

# PRESSMEDDELANDE

Pressombudsman Staffan Thulin tel 08-789 72 32 mobil 070-689 72 32 fax 08-789 68 89  
e-post [staffan.thulin@sif.se](mailto:staffan.thulin@sif.se)

1999-05-28

## SIF-kampanj mot ungdomars myter om facket

**Grått, trist och oflexibelt. En orubblig betongklump. Det är många ungdomars bild av facket.**

**Men det vill Svenska Industrijtjänstemannaförbundet (SIF) ändra på. För att bemöta myterna om facket drar SIF igång en annonskampanj där förbundet vill visa hur ett modernt fackförbund fungerar.**

SIF hoppas kunna nå främst unga och högskoleutbildade i åldrarna 20-35 år och annonserar därför i inledningsskedet av kampanjen i Café, Elle, Illustrerad Vetenskap och Ny Teknik.

- Den negativa kritiken är tydligast bland de yngre. Även om bilden av SIF, i jämförelse med andra fackförbund är något positivare har vi ändå inte råd att luta oss tillbaka. Vi måste bli bättre på att berätta vad SIF är, säger SIF:s ordförande Mari-Ann Krantz och tillägger;

- För att nå vår målgrupp har vi valt att ta avstamp i de ungas egen verklighetsuppfattning; alltså i deras attityder till facket. När det gäller formen och uttryckssättet har vi medvetet valt en annan väg än provokationens och pekpinnarnas. Vi vill ha människor med oss och inte mot oss.

En elefant, mytens sinnebild av ett tungfotat fackförbund, finns på en av kampanjens annonser som vill förmedla budskapet att storleken har betydelse, att styrkan är användbar och att SIF är något stabilt att luta sig mot. Övriga annonser tar upp myterna att facket är gammaldags, grått och trist. Att facket är torrt och obegripligt är ytterligare ett tema i kampanjen. Myten om facket som en inrutad och begränsad organisation illustreras med en fyrkantigt formad hjärna. Men SIF hävdar att förbundet kan vara en värdefull hjälp i karriären för den enskilde medlemmen.

SIF, som vill vara ett modernt fackförbund, är just nu inne i ett intensivt förnyelsearbete där försöken att nå och få med sig ungdomar är en av de viktigaste uppgifterna.

Flera undersökningar har visat att de flesta ungdomar tycker att fackförbunden är bra och står för en välbehövlig trygghet i arbetslivet. Men många vill inte engagera sig i fackligt arbete därför att de ser facken som omoderna kolosser där det är svårt att göra sin röst hörd.

Det är dessa, och andra liknande, uppfattningar som har mer eller mindre förankring i verkligheten som SIF vill bygga vidare på. Förhoppningen är att annonserna ska väcka ungdomars nyfikenhet så att de försöker bilda sig en egen uppfattning om vad dagens fackförbund gör och vill göra.

- Vi har flest studerandemedlemmar av alla fackförbund. Ändå möter vi ofta mycket bestämda, negativa uppfattningar om facket som vi måste försöka göra något åt, säger Anna Wahlström, som arbetar med studerandefrågor på SIF:s förbundskansli i Stockholm

Kampanjen ska pågå fram till SIF:s kongress i juni 2000. Annonserna kommer med jämna mellanrum att publiceras i populärpress och de facktidsskrifter som många unga läser.