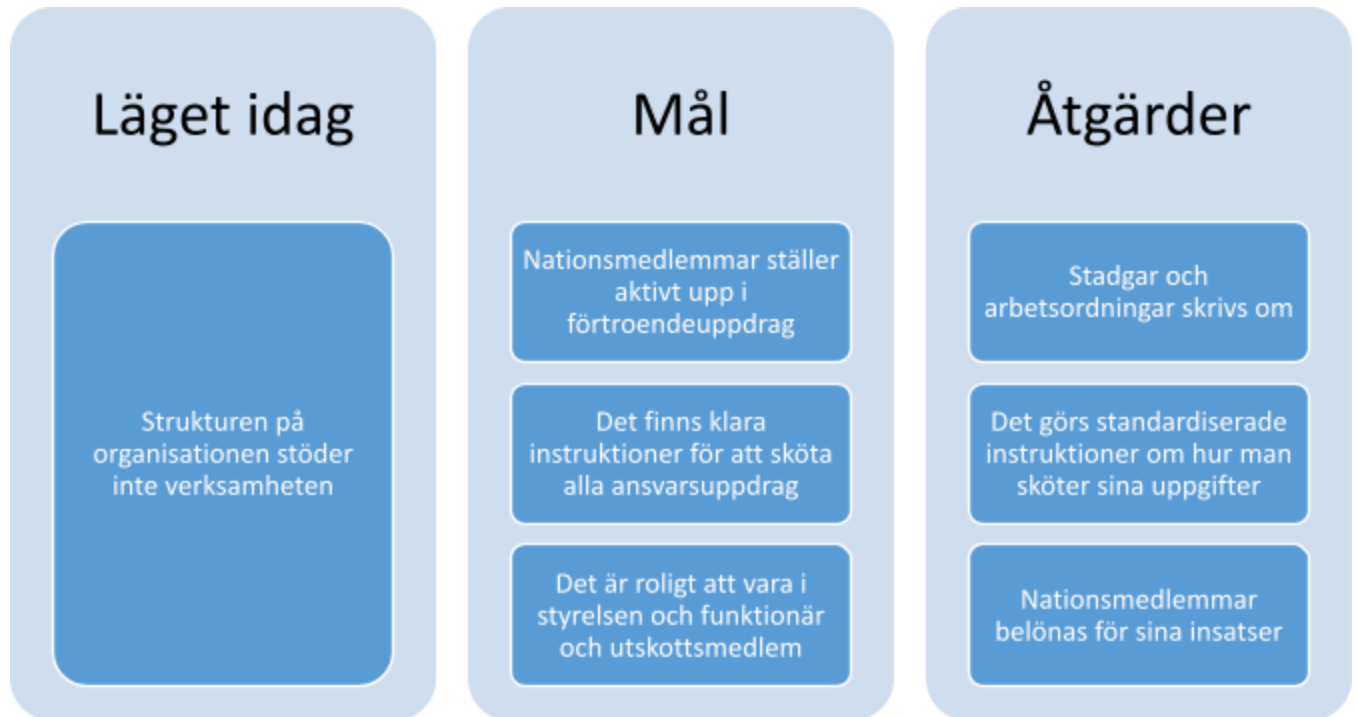


Mängden av evenemang är på en god nivå. Nationen har programkvällar varje torsdag under läsåret, och ordnar 2-4 sitser per månad. Deltagarmängden på programkvällarna fördelas förtillfället ojämnt och endast en liten del av nationens medlemmar går regelbundet på programkvällarna.

Nationens ska ha en högklassig men ändå rolig satskultur och nationsmedlemmarna ska veta och följa sitsetiketten. Merparten av nationsmedlemmarna ska delta i programkvällar regelbundet. Torsdagen förblir nationens programdag och då ska det alltid ordnas program på nationslokalen. Övriga evenemang kan ordnas utanför nationslokalen under en annan veckodag. Nationens traditioner och kulturarv bevaras samtidigt som de kan moderniseras.

Evenemangen ska marknadsföras aktivt och regelbundet. Nationen gör det genom att använda sig av modern marknadsföring, genom t.ex. sociala media. Programkvällarna och sitserna skall vara mer varierande. Viborgsresan och Kruthornsitsen ska ordnas vartannat och alternerande år. En ny sångbok görs till 95års jubileet då den nuvarande sångboken är föråldrad. Senast år 2020 ska 100års historiken påbörjas, festlokalen bokas och en preliminär planeringsgrupp tillsätts.

Förvaltning



Nationens nuvarande organisation med styrelsen, funktionärerna och utskotten härstammar från början av 2000-talen. Våra stadgar har reviderats, men grundstrukturen är ännu den samma som för tio år sedan trots att nationen blivit flera gånger större. Därför borde nationen bygga upp hela organisationen från grunden så att den stöder nationens verksamhet i dagsläge. Senaste åren har också arbetsmängden ökat markant då nationens evenemang blivit mycket större och de ordnas oftare. Det ökade medlemsantalet kräver också mera administration gällande t.ex. stipendier, bostäder, medlemsregister, -intyg och -avgifter och inskrivningar.

Det viktigaste målet gällande nationens förtroendevalda är att det är roligt att sköta sina uppdrag, trots att det är krävande att utföra. För att möjliggöra detta behövs en fungerande organisationskultur där saker fungerar smidigt. Varje individ skall kunna koncentrera sig på sitt eget uppdrag som bidrar till mervärde för sig själv och nationen.

Alla stadgan skrivs om från början som en enhetlig helhet för att motsvara dagens behov. Viktigaste är att minska arbetsbördan för enskilda medlemmar och se till att saker görs effektivt. Det finns klara och enhetliga instruktioner för alla förtroendeuppdrag. Vissa delområden som berör flera olika funktionärsposter och föreningar har också tydliga instruktioner. Det här leder till standardiserade metoder vilket betyder att man undviker att göra samma misstag. Nationen börjar aktivare dela ut förmåner och belöningar till de förtroendevalda.