

Strategisk Plan 2005 - 2010

Dette er Norges Husflidslag!

Norges Husflidslag er landets fremste kulturorganisasjon innen husflid.

Norges Husflidslag arbeider for å fremme husflid kulturelt, sosialt og økonomisk.

Vi innehar hele ”verdikjeden” fra inspirasjonskilde i sosiale og inkluderende møteplasser, via kunnskapsformidling til produksjon og omsetning. Formidling gjennom kursvirksomhet og opplæring er den største aktiviteten.

Vi tar vare på og bringer videre lokale husflidstradisjoner og handlingsbåret kunnskap.

Vi skaper møteplasser på tvers av generasjoner, kjønn og kulturer.

Vi organiserer aktiviteter og tiltak for at medlemmer og andre skal oppleve skaperglede og egenutvikling relatert til husflid og håndverkskunnskap.

Vi er en demokratisk oppbygd organisasjon med tre medlemskategorier; direkte medlemmer via lokallag og fylkeslag, håndverkere organisert gjennom husflidhåndverkerlag og husflidsbutikker.

Direkte medlemmer, gjennom lokallag og fylkeslag, er vår største gruppe. Disse favner bredt og arbeider aktivt – primært i sine nærmiljø.

Husflidhåndverkerne tilvirker produkter for salg – og har husflid som hel eller deltid næringsgrunnlag.

Husflidsutsalgene tilbyr husflidsprodukter av høy kvalitet som gir brukerglede og har varig verdi.

Vi har husflidskonsulent i de fleste fylker. Konsulentene bistår medlemmene, koordinerer fellesaktiviteter og sørger for husflidsfaglig kompetanseheving både på interne og eksterne arenaer.

Sekretariatet er i Oslo. Hjemmesiden er www.husflid.no

Utfordringer

I et samfunn i stadig raskere endring, ligger det store utfordringer for Norges Husflidslag. Hovedutfordringer framover vil være:

- Arbeid med å dokumentere, bevare og videreutvikle den handlingsbårne kunnskapen.
- Aktualisere husflid for framtida.
- Målbære naturmaterialer i gjenstandskulturen som førstevalg og symbol for bærekraft og kvalitet.
- Kunnskap og kompetansebygging om håndverk, redskap og naturnær teknologi.
- Øke forståelsen for husflidens betydning i lokalsamfunnet og for det enkelte menneske.
- Knytte gode relasjoner til politikere og aktuelle samarbeidspartnere til fordel for vårt arbeid.
- Utvikle oss til en moderne frivillig organisasjon uten at det går på bekostning av demokratiske prinsipper.
- Sikre tilgang på gode norske husflidsprodukter av høy kvalitet.

VISJON

VI FORMER FRAMTIDA

OVERORDNET MÅL

ET NORGE SOM FOREDLER SINE
RESSURSER GJENNOM
KUNNSKAP OM TRADISJON,
TEKNOLOGI OG MARKED.

KJERNEVERDIER

- KVALITET
- TRADISJON
- NÆRHET
- SKAPERGLEDE

Disse verdiene skal prege:

- produktene/tjenestene vi tilbyr
- omgivelsene vi tilbyr dem i
- måten vi opptrer på
- all kommunikasjon innad og utad

VIRKSOMHETSIDÉ

VI STYRKER DE LEVENDE HUSFLIDSTRADISJONENE I NORGE - KULTURELT, SOSIALT OG ØKONOMISK.

NH samler mennesker med interessefellesskap omkring våre kjerneverdier. Vi ser kompetanseformidling og kulturbæring som fundament for egenutvikling, næringsutvikling, og som viktige bidrag til samfunnsutviklingen.

- Vi utvikler tilbud som fremmer husflid i hverdagen og for framtida.
- Vi bidrar til kulturelt mangfold og kulturbæring
- Vi bidrar til levende møteplasser for det skapende menneske.
- Våre nærmiljøarenaer er viktige for mellommenneskelig kontakt og lokal tilhørighet
- Vi gir rom for opplevelse: å dvele ved langsomhet, skaperglede og tidens egenverdi som del av prosessen ved å skape og tilvirke.
- Vi arbeider for at husflidsprodukter skal brukes aktivt i samfunnet, speile folkekunsten i samtida, og profilere moderne norsk egenart
- Vi arbeider for å fremme næring og omsetning av husflid med kvalitet.

SATSINGSOMRÅDER

- HUSFLIDSFAG
- NÆRING
- ORGANISASJONSUTVIKLING
- KOMMUNIKASJON

HOVEDMÅL

Et aktivt og godt bosted med tydelig identitet.

• Husflidsfag

MÅL 2010: Lokallaget er ledende innen formidling av husflid i sitt nærmiljø.
Styrke den lokale identiteten.
Husflidsaktiviteter som gir skaperglede, er en del av alle barn og unges læring i nærmiljøet.
Husflidsutsalget er ledende leverandør av materialer og redskap innen vårt fagfelt.

STRATEGI: Husflid i Kulturskolen
Husflid i den kulturelle skolesekken.
Arrangere husflidskurs med høy kvalitet.
Samarbeid lokalt på tvers av medlemsgruppene.
Formidle den handlingsbårne kunnskapen gjennom utstillinger og demonstrasjoner i det offentlige rom.
Skape møteplasser for kreativitet og skaperglede på tvers av alder, kjønn og kulturer.
Samarbeide med museer, skoler og fagmiljøer lokalt.

• NÆRING

MÅL 2010: Økt produksjonen og omsetningen av lokale husflidsprodukter.

STRATEGI: Samarbeide med offentlige etater, utdanningsinstitusjoner og fagmiljøer i kommunen.
Styrke samarbeidet mellom håndverkere og Husflidsutsalget.
Stimulere til bruk av Husflidsutsalget som vareleverandør.
Bidra til kunnskapsformidling og opplevelser i tilknytning til salg av husflid.

• ORGANISASJONSUTVIKLING

MÅL 2010: Økt kompetanse i organisasjonsarbeid blant medlemmene.
Lokallaget bruker aktivt egen Strategisk Plan.
Et moderne lokallag som fungerer i takt med tiden.

STRATEGI: Rasjonalisere organisasjonsarbeidet.
Stimulere tillitsvalgte til å delta på organisasjonskurs i regionen.
Lage årlig Virksomhetsplan.
Aktivt ta i bruk www.husflid.no

• KOMMUNIKASJON

MÅL 2010: Det lokale husflidslaget er en naturlig samarbeidspartner for offentlig myndigheter i kommunen.
God kontakt med media lokalt og regionalt.
Kommunikasjon er en bevisst del av alle tiltak i laget.
Hele organisasjonen skal være tydelig i sitt budskap innad og utad.

STRATEGI: Drive aktivt informasjon mot politikere og administrasjon i kommunen.
Bygge relasjoner med organisasjoner som utfyller lokallagets aktiviteter.
Informere media om aktiviteter lokalt.
Delta aktivt på medarbeiderkurs i regionen.
Formidle organisasjonens strategier og verdier til medlemmene.
Aktivt ta i bruk www.husflid.no
Samarbeide lokalt, regionalt og nasjonalt.

HOVEDMÅL

Økt regional verdiskaping ved hjelp av lokal identitet, kunnskap og ressurser.

• HUSFLIDSFAG

MÅL 2010: Husflidsaktiviteter som gir skaperglede, er en del av alle barn og unges læring i regionen.
Større kunnskap om regionale tradisjoner, råvarer og ressurspersoner.
Kvalitetsheving av kunnskapsformidlingen i alle fylker.
Husflidsutsalget er en ledende leverandør av materialer og redskap innen vårt fagfelt.

STRATEGI: Husflid i den kulturelle skolesekken.
Kurse lærere og andre som arbeider med barn og unge.
Opprette og vedlikeholde en database på regionale tradisjoner, råvareleverandører og ressurspersoner innen husflid.
Synliggjøre regionale tradisjoner ved utstillinger, foredrag, seminar, litteratur og annen formidling.
Utvikle husflid i dagens formspråk.
Skape arena for samhandling mellom aktører i regionen.

• **NÆRING**

MÅL 2010: Økt produksjonen og omsetningen av regionale husflidsprodukter.

STRATEGI: Samarbeide med offentlige etater, utdanningsinstitusjoner og fagmiljøer i regionen.
Styrke samarbeidet mellom håndverkere og Husflidsutsalgene i regionen.
Stimulere til nyskaping, markedsorientering og kvalitetsheving av husflidsprodukter.
Bidra til kunnskapsformidling og opplevelser i tilknytning til salg av husflid.
Stimulere til oppretting av læresteder.
Stimulere til flere gode salgsarenaer.

• **ORGANISASJONSUTVIKLING**

MÅL 2010: Økt kompetanse i organisasjonsarbeid regionalt og lokalt.
Regionen bruker aktivt egen Strategisk Plan.
Fylkeslaget er en fremtidsorientert koordinator som stimulerer organisasjonen nasjonalt og lokalt.

STRATEGI: Rasjonalisere organisasjonsarbeidet.
Øke kompetansen i organisasjonsarbeid hos lokallagene.
Legge årlig Virksomhetsplan.
Arrangere regionale møter på tvers av medlemsgruppene på tillitsvalgsnivå.
Stimulere til samarbeid mellom lokallag.
Aktivt ta i bruk www.husflid.no

• **KOMMUNIKASJON**

MÅL 2010: Fylkeslagene er en naturlig samarbeidspartner for offentlig myndigheter på fylkesplan og regionalt.
Ha god kontakt med media i regionen.
Kommunikasjon er en bevisst del av alle tiltak i fylkene.
Hele organisasjonen skal være tydelig i sitt budskap innad og utad.

STRATEGI: Drive aktivt informasjon mot fylkespolitikere og fylkesadministrasjon.
Bygge relasjoner med organisasjoner som utfyller våre aktiviteter.
Informere media om fylkeslagets aktiviteter.
Arrangere medarbeiderkurs for lokallagene.
Ta aktivt i bruk www.husflid.no
Samarbeide nasjonalt og internasjonalt.

HOVEDMÅL

Norges Husflidslag skal framstå
som en ledende aktør innen:

- kulturvern
- handlingsbåren kunnskap
- næringshusflid.

• HUSFLIDSFAG

MÅL 2010: Husflid avspeiler dagens formspråk med rot i tradisjonen.
Husflidsaktiviteter som gir skaperglede, er en del av alle barn og unges læring.
Tilgjengelige utdanningsløp innen våre fagfelt på alle utdanningsnivåer.

STRATEGI: Påvirke myndighetene.
Forbedre og videreutvikle opplæringen innen husflidsfagene.
Sikre tilskudd og rammevilkår gjennom voksenopplæringen.
Formidle den handlingsbårne kunnskapen gjennom dokumentasjon, videreutvikling og utstillinger.
Samarbeide nasjonalt og internasjonalt.

• **NÆRING**

MÅL 2010: Økt produksjonen og omsetningen av husflidsprodukter.

STRATEGI: Samarbeide med det offentlige, undervisningsinstitusjoner og fagmiljøer nasjonalt og internasjonalt.
Være pådriver for nytenking og bedring av lønnsomhet i næringen.
Stimulere til nyskaping, markedsorientering og kvalitetsheving av husflidsprodukter.
Profilere husflidsprodukter, husflidhåndverkere og Husflidsutsalgene i det offentlige rom.
Bidra til kunnskapsformidling og salg av opplevelser i tilknytning til tilvirkning av husflid.
Bidra til mer samhandling mellom medlemsgruppene på AU-nivå.

• **ORGANISASJONSUTVIKLING**

MÅL 2010: Aktiv bruk av egen Strategisk Plan.
Økt kompetanse i organisasjonsarbeid i alle ledd.
Norges Husflidslag er en fremtidsorientert organisasjon i takt med tiden.

STRATEGI: Rasjonalisere organisasjonsarbeidet.
Øke kompetansen i organisasjonsarbeid i alle ledd.
Utarbeide materiell som organisasjonen trenger og etterspør.
Arrangere møter på tvers av medlemsgruppene på AU-nivå.
Fremme samarbeid og utløse potensialet i samarbeid mellom medlemskategoriene.

• **KOMMUNIKASJON**

MÅL 2010: Kommunikasjon er en bevisst del av alle tiltak i organisasjonen.
Hele organisasjonen skal være tydelig i sitt budskap innad og utad.
Vårt tidsskrift er førende innen vårt fagfelt.
Våre produkter og verdier blir brukt som gode eksempler i det offentlige rom.
Norges Husflidslag er en naturlig samarbeidspartner for offentlig myndigheter.

STRATEGI: Drive aktivt informasjon mot politikere og departement.
Skape gode nettverk/relasjonsbygging til media og samarbeidspartnere nasjonalt og internasjonalt.
Ha fokus på våre fortrinn, kulturelle egenart og verdier.
Utvikle www.husflid.no.

• ØKONOMI

MÅL 2010: Norges Husflidslag skal drive økonomisk lønnsomt – men tilstrebe å ha tilbud som ikke virker ekskluderende pga pris.
Kommersielle tjenester, tilbud og prosjekter med ekstern delfinansiering skal supplere vårt økonomiske fundament.
Vi skal selge vår kompetanse som naturlig samarbeidspart og viktig kulturbærer i lokalsamfunn, regioner og nasjonalt.
Vi skal bli en viktig tjenesteyter for det offentlige innenfor undervisning, kulturvern og i skjæringspunktet kultur/ næringsliv.

STRATEGI: Vi skal prioritere deler av vår tid til relasjonsbygging og prosjektarbeid med eksterne aktører.
Våre prosjekter, produkter og tilbud skal være lønnsomme og underbygge vår virksomhetsidé og kjerneverdier.
Vi skal ha kvalifisert personale på regnskapssiden.
Alle skal ha innsikt i deres betydning for det økonomiske resultatet.
Vi skal ha målrettede og varierte tilbud tilpasset ulike målgrupper.
Vi skal søke samarbeid med organisasjoner med beslektet verdigrunnlag, som utfyller våre tilbud og aktiviteter.
Vi skal kommunisere vår kompetanse, kapasitet og kjerneverdier for å bli brukt som nærmiljøbyggere og tjenesteytere i våre lokalsamfunn.

• Humankapital

Vår viktigste ressurs er medlemmene, tillitsvalgte og våre ansatte.

MÅL 2010: Åpenhet og tillit mellom alle.

En samlet organisasjon som løfter i takt og evner å foreta kursendringer i fellesskap.

Demokratiske prinsipper med representasjon på ulike nivåer.

Mangfold, åpne og inkluderende fellesskap.

Innovative, samtidsorienterte og samfunnsengasjerte medarbeidere.

Kompetente medarbeidere.

STRATEGI: Våre medarbeidere og medlemmene skal føle tilhørighet og oppleve at de er en viktig forutsetning for at vi skal kunne forme framtida.

Våre medarbeidere skal styrkes gjennom:

- Kjerneverdiene
 - Arbeidsglede og humor
 - utfordringer og ansvar
 - *Mer prosjektarbeid og samarbeid med eksterne aktører/organisasjoner.*
 - *Virksomheten skal bli mer synlig for våre omgivelser, lokalt, regionalt og nasjonalt.*
- Kompetanseutvikling
 - *Konsulentstillinger i samtlige fylker - supplert med prosjektstillinger innenfor avgrensede perioder og fokusområder.*
 - *Mer målrettede tiltak, tydeligere prioriteringer og større krav til resultatoppnåelse på alle nivå.*
 - *Tydliggjøring av lederrollen og fokus på utviklingen av ledere på alle nivå i organisasjonen.*
 - *God intern-kommunikasjon. Web og IKT skal være et viktig bindeledd for effektiv intern-kommunikasjon.*
 - *Utvikle rammer og prinsipper for personalpolitiske anliggender.*
 - *Jevnlige møter mellom tillitsvalgte og ledelsen.*
- Målrettet rekruttering
 - *Rekruttering av medarbeidere med vekt på likestilling, spredning i alder, kjønn og kompetanse.*

FAKTA OM NORGES HUSFLIDSLAG

Norges Husflidslag har:

- 22.000 medlemmer organisert i lokallag og fylkeslag,
- 36 husflidsutvalg og
- 160 husflidhåndverkere.

Vi er landets største tilbyder innen husflidskurs med årlig over 58.000 kurstimer. Stiftelsen Holmen Gård i Gjerstad kommune er Norges Husflidslags nasjonale kurssted.

Vi gir ut kulturtidsskriftet Norsk Husflid med 6 nummer i året.

Hjemmesiden er www.husflid.no

Vi har ansatt husflidskonsulent i de fleste fylker.

Gjennom medlemsmassen og 30 ansatte fordelt over hele landet har vi et nettverk av lokalkunnskap.

Norges Husflidslags omsetning er på drøyt 20 mill.