

SWOT-analys på underlag till Strategi 25-30

Föreningskonferens november 2024

STYRKOR

- Internationell samverkan
- Stor målgrupp - och växer
- Kunskapshub
- Påverkan i kommuner, regioner
- Påverka forskning – bidrag forskningspartners
- Långtgående vision, slagfärdig
- Bredd i diagnoser
- Samhällsnytta
- Patientens egen erfarenhet och kunskap
- Har en stabil grund
- Många kan ta del av vår kunskap
- Samarbete inom funktionsrätt
- Lokal närvaro
- Samarbete med vården m.fl.
- Lyfta folkhälsa känns mer modernt
- Svalanmärkta produkter, trygghet, ger bättre ekonomi
- Följer folkhälsopolitiska mål
- Framåtanda i förslaget
- Kan nå ut till nya grupper
- Samarbeten med andra än hittills (Friluftsförbundet, Naturskyddsföreningen)
- Tar med oss det som funkar in i något nytt
- Namnet och historien
- Svalan – förtroende
- Berör många
- Allergia
- Samarbete i Norden
- Kunniga
- Påverkanskraft – myndigheter
- Strategin ger en stabil och inkluderande grund eftersom strategiarbetet är omfattande
- Bra att vi fångat både förebyggande (preventiva) och främjande (proaktiva). Vi kan lära ut osv. et proaktiva är att lära barnen "simma så de inte drunknar".
- Okunskapen i samhället är bland det svåraste, bra att fokus ligger på att främja kunskap
- Själva arbetet med strategin i sig, vi är en i förändringsprocess. Villiga till att ställa om är ett viktigt steg.
- Fler och fler drabbas av våra sjukdomar, det är en styrka för strategin.
- "Tillsammans" är viktigt för att bli en bärare av relevant kunskap och bli respekterade som organisation som helhet. "förenas och samverka"-löftet.
- När vi alla drar åt samma håll kan vi prioritera väl och vara aktsamma om våra resurser
- En tydlig och riktad röst är bra för varumärket, och varumärket är bra för medlemsantal, påverkan, allt.
- Alla får komma till tals (här och nu med strategiarbetet)

- Kunskapshubb som samlar politiken
- Ett strategidokument med korta punkter kan hjälpa oss rekrytera nya aktiva på lokal nivå
- Styrelsearbete kan hjälpa t.ex. en mamma till allergiska barn hitta kraft, respekt och pondus att driva frågorna för även hennes barn – en stark strategi stöttar
- Visionstexten är tydligare och kraftigare än ”Friskare liv”. Täcker en stor grupp och lyfter samsjukligheten
- Lättare att komma ihåg och kommunicera, en hisspitch
- ”Folkhälsoperspektivet” kan hjälpa oss nå ut med information och utbildning på t.ex. BVC, mödravården, Astma- och Allergimottagningar, men i vissa regioner får vi inte komma in
- Skolinformation, t.ex. teaterföreläsningar är effektiva – strategin stöttar det
- Folkhälsoperspektivet öppnar möjligheter inom arbetsmiljömedicin
- Strategin ger ett brett verksamhetsområde, når flera målgrupper
- Strategin ger oss möjlighet att lära av tidigare erfarenheter
- Styrka med våra föreningar är att vi är så många.
- Strategin betyder att vi alla ska ha samma mål. I alla nivåer.
- Det här är en kollektiv sjukdom och strategin ger en bra möjlighet att bemöta den på samhällsnivå.
- Vi har en väldigt stark kompetens i organisationen.
- Barnallergiåret var bra.
- Många frågor är gemensamma med externa parter såsom frågor om vården och tillgängligheten. Möjlighet att kroka arm med många.
- Viktigt att få en gemensam strategi i hela organisationen vilket detta ger oss möjlighet till.
- Kanonviktigt med en gemensam vision och förslaget är bra. Genomtänkt och tar upp de bitar som är viktiga för oss.
- Det finns mycket kreativitet och engagemang i de lokala föreningarna/medlemmarna som kan kanaliseras genom strategin. Viktigt att de är del av processen men också att den nya strategin når ut till medlemmarna efter kongressen.
- Märkningen är stark och den ska vi satsa mer på.
- Vi blir starka när vi pratar med en och samma röst.
- Vi måste förändras, vi kan inte stå still.
- Vårt mål om att alla ska ha rätt till sin medicin. Det är ett mål som även gynnar läkemedelsbolagen. Finns en potential i att kroka arm vid sådana tillfällen.
- Acceptansen ökar för vissa grupper i samhället men ökar den för oss?

SVAGHETER

- Risk:
 - Mindre fokus på patientperspektivet med folkhälsan i fokus.
 - Saknar fokus på unga med våra diagnoser
 - Risk att fokuset på folkhälsa gör att vi tappar kontakter till lokal- och regionala föreningar
 - För komplicerat och svårläst, inte tillräckligt konkret (folkhälsa)
 - Nytt fokus kan göra att vi tappar påbörjade projekt, (tex allergikommitté)
- Underlaget är för abstrakt
- Funktionsrättsperspektivet saknas (se exempel från autism Sverige på 90/00-talet)
- Lyssna på medlemmars upplevelser

- Krympande medlemsbas
- Begränsad representation (kan göra det svårare att genomföra)
 - Unga
 - Män
 - utländsk härkomst
- Bristande förändringsbenägenhet?
- Inte tillräckligt lockande för yngre
- Säger inget om hur vi ska behålla gamla medlemmar
- Folkhälsobegreppet är för brett
- Inte tillräckligt specifikt tilltal
- Inte realistisk vision
- Vad händer med sekundärprevention?
- Mindre kontakt med lokalavdelningar
- För lite fokus på samarbete inom funktionsrättsrörelsen
- Visionen innehåller inte alla diagnoser
- Utveckla resonemang kring begrepp "drabbas av" – vad innebär?
- Vi lyfter inga framgångar
- Hur förankra strategin hela vägen ut till föreningar och medlemmar?
- Hur påverkar ny strategi givandet?
- Avsaknad av tillgänglighetsfrågan och otillräckligt samarbete med funktionsrätt.
- Risk att vi underminerar oss själva
- Otydlig målgrupp
- Risk att patientperspektivet tappas bort
- Risk att invandrargrupper tappas bort (språk) (kan också vara en *möjlighet* -> en värld fri från astma och allergi)
- Risk att strategin inte når ut i hela organisationen. För svårtolkad/abstrakt
- För svårt språk och otydliga formuleringar (för de som inte är insatta)
- Otydligt mål (vad är målet med strategin?)
- Visionen: "värld" är för stort
- Perspektivet att astma och allergi är både sjukdomar och funktionsnedsättningar saknas
- Beroende av externa resurser
- Olika föreningar kan ha olika mål i dagsläget vilket gör oss spretiga.
- Våra diagnoser är svårare att greppa än t.ex. cancer. Mer diffusa och svårare att nå ut kommunikativt.
- Det är svårt att få medlemmar att engagera sig i verksamheten och komma till möten.
- Det finns ett engagemang hos många i samhället men det räcker inte för att de ska bli medlemmar men heller inte för att engagera sig i organisationen när personer faktiskt blir medlemmar.
- Vi får konstant minskade resurser och det gör det svårare att bedriva verksamhet.
- Hur ska resurserna fördelas/omfördelas inom förbundet? De ekonomiska resurserna styr väldigt mycket vad vi kan göra och ska göra.
- Förslaget om vision och löfte hänger inte helt ihop. Löftet säger "att vi ska minska/färre ska drabbas" men visionen säger att vi ska vara fria från astma och allergi. Vi måste jobba "för att den här skiten ska bort".
- Vi måste bli snabbare att hugga på en möjlighet när den finns.
- Vi har inget synligt positivt som alla kan samlas kring. T.ex. de som engagerar sig inom idrotten samlas kring något positivt tillsammans. Vi har inget liknande som lockar folk

utan snarare att folk samlas kring rädslan med våra sjukdomar och de utmaningar som de innebär.

- Viktigt för vår legitimitet att medlemmarnas röst bejakas av förbundet. Det lyfts att kanske man främjar sig mot medlemmarnas åsikter ibland. Viktigt att ha örat mot marken.
- Vi måste fortsätta arbeta internt för att kunna tala med en och samma röst i hela organisationen.
- Tidigare ”vision”, friskare liv, har varit svårt att ta till sig. Har också försvårat arbetet internt.
- Den enskilda medlemmen kanske bara berättar sin egna upplevelse av sin sjukdom och utmaningarna med den när den är på stan/kampanjar istället för att kommunicera ut förbundets budskap, vision och mål. Lyckas vi lösa det så blir det istället en styrka.
- Varför ska man vara medlem? Vi måste kunna anpassa oss för att attrahera. Men vi måste också ha en stabil bas att stå på utan att bli för reaktiva.

MÖJLIGHETER

- Folkhälsokoppling relevant
- Digital tillgänglighet (text), bra för t.ex. doftöverkänsliga
- Svenskt allergiprogram – ökad kunskap/spridning (patientperspektivet)
- Nå nya målgrupper, t.ex. nysvenskar, utsatta grupper, samsjuklighet
- Samarbete med organisationer och företag, t.ex. idrott, internationellt, olika språk, sponsring
- Rabatter för medlemmar, t.ex. butiker
- Ta hjälp av funktionsrätt Sverige om medlemsutveckling
- Funktionshinderråd, lokal påverkan
- Medicinsk rådgivning/vägledning till medlemmar/potentiella medlemmar, även arbetsmiljö, empowerment
- Mer forskning om pälsdjursallergi och rädsla
- Kommunicera läget i förbundet till allmänhet och medlemmar
- Nya globala partnerskap – finansieringsmöjligheter t.ex. Asthma Allergy Nordic
- Nya forskningsmöjligheter vid samsjukligheter (allergi och andra sjukdomar)
- Samarbete med kommuner om barn och allergi, t.ex. planering av förskolor, allergironder, utbildning (e-utbildning). Kommunicera samhällskostnader för ohälsa till politiker
- Sprida kunskap om allergi som funktionsnedsättning
- Samarbete med barnkliniker i län/region, allergimottagningar, företagshälsovård för att undvika onödig rädsla
- Digital chatt, sprida via sociala medier, skapa kontakt med nya
- Patientutbildning, föreningen bidrar med gemenskap, läger m.m.
- Läkemedelsföretagssponsra patientutbildning och utbilda vårdpersonal
- Kommunicera ny forskning på rätt sätt – skillnad primär/sekundär prevention
- Fler allergikonsulenter (regionalt i vården)/samordnare
- Samarbete med BVC, elevhälsa på lokal nivå (med stöd av förbundet)
- Ungdomsrabatt (upp till 30 år) för unga medlemmar, som t.ex. Dyslexiförbundet har, sprida i sociala medier, pensionärrabatt
- Skapa allergikommittéer i kommuner

- Kommunera nyttan med vad vi gör, t.ex. framgångar, medlemsnytta
- Ta fram budskap att sprida utifrån ny strategi, t.ex. affischer med QR-kod
- Finns möjlighet att synas, t.ex. sociala medier, AI
- Nya former för engagemang, t.ex. ge en gåva, namninsamling
- Vissa föreningar samlas kanske "bara" och har kul i sociala aktiviteter men det är en styrka att de lyckas samla personer i vår organisation.
- Vissa föreningar arbetar redan väldigt aktivt mot vården och driver våra frågor.
- Viktigt att inte prata om hoten med att ha våra diagnoser men snarare att prata om våra rättigheter.
- Kanske behöver bilda bolag och hitta nya intäkter den vägen för att stärka ekonomin.
- Strategin anknyter starkt till mänskligt värde och mänskliga rättigheter. En stark möjlighet att arbeta i den riktningen med den nya strategin samt tydliggöra det. Sluta ursäktas oss och stå på oss mer.
- Att inte prata om vad vi och våra diagnoser kostar utan istället prata om vad vi har rätt till för att leva ett jämlikt liv.
- Området folkhälsa innebär många och stora möjligheter för oss.
- Patientutbildningar skulle ge oss ett starkt verktyg i vårt arbete för att folkbilda och bli en folkrörelse.
- Vi har ansetts vara en osynlig sjukdom men den nya strategin ger oss möjligheten att bli sedda i större utsträckning.

HOT

- Vi försvinner i mängden (folkhälsa för stort)
- Digitalisering
- Unga människor engagerar sig inte i föreningslivet
- Ekonomiska svagheter, inte råd med medlemsavgift
- Enbart svenska i vår kommunikation
- Andra allergener i invandrargrupper
- Folkrörelsemodellen – du kan inte bli stödmedlem eller "nationell medlem"
- Supporter enbart → för flyktigt
- Digitalisering, AI, google ersätter oss
- Åldrande population, yngre mer individualistiska
- Andra organisationer "nor" potentiella medlemmar
- Yngre flyttar till storstäderna och det utarmar lokalföreningar i andra delar av landet
- Läskunnighet försämras
- Om vi blir för breda och någon annan tar astma, allergi, eksem → ekonomiskt hot, färre medlemmar
- Tappa inte sekundärprevention
- Nya patientorganisationer, spetspatienter
- Flera olika nivåer som ska samverka = fler nivåer i förslaget = hot
- AI, google – vad ska vi erbjuda?
- Vi syns inte/rör oss inte bland unga, män, invandrargrupper etc. och vi "ser heller inte ut" som de grupperna.
- Kristider (Ukraina etc.) prioriterar inte AAF.
- Vi tappar trovärdighet

- Minskat statsbidrag och minskat medlemstal
- Digitalt utanförskap
- Nya kriterier från Postkodlotteriet
- Ekonomiska problem, inte möjlighet att bli medlem/skänka pengar
- Inställning att astma, allergi, eksem och annan överkänslighet "inte är så farligt", alternativt allergimedicin fixar allt
- Om vi blir för breda är risken att man inte upplever att det är för mig, tex som doftöverkänslig. Vi behöver benämna ALLA diagnoser
- Politiken: man ska vara en perfekt människa
- Inga följare, vi har så många SoMe-kanaler
- Informationskrig = svårt att nå ut med info idag
- Vi kommunicerar enbart på svenska men Sverige idag är många olika etniciteter och språk
- Om vi kommunicerar enbart forskningsresultat missar vi enskilda individer
- Nu kan man bota < 4 år. Vi säger ALLA medlemmar → besvikna och lämnar
- Ekonomi – färre medlemmar = mindre pengar
- Forskning/läkare: Vi blir ett hot mot oss själva om skolan börjar anamma fel
- Vissa regioner har egna strategier och arbetar på sitt håll. Det finns en viss konflikt när regionerna och förbundet arbetar på olika håll med olika mål etc.
- Olika ombudsmän i landet har olika titlar och arbetsuppgifter vilket också gör oss spretiga.
- Hänsynen som visas för personer med våra diagnoser upplevs ha konstant minskat över tid. Att våra medlemmar förlöjligas i media/kultur men också i vardagen. De blir inte tagna på samma allvar som personer med andra diagnoser/nedsättningar.
- Övergången från barn till vuxen försvarar för såväl individen som förbundet. I vården och i livet.
- Påverkan mot vår ekonomi från externa organisationer som aktivt motarbetar våra mål är ett stort potentiellt hot. T.ex. som när tobaksindustrin aktivt motarbetare "en rökfri generation" med stora resurser.
- Lëshundar ställs mot våra medlemmar som är allergiska i skolan och där prioriteras inte de allergiska barnen/ungdomarna.
- Acceptansen minskar för vissa grupper i samhället. Minskar den för oss?

Övrigt

- Lokala föreningar arbetar socialt mot medlemmarna och regionerna arbetar med politisk påverkan för förändring. Olika nivåer gör i dagsläget olika saker.
- Alla nivåer i vår organisation kan inte arbeta med exakt alla delar samtidigt (påverkan, socialt, aktiviteter etc).
- Det ser också olika ut i landet. Vissa regioner har mycket utmaningar med pollen, andra med pälsdjur etc.
- Bra med RLA och de olika "nätverken" för de ger möjlighet till meningsutbyte mellan kollegor och att vi samorganiserar oss i stället för att arbeta på vars ett håll. Kommunikationen från kansliet mot regionerna anses blivit mycket bättre samt gett möjlighet till konstruktiv dialog.
- Webb föreläsningar är enklare att ha över gränserna än fysiska möten. Kan det vara något att prioritera i framtiden?

- Dokumentet upplevs "beigt". Saknar konkreta förslag på vad förbundet kan ge "oss". Saknas en underliggande strategi som alla kan slussas in i när man kommer in som ny i organisationen.
- Strategin upplevs som okej, lättläst och lätt att förstå.
- "Lyssna på de många och tala med en röst"
- "Kroniska sjukdomar är alltid ett problem för samhället och vi behöver arbeta både för att eliminera sjukdomarna samtidigt som vi hävdar vår rätt."
- "Vi kan jobba på att ändra attityder och stå upp för våra rättigheter, vilket kan skapa större förståelse för dem som har sjukdomarna."
- "Rätten till god hälsa, vi ska inte vara rädda att stå på oss"
- "Folkhälsa och folkbilda, vi behöver vara kraftfullare" "Vår plikt att undervisa och att kräva."

Sammanfattning av ChatGPT

Prompt: Skulle du kunna hjälpa mig att sammanfatta denna SWOT-analys, med de viktigaste medtagen från respektive område, STYRKOR, SVAGHETER, MÖJLIGHETER och HOT;

Sammanfattning av SWOT-analysen

Styrkor

- **Bred och stark samverkan:** Internationella samarbeten, lokal och regional påverkan, samt nätverk inom vård och funktionsrätt.
- **Trovärdigt varumärke:** Historik och igenkänning (t.ex. Svalan), med stark påverkanskraft och kunskapsresurser.
- **Tydlig vision och samhällsrelevans:** Omfattande strategiarbete som förenar organisationen mot gemensamma mål, med fokus på folkhälsa och samsjuklighet.
- **Flexibilitet och engagemang:** Kreativitet i lokalföreningar, framåtanda, och möjlighet att anpassa arbetet utifrån nya utmaningar och möjligheter.

Svagheter

- **Risk för förlorat fokus:** Patientperspektivet och unga med diagnoser kan tappas bort med folkhälsa som prioritet.
- **Interna utmaningar:** Krympande medlemsbas, begränsad representation (unga, män, invandrargrupper) och svårigheter att behålla engagemang.
- **Abstrakta och breda strategier:** Svårtolkat språk, otydliga mål och visioner som kan kännas orealistiska eller för generella.
- **Resursberoende:** Minskade ekonomiska resurser och externa beroenden påverkar verksamhetens möjligheter och stabilitet.

Möjligheter

- **Utökad räckvidd och digitalisering:** Möjlighet att nå nya målgrupper (nysvenskar, unga, utsatta grupper) och öka tillgänglighet genom digitala verktyg.

- **Samarbeten och finansiering:** Partnerskap med kommuner, företag, och internationella aktörer; nya forskningsprojekt och sponsringsmöjligheter.
- **Förstärkt patientstöd:** Patientutbildningar, medicinsk vägledning och gemenskapsbyggande aktiviteter kan stärka medlemsvärdet.
- **Innovativ kommunikation:** Sociala medier, AI, och riktade budskap kan öka organisationens synlighet och attraktion.

Hot

- **Konkurrens och relevansproblem:** Andra organisationer och digitala alternativ kan ta medlemmar, särskilt bland unga och urbana grupper.
- **Ekonomiska utmaningar:** Minskade medlemsavgifter, statsbidrag och externa resurser hotar verksamhetens långsiktighet.
- **Förlorad tydlighet:** Ett för brett fokus kan minska upplevd relevans för specifika målgrupper och diagnoser.
- **Sammanhållning och trovärdighet:** Interna konflikter mellan lokala och nationella mål kan skapa spretighet och minska organisationens trovärdighet i samhället.

Denna sammanfattning ger en överblick över analysens viktigaste punkter och tydliggör fokusområden för fortsatt utveckling och åtgärder.