

Vedlegg til Sak 6

Framtiden i våre henders toårsstrategi for 2019-2020

1. Innledning

«Det overordnede målet for Framtiden i våre hender er global rettferdighet, økologisk balanse og en løsning på verdens fattigdomsproblemer, slik at det blir mulig for alle mennesker på jorda å leve et verdig liv» (Politisk plattform for 2017-2020¹).

Denne toårsstrategien er en konkretisering og operasjonalisering av politisk plattform for perioden. Strategien skal tydeliggjøre Framtiden i våre henders tematiske satsingsområder og organisatoriske mål. Hovedstyret er ansvarlig for at strategien blir fulgt, og for eventuelle justeringer av prioriteringer innenfor rammene av strategien. Toårsstrategien er hele organisasjonens prioriteringer for perioden og er førende for hovedkontorets ressursbruk og budsjetter. Lokallag og regionlag kan ha egne stedspecifikke satsingsområder i tillegg.

11

2. Vår metode – slik forandrer vi verden

Innledning

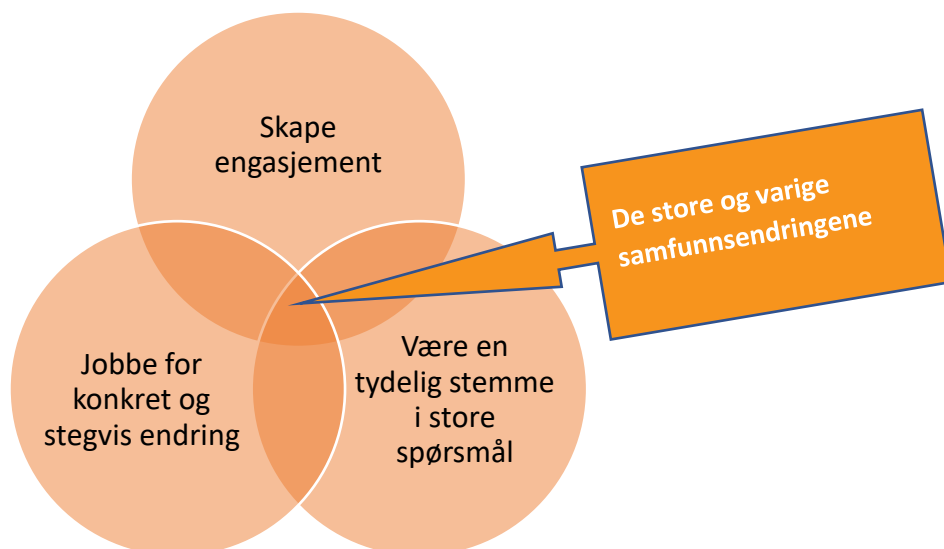
Arbeidet for en mer rettferdig og bærekraftig verden kan foregå på mange ulike måter. Derfor innleder vi toårsstrategien med vår egen endringsmetode, altså hvordan *vi som organisasjon bidrar til å skape endring*. Endringsmetoden ligger til grunn for de andre valgene organisasjonen tar; hvilke satsingsområder vi velger, og øvrige mål for organisasjonen.

18

Framtiden i våre henders endringsmetode:

Vi jobber for store, varige samfunnsendringer gjennom en kombinasjon av tre elementer: Folkelig engasjement, en tydelig formulert visjon for hvor vi skal, og konkrete milepæler på veien mot målet. Folk er ulike, noen motiveres mer av de store visjonene, andre av konkrete aktiviteter og oppnåelige mål. Framtiden i våre hender skal være en organisasjon som jobber med begge deler. Vi viser sammenhengen mellom små endringer i hverdagen og større, strukturelle endringer.

¹ Framtiden i våre henders politiske plattform for 2017-2020: <https://www.framtiden.no/200811022106/om-oss/politisk-plattform/politisk-plattform.html>



25

26 **Produsere ny kunnskap**

27 For å sette dagsorden, påvirke debatten og opinionen, og være synlige for enkeltmennesker og
28 beslutningstakere, vil vi produsere ny kunnskap og avdekke forhold som er til hinder for rettferdig
29 fordeling av verdens ressurser, eller fører til miljø- og klimautfordringer.

30 **Aktiv i samfunnsdebatten**

31 Framtiden i våre hender skal engasjere og gå i dialog med enkeltmennesker og beslutningstakere
32 både gjennom tradisjonelle og sosiale medier. vi vil delta aktivt i den løpende samfunnsdebatten,
33 særlig på satsingsområdene våre og saker innenfor rammen av politisk plattform. Ressurskrevende
34 aktiviteter som ikke dekkes av satsingsområdene skal alltid godkjennes av hovedstyret.

35 **Grønne tips og hverdagsmiljøvern**

36 Hverdagsmiljøvern handler om hvordan hver enkelt kan gjøre positive endringer i sin hverdag.
37 Framtiden i våre hender vil gi veiledning til hvordan man kan ta etiske og miljøvennlige valg i
38 hverdagen gjennom etiske og grønne tips og konkrete samarbeidsprosjekter, innenfor hele bredden
39 av miljø- og solidaritetsfeltet. Gode valg i hverdagen utgjør i seg selv en forskjell for miljø og
40 mennesker. De er også viktige fordi de motvirker apati, og skaper et engasjement som vi kan
41 mobilisere til videre handling og støtte for å nå våre langsiktige mål. Denne typen engasjement kan
42 også synliggjøre befolkningens vilje til større og strukturelle endringer, og dermed utgjøre et politisk
43 press i seg selv.

44 **Kampanjer**

45 Vi gjennomfører kampanjer når de er et hensiktsmessig virkemiddel for å oppnå konkrete
46 gjennomslag i løpet av en tidsavgrenset periode. Gjennom kampanjer skaper vi bevissthet,
47 engasjement, og et nødvendig press for å oppnå målbare endringer i politikk eller næringsliv. De
48 større kampanjene våre planlegges over flere måneder, involverer store deler av organisasjonen og
49 medfører høy ressursbruk og prioritering mens de pågår. Av den grunn gjennomfører vi maksimalt to
50 slike kampanjer i løpet av ett år. Våre kampanjer skal ha en tydelig definert start og slutt, en klart
51 formulert problembeskrivelse og foreslå en eller flere løsninger.

52 **Konstruktiv og løsningsorientert dialog- og samarbeidspartner**

53 For å overbevise beslutningstakere i politikk og næringsliv, går vi i dialog hvor vi presenterer våre
54 funn, innspill og løsninger. Vi er relevante ved å ha høy kompetanse, å representere mange og å følge
55 sakene våre helt frem til iverksetting. Vi bygger og opprettholder brede nettverk blant politikere,

56 næringsliv og fagforeninger. Vi inngår formelle eller uformelle samarbeid med organisasjoner,
57 institusjoner og næringslivsaktører på avgrensede områder, lokalt, nasjonalt eller internasjonalt, når
58 det er i tråd med våre retningslinjer og kan bidra til å oppnå våre mål.

59 **Demokratisk medlemsorganisasjon**

60 Framtiden i våre hender tror at lokalt engasjement kan bidra til å forandre verden. Vi tror at samhold
61 gir styrke, og at samfunnsendring skapes i fellesskap. Vi tror at løsningene vi jobber fram blir bedre
62 av å være utviklet i samarbeid, hvor vi tar innover oss ulike ståsted, det være seg kjønn, sosial,
63 økonomisk eller geografisk tilhørighet. Derfor er vi også en demokratisk medlemsorganisasjon som
64 etterstreber mangfold og tilstedeværelse av lokallag og frivillige aktivister i hele landet.

65

66 **3. Satsingsområder**

67

68 **Kriterier for valg av satsingsområder**

69 Organisasjonen vil prioritere fire satsingsområder i perioden. Valg av satsingsområder er basert på
70 fire kriterier. Alle satsingsområdene må ikke treffe fullt ut på alle kriteriene, men ethvert
71 satsingsområde må treffe på kriterium I. "Vesentlighet":

72

- 73 I. Vesentlighet
- 74 a. Det er av avgjørende betydning innenfor miljø- og solidaritetsfeltet.
- 75 II. Gjennomslag
- 76 a. Det er sannsynlig at vi kan oppnå viktige gjennomslag i løpet av strategiperioden.
- 77 III. Kunnskap og eierskap
- 78 a. Organisasjonen har solid fagkunnskap og mulighet til sakseierskap.
- 79 b. Vår egenart kan tilføre noe som er av avgjørende betydning for gjennomslag.
- 80 IV. Folkelig appell
- 81 a. Det har potensial til å nå bredt ut i befolkningen.
- 82 b. Det begeistrer og engasjerer folk til positiv handling.

83 Kriteriene ligger også til grunn for valg av kampanjer, og er veiledende i kommunikasjonsarbeid, i
84 prosjektsammenheng, i gravearbeid og politisk påvirkning. Lokallagene oppfordres til å bruke
85 kriteriene aktivt i sitt arbeid.

86

87 **Hva er et satsingsområde?**

88 Et satsingsområde er et tema utledet av politisk plattform som prioriteres høyt i strategiperioden,
89 ved at vi bruker ressurser på flere av de følgende punktene:

- 90 • kunnskapsutvikling
- 91 • gravearbeid
- 92 • deltakelse i den faglige og politiske debatten
- 93 • påvirkning av politikk og næringsliv
- 94 • dagsordensetting gjennom media og egne kanaler
- 95 • kampanjevirkosomhet

- 96 • prosjektarbeid
97 • nettverk og samarbeid

98 I teksten knyttet til hvert satsingsområde er en problembeskrivelse som peker på hvilke tema
99 innenfor satsingsområdet vi vil jobbe med i strategiperioden, for eksempel ved å produsere ny
100 kunnskap. For hvert satsingsområde settes prioriterte mål som organisasjonen mener det er mulig å
101 oppnå i perioden. Noen delmål vil være relevant for flere satsingsområder, for eksempel vil en
102 etikkinformasjonslov kunne bidra til måloppnåelse på flere av satsingsområdene.

103 Hovedkontoret utvikler og gjennomfører inntil to større, planlagte kampanjer per år på mål knyttet til
104 satsingsområdene. På landssamlingen i 2019 og landsmøtet i 2020 skal det velges et satsingsområde
105 som blir *lokallagssatsingen*² det påfølgende året. En av de to årlige kampanjene skal utarbeides ut i
106 fra temaet til lokallagssatsingen.

107

108 **Satsingsområder for 2019-2020:**

109

110 **Redusert forbruk og bærekraftig produksjon**

111 Flere av de store utfordringene verden står ovenfor henger sammen med vårt høye forbruk av
112 miljøbelastende varer og tjenester. Nordmenn kjøper om lag 2 millioner mobiltelefoner, en million
113 smartklokker og 400.000 TV-apparater hvert år, og vi flyr ti ganger mer enn
114 gjennomsnittseuropeeren. Batterier og avansert elektronikk gjør sitt inntog i stadig flere produkter,
115 fra mobiltelefoner og verktøy, til fossile og utslippsfrie biler, eller i teknologi for fornybar energi.
116 Forbruket kommer med både miljømessige og menneskelige kostnader.

117 Nesten alt vi kjøper inneholder plast som ikke brytes ned, som før eller siden blir et problem.
118 Utvinningen av råvarer og mineraler, og selve produksjonen av varene våre, foregår ofte i land hvor
119 det foregår systematiske, grove brudd på miljølovgivning og arbeidernes rettigheter.

120 Etisk forsvarlig og bærekraftig produksjon er mulig. Løsningen er at vi forbruker mindre, og at vi
121 forbruker bedre. Vi må fra en lineær til en sirkulær økonomi. Vi må stille krav til produsenter og
122 merkevarereselskaper om at de må ta ansvar for hele verdikjeden, og vi må gjøre det enklere og mer
123 attraktivt for forbrukere å handle bærekraftig.

124 **Framtiden i våre henders langsiktige mål er at:**

125 *Forbruket i Norge skal være på et bærekraftig nivå. Produktene vi kjøper er produsert på en måte som*
126 *bidrar positivt til klima og miljø, og til materielle levekår og menneskerettigheter i produsentland.*

127 **Mål 2019-2020:**

- 128 • Stortinget vedtar en etikkinformasjonslov som sikrer åpenhet om hvor og hvordan
129 forbruksvarer er produsert.
130 • Stortinget vedtar tiltak som øker levetid, reparerbarhet og resirkulerbarhet på produkter,
131 som for eksempel utvidet reklamasjonsfrist, momsfritak på reparasjoner og utleie, avgifter
132 på kjøp av klær og elektronikk, produktstandarder eller andre egnede tiltak.
133 • Stortinget vedtar tiltak som gjør det mer attraktivt å leie, dele og gjenbruke.

² Les mer om lokallagssatsinger på side 7.

- 134 • Flere produsenter av klær, elektronikk, kosmetikk og andre forbruksvarer til å fase ut
135 miljøgifter, og øke innsatsen for å beskytte arbeiderne fra skadelige kjemikalier i
136 produksjonsprosessen.
- 137 • Flere biblioteker og institusjoner begynner med utlån av ulike typer produkter.
- 138 • Stortinget vedtar forbud mot unødvendig engangspplast, og/eller andre tiltak som øker
139 gjenvinning av plast og reduserer mengden plast i naturen.
- 140
- 141

142 Trygg og bærekraftig tekstilindustri

143 Nordmenn kjøper omtrent 75.000 tonn klær og 17.000 tonn sko hvert år. Bak de billige merkevarene
144 finnes mennesker som produserer under forhold ingen i Norge ville akseptert. Arbeidere som ikke
145 kan organisere seg eller får en lønn å leve av, som presses til å levere til oppkjøpere med korte
146 tidsfrister, og som jobber på korte kontrakter, i utrygge fabrikker.

147 Samtidig har tekstilindustrien en ressursbelastning planeten ikke tåler. Bomullsdyrking beslaglegger
148 for eksempel 2,4 prosent av verdens jordbruksareal, men står for 16 prosent av det globale forbruket
149 av insektmidler. Merkevarereselskapene har et ansvar for at produksjonen ivaretar både mennesker og
150 miljø. Det har også myndigheter i inn- og utland, både gjennom lover og reguleringer, og i sine krav til
151 offentlige innkjøp.

152 Framtiden i våre henders langsiktige mål er at:

153 *Menneskene som produserer tekstilene og skoene vi kjøper skal ha levelønn og trygge arbeidsforhold.*
154 *Miljøbelastningen fra tekstilproduksjon og forbruk skal reduseres til et bærekraftig nivå.*

155 Mål 2019-2020:

- 156 • Flere selskaper i tekstil- og skobransjen gjennomfører målbare endringer for tryggere
157 arbeidsforhold og levelønn i sin leverandørkjede.
- 158 • Flere selskaper i tekstil- og skobransjen gir større innsyn i hvor og under hvilke betingelser
159 deres varer er produsert under.
- 160 • Det blir enklere og billigere å reparere, bytte og gjenbruke klær.
- 161

162 Bærekraftig mat i et globalt perspektiv

163 Nordmenns matvaner blir stadig mindre bærekraftige. Vi spiser dobbelt så mye kjøtt som i 1960, og
164 50 prosent mer enn i 1990. Vi kaster mer enn 300.000 tonn spiselig mat hvert år. Vi utnytter ikke de
165 norske, naturgitte forutsetninger for matproduksjon skikkelig. I tillegg importerer vi over halvparten
166 av maten, nesten alle forråvarene oppdrettsfisken spiser, og rundt 40 prosent av kraftfôret til husdyr.
167 Det legger beslag på en uforholdsmessig stor andel av knappe goder som jordbruksareal, ferskvann,
168 fosfor, villfiskressurser og fossile energikilder.

169 En del av maten vi importerer, både fra Europa og land i Sør, produseres under uforsvarlige miljø-,
170 helse-, lønns- og arbeidsforhold.

171 Det er fullt mulig å spise og produsere bærekraftig og etisk mat, men det fordrer lavere kjøttforbruk,
172 mindre matkasting, mer bærekraftige fôrråvarer og større bevissthet om hvilke land vi importerer
173 mat fra. For å få til det, trengs både politiske endringer og holdningsendringer.

174 Framtiden i våre henders langsiktige mål er at:

175 *Alle matvarer skal produseres under forsvarlige lønns- og arbeidsforhold. Matproduksjon og -forbruk*
176 *skal være miljø- og klimavennlig i et globalt, solidarisk ressursperspektiv.*

177 **Mål 2019-2020:**

- 178 • Norge innfører en matkastelov som bidrar til å redusere matsvinnet i Norge.
- 179 • Flere norske kommuner jobber systematisk for å redusere matsvinn.
- 180 • Norsk oppdrettsnæring legger mindre beslag på globale ressurser.

181

182 **Etiske og bærekraftige investeringer**

183 Statens pensjonsfond utland (oljefondet) er verdens største statlige investeringsfond. De aller fleste
184 nordmenn investerer også i den globale økonomien gjennom sin pensjons- eller lønnskonto. Med det
185 følger et ansvar – men også store muligheter. Verden har et enormt behov for investeringer i
186 fornybar energi og morgendagens løsninger. Her spiller finansnæringen en nøkkelrolle.

187 For å nå klimamålene og holde oss innenfor planetens tålegrenser, må vi flytte store deler av de
188 globale finansene fra fossil til fornybar energi, og andre bærekraftige plasseringer. Klimarisiko, altså
189 den finansielle risikoen som følge av klimaendringer og manglende bærekraft, endrer
190 forutsetningene for investeringer i de kommende årene. Statens investeringer i og tilrettelegging for
191 norsk olje- og gassvirksomhet vil ikke være økonomisk bærekraftige i tiden som kommer.
192 Investeringer i olje- og gasssektoren både i Norge og utlandet må reduseres.

193 **Framtiden i våre henders langsiktige mål er at:**

194 *Bank og finanssektoren er en drivkraft for et mer rettferdig og miljøvennlig samfunn.*

195 **Mål 2019-2020:**

- 196 • Oljefondet trekker seg helt ut av fossil energi, og får mandat til å investere i unotert
197 infrastruktur for fornybar energi på en sosialt og miljømessig bærekraftig måte.
- 198 • Banker, finansinstitusjoner og oljefondet får økt åpenhet, bedre policy og investeringspraksis
199 på etikk og bærekraft.
- 200 • Banker, finansinstitusjoner og andre norske institusjoner som universiteter og kommuner
201 flytter penger ut fra miljø- og etikkverstingselskaper og investerer mer i bærekraftige
202 løsninger.
- 203 • Norske aktørers investeringer i energisektoren flyttes fra olje og gass og til i fornybar energi.
- 204 • Det skal være enkelt for kunder å ta bevisste bankvalg og kreve en mer etisk og bærekraftig
205 policy og praksis.

206 **3. Organisatoriske mål****Langsiktig mål:**

Norge har en sterk folkebevegelse for rettferdighet og miljø.

Hovedmål for strategiperioden:

Framtiden i våre hender skal være det naturlige førstevalget for alle de som vil engasjere seg for et mer rettferdig og miljøvennlig samfunn.

Delmål 2019-2020:

- Sterkere lokallag og regionlag, bl.a. ved opprettelsen av flere satsingssteder.
- Flere aktive lokallag og aktive frivillige.
- Mer gjennomslag lokalt og nasjonalt for FIVHs lokallag.
- 38.000 medlemmer ved utgangen av 2020, og en utvikling mot 50.000 medlemmer innen Framtiden i våre henders 50-årsjubileum i 2024.
- Medlemsinntektene skal vokse med minst ti prosent i året.

207

208 Et naturlig førstevalg for engasjement

209 Velfungerende og aktive lokallag er Framtiden i våre henders demokratiske grunnlag. Lokallagene
210 skal være et lærerikt og attraktivt alternativ for de som ønsker å engasjere seg i solidaritets- og
211 miljøspørsmål i Norge, og være viktige endringsagenter i sine lokalsamfunn. Å være aktiv i et lokallag
212 i Framtiden i våre hender skal gi en mulighet til å drive aktiviteter og kampanje- og påvirkningsarbeid
213 lokalt og nasjonalt.

214 Sterke lokallag

215 I tillegg til aktivt vervearbeid, er den viktigste prioriteringen for strategiperioden å styrke
216 eksisterende lokallag og regionlag. I løpet av perioden skal det utvikles en lokallagsstrategi i
217 samarbeid med lokallagene, med en plan og tiltak for organisasjonsbygging. Hovedkontorets
218 organisasjonsarbeid skal styrkes, for å sikre at opplæringen av lokallagsledere blir bedre og mer
219 strømlinjeformet. Det skal utvikles kurs og kompetansehevingsopplegg innen organisasjonsutvikling,
220 kommunikasjon, påvirkningsarbeid og satsingsområdene. Det skal etableres en brukervennlig digital
221 kommunikasjonsplattform for lokallagene.

222 Hovedkontoret skal støtte aktivister som ønsker å starte opp lokallag, og sørge for at nye lokallag
223 både får skoloring i FIVHs satsingsområder, og i hvordan lokallagene selv kan utgjøre en forskjell i
224 dette arbeidet. Vi ønsker geografisk spredning og lokallags tilstedeværelse i store deler av landet.
225 Hovedkontoret vil i større grad enn tidligere støtte opp om samarbeid mellom lokallag som ligger
226 geografisk nært, og arbeid med lokale og nasjonale prosjekter i hverdagsmiljøvern.

227 Lokallagssatsinger

228 På landssamlingen i 2019 og landsmøtet i 2020 skal det velges et satsingsområde som blir
229 *lokallagssatsingen* det påfølgende året. En lokallagssatsing betyr at vi prioriterer skoloring og
230 oppfølging av lokallagsarbeid innenfor dette satsingsområdet. En av de to årlige kampanjene skal

231 utarbeides ut i fra tematikken til lokallagssatsingen. Hovedkontoret har hovedansvar for utforming
232 og gjennomføring, men lokallag og øvrige ansatte i organisasjonen skal kunne ta del i å utforme
233 kampanjene. Hovedkontoret skal legge til rette for at lokallagene kan jobbe med tematikken på
234 hensiktsmessige måter. Den lokale mobiliseringen skal kunne bidra til lokale og nasjonale
235 gjennomslag.

236 **Økt deltagelse i beslutningsprosesser**

237 I løpet av strategiperioden skal vi styrke lokallagenes deltagelse og innvirkning i organisasjonens
238 beslutningsprosesser, som i utvikling av aktiviteter, strategier o.l. Det skal nedsettes
239 referansegrupper med lokallagsdeltagelse ved utarbeidelse av lokallagskampanjer, når det skal
240 utarbeides nye strategier, organisasjonssamlinger eller landsmøte.

241 **Flere medlemmer**

242 Framtiden i våre hender skal være en organisasjon folk flest ønsker å støtte ved å bli medlem. Å få
243 større oppslutning om vårt arbeid er en forutsetning for å lykkes. Egne ansatte, godt skolerte og
244 profesjonelle ververe har vist seg å være bærebjelken i medlemsveksten de siste årene. Flere
245 medlemmer gir økt legitimitet overfor beslutningstakere, det gir større kraft til våre kampanjer og
246 krav, og gir mer ressurser til å jobbe med våre satsingsområder. Derfor er det viktig å videreføre
247 arbeidet for å øke medlemstallet i organisasjonen. Det skal utarbeides en egen vervestrategi, som
248 peker ut retningen mot 50.000 medlemmer i 2024.

249 **Flere aktive medlemmer**

250 Det er flere som kunne tenke seg å bidra i vårt arbeid dersom de fikk muligheten til det, og flere
251 aktive medlemmer er viktig for å øke evnen vår til å få gjennomslag. I løpet av perioden vil vi derfor
252 utvikle nye måter å engasjere seg på, som et supplement til tradisjonell lokallagsorganisering.

253 **Sterk og samlet miljøbevegelse**

254 I dag er andelen av befolkningen som er med i en miljøorganisasjon lav, og det er særlig viktig at hele
255 miljøbevegelsen i Norge blir større. Vi vil derfor jobbe for en enda større medlemsmasse i FIVH.
256 Samtidig skal vi være en drivkraft for mer samarbeid i miljøbevegelsen, slik at miljøsaken vokser og at
257 miljøbevegelsen samlet sett får større innflytelse. Spesielt i lokallagsarbeid der de fleste er frivillige,
258 er samarbeid med andre organisasjoner verdifullt.