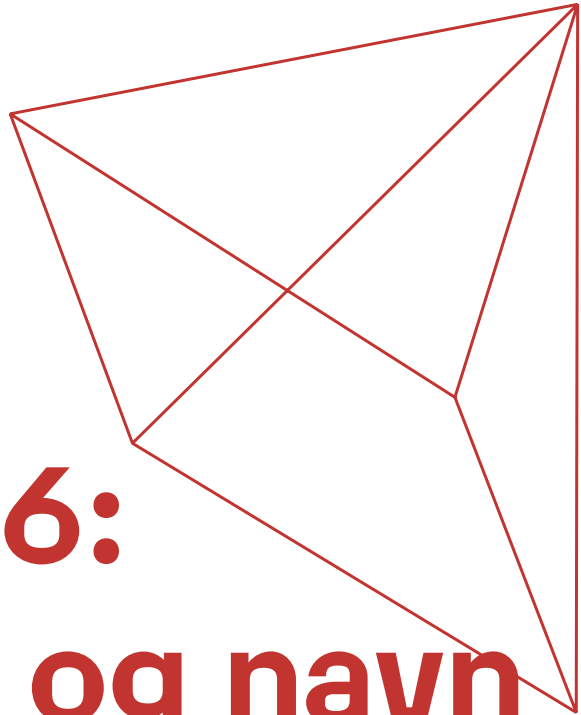


Strategisk mål H

Vedlegg 6: Identitet og navn



Hvem skal NTL være, og hva bør NTL hete i framtida?

Sentralt i spørsmålet om identitet er hvordan vi oppfatter oss selv, hvordan andre oppfatter oss og hvem vi ønsker å være i framtida. NTL har hatt navnet Norsk Tjenestemannslag siden 1947. Siden den gang har både samfunnet og forbundet endret seg mye. Flere opplever nå at navnet virker gammeldags og lite inkluderende. Et sentralt spørsmål er derfor: Skal vi holde fast ved det tradisjonsrike navnet, eller velge et som bedre speiler hvem vi er i dag, og hvem vi vil være i framtida?

I dette notatet oppsummerer vi kunnskap om navn og identitet fra NTL 2033-prosjektet. Vi peker på utfordringer NTL står overfor, og mulige løsninger som kan gjøre at navnet og identiteten får en positiv effekt på framtidig rekruttering.

Bakgrunn

Høsten 2023 vedtok landsstyret strategisk mål (H) som en del av mandatet til NTL 2033-prosjektet: «NTL har en tydelig og kjent identitet som medlemmene kjenner seg igjen i og som framstår attraktiv for potensielle medlemmer».¹

Mandatet til prosjektgruppa er å «fortsette arbeidet fra navneutvalget i forrige landsmøteperiode og sørge for en bred prosess i hele NTLs organisasjon som omfatter både identitet og navn. Hvem er NTL, hva er en NTL-er og hva ønsker vi at NTL skal være?».

Navnespørsmålet er en viktig del av mandatet fordi landsmøtet 2022 valgte å utsette beslutningen om navneendring da de vedtok: «NTL Norsk Tjenestemannslag videreføres, og spørsmål om navnebytte oversendes landsstyret». Denne oversendelsen behandlet NTLs landsstyre på sitt møte i februar 2023 i sak 7, *Oversendte saker fra landsmøtet til landsstyret og landsmøtevedtak rettet mot landsstyret*. Landsstyrets vedtak var å ta forslaget med i prosjektet NTL 2033.

Prosjektgruppa har gjennomført en bred prosess i hele organisasjonen angående navneendring, som redegjøres for i et eget notat.

Hvordan har NTL 2033 jobbet med dette?

Prosjektet har innrettet arbeidet for å svare ut oppdraget fra landsstyret i to løp: 1) samle

Beskrivelse av kunnskapsgrunnlagene

Gjennom 2024 gjennomførte prosjektet **innspillsrunder** med medlemmer og tillitsvalgte i hele organisasjonen. To spørsmål gikk igjen og ble sentrale i diskusjonen: «Hva er NTL for deg?» og «Hvordan ser ditt NTL ut i framtida?». De samlede resultatene fra disse rundene viser en klar felles oppfatning av identitet rundt begrepene trygghet, fellesskap, fagforening, samhold og solidaritet. De samme begrepene går igjen når medlemmene og tillitsvalgte skal beskrive NTL i framtida, i tillegg kommer begrepene styrke og størrelse.

Prosjektet har hentet **erfaringer fra to søsterforbund** i LO som nylig har byttet navn, Forbundet Styrke og Creo. Forbundet Styrke var tidligere to forbund, IndustriEnergi og Forbundet for ledelse og teknikk, og hadde behov for et samlende navn etter en sammenslåing. Creo var tidligere Musikernes Fellesorganisasjon, og opplevde at det gamle navnet verken reflekterte medlemsmassen eller kommuniserte bredden av hvem som kan være medlem. Prosessen for Styrke og Creo var ulike, men har noen fellesnevnerne:

¹ Fire strategiske mål fra prosjektets mandat er relevante for arbeidet med identitet og navn: (C) NTLs organisasjonsområde skal være avgrenset og forutsigbart for potensielle medlemmer. (D) NTL skal fortsette å vokse å være den største og foretrukne fagforeninga for ansatte og studenter innenfor alle områder hvor vi organiserer. (H) NTL har en tydelig og kjent identitet som medlemmene kjenner seg igjen i og som framstår attraktiv for potensielle medlemmer. (J) NTL kommuniserer sitt budskap og sin identitet på en tydelig måte

- Ledelsen var tydelig på at det var et behov for navnebytte.
- Ekstern bistand var nødvendig for å komme i mål med prosessen.
- De valgte assosiative navn, som er navn som gir assosiasjoner til hva du gjør og hvem man er.
- Prosessen ble en bevisstgjøring av hvem organisasjonen er og hvem som er medlemmer.
- Begge forbundene opplevde å komme styrket og mer samlet ut av prosessen.
- Begge forbundene opplevde vekst i etterkant av navnebytte

Høsten 2024 gjennomførte prosjektet en **medlemsundersøkelse** blant NTLs medlemmer, som blant annet spurte om holdninger til et eventuelt navnebytte. Hovedvekten av medlemmene var enten nøytrale eller positive til et eventuelt navnebytte, og motstanden var størst hos lengststiltende tillitsvalgte. (Se side 3.)

Det ble også gjennomført en **ekstern undersøkelse** av Opinion blant potensielle medlemmer, samarbeidspartnere og interessenter. Denne kartla oppfatningen deres av NTL som organisasjon og av navnet. Undersøkelsen viser at flesteparten av de «potensielle» medlemmene ikke kjenner til NTL, og at halvparten av de som har hørt om oss mener vi er «gammeldagse». Representanter for arbeidsgivere, stortingspolitikere og ledelsen i andre LO-forbund beskriver NTL som en organisasjon som leverer faglig kvalitet og grundighet, som verdibaserte og prinsippfaste og med ryddig og tillitsvekkende opptreden. Samtidig beskriver de NTL også som tungrodd, traust og gammeldags.

Fra januar til mars 2025 gjennomførte vi en kampanje for å mobilisere hele organisasjonen til å sende inn **navneforslag**. 3295 forslag kom innen kampanjefristen (1769 var unike) og de fleste argumenterte også for navneforslagene. I tillegg til denne prosessen har vi mottatt andre navneforslag i forslagsboksen, på e-post og i innspillrunder. Prosjektgruppa har lagt navneforslagene og argumentene fra medlemmer og tillitsvalgte til grunn for det videre arbeidet.

Prosjektgruppa har også fått **noe ekstern bistand** fra Dinamo Design for å fasilitere enkelte deler av arbeidsprosessen, inkludert tre miniseminarer med prosjektgruppa og et med prosjektstyret (forbundsstyret). Dette etter signaler fra landsstyret i 2023 om behov for ekstern bistand og erfaringene fra Creo og Styrkes prosesser. Det er greit å merke seg at det ikke er en ekstern aktør som har utformet hverken identitet eller navn. Alt arbeidet med å utforme innhold og besvare spørsmål er gjort med NTLs egne ressurser.

Testing av konkrete navnekandidater var siste planlagte aktivitet i NTL 2033s oppdrag med å finne løsningene for hvordan NTL kan nå strategisk mål H.

Hva er utfordringene?

Basert på kunnskapen som er samlet inn peker det seg ut fem utfordringsområder. Et gjelder identitet og fire gjelder nåværende navn og et eventuelt navnebytte.

Gap mellom hvordan vi ser oss selv og hvordan vi blir oppfattet av andre

Innspillsrundene viser at vi innad i NTL har en felles forståelse av oss selv. Den eksterne undersøkelsen viser derimot at omverdenen oppfatter oss annerledes, og ofte på måter vi ikke ønsker. Når det gjelder lønnspolitikk, forbinder mange oss riktig med krav om sentrale tillegg og en politikk som skal løfte hele bredden av ansatte. Samtidig tyder funnene på at vi ikke har klart å kommunisere hvorfor dette er viktig, inkludert at lønnspolitikken vår også gagnar grupper med høyere utdanning og lønn. Potensielle medlemmer oppfatter ofte at NTL ikke prioriterer dem, og at medlemskap i NTL framstår mer som et solidaritetsprosjekt enn en fagforening for alle.

Representanter for arbeidsgivere, stortingspolitikere og ledelsen i andre LO-forbund beskriver oss i stor grad positivt: NTL er solid, skikkelig og kompetent. På den andre siden omtaler de NTL som tungrodd, traust og gammeldags. NTL oppfattes som en part som ofte kommer for sent på banen, som er konservativ og konserverende. De etterlyser et NTL som i større grad ser muligheter, setter dagsorden og tar initiativ til utvikling.

Navnet vårt appellerer dårlig til potensielle medlemmer

NTL har et navn som bygger på begrepet *tjenestemann*. Dette er både kjønnnet og forankret i en lovgivning som ikke lenger eksisterer. Navnet gjenspeiler derfor verken mangfold blant medlemmene eller dagens arbeidsliv.

Den eksterne undersøkelsen viser at potensielle medlemmer oppfatter navnet som utdatert og uklart:

- 73 prosent mener at navnet vårt er gammeldags.
- Kun 11 prosent synes det er klart hva navnet vårt betyr.
- Studentene er samstemte om at navnet er gammeldags, har en utdatert kjønnsmarkør og forbindes med serviceyrker.
- Funnene tyder på at navnet kan være en barriere for rekruttering, særlig for dem som ikke kjenner NTL fra før. Mange tillitsvalgte og NTL Ung har lenge uttrykt bekymring for at navnet ikke appellerer til nye medlemmer.

Krevende å finne et navn som favner hele organisasjonen

NTLs styrke er at vi organiserer på tvers av sektorer og yrkesgrupper. Samtidig gjør dette det vanskelig å finne et nytt navn som oppleves riktig for alle våre over 58 000 medlemmer, fordelt på et stort antall virksomheter i og utenfor staten.

Prosjektgruppa vurderer det som lite realistisk å lande på et navn som umiddelbart oppleves som riktig for alle på tvers av sektor, yrkesgrupper og alder. På landsmøtet i 2022 varslet for eksempel enkelte organisasjonsledd at de ville vurdere utmelding hvis «stat» ble en del av navnet.

Det mest realistiske er å samle seg om et navn som «kan fungere» for alle, som ikke virker fremmedgjørende for noen grupper, og ikke virker frastøtende på potensielle medlemmer. I identitets- og navneprosessen har det vært et viktig kriterium at vi ikke ekskluderer deler av medlemsmassen.

Navnebytte kan oppleves som «vondt og vanskelig»

Et navnebytte skaper ofte uro. Noen frykter at vi mister identiteten vår. Samtidig viser innspillsrundene at identiteten i NTL oppleves som felles, og ikke avhengig av navnet alene.

Medlemsundersøkelsen viser at 21 prosent av de yrkesaktive er negative til et eventuelt navnebytte. Motstanden er størst blant eldre medlemmer og erfarne tillitsvalgte:

- blant de under 30 år er 15 prosent negative kontra 33 prosent blant de over 60 år
- blant tillitsvalgte med over ti års erfaring er 41 prosent negative kontra 15 prosent blant de med kortest erfaring som tillitsvalgte

Tillitsvalgte med lang fartstid er ofte godt representert på NTLs landsmøte, og har dermed større innflytelse på utfallet enn andre medlemmer. Gitt funnene i medlemsundersøkelsen er dette noe man bør være oppmerksom på.

Mange i organisasjonen uttrykker også trøtthet etter flere år med navnedebatt. Stemningen oppleves som «nå eller aldri»: Hvis landsmøtet ikke vedtar nytt navn nå, vil det være vanskelig å anbefale at prosessen fortsetter fram mot et nytt landsmøte.

Hva er løsningene?

Basert på kunnskapsgrunnlaget og utfordringsbildet har prosjektgruppa tre hovedanbefalinger.

Tydeliggjøre identiteten vår

I kommunikasjon må vi bygge på den felles identiteten vår og bruke tid på å tydeliggjøre den. Som en del av identitets- og navneprosessen, og i etterkant av innspillsrundene og den eksterne undersøkelsen, gjennomførte prosjektgruppa, prosjektstyret og landsstyret en assosiasjonsøvelse. Den peker på tre hovedretninger:

- **Styrke og tydeliggjøre** at vi er kunnskapsrike, prinsipielle, solidariske og demokratiske. Vi skal være seriøse, ansvarlige, tilgjengelige, inkluderende og vi skal fremme fellesskap og mangfold.
 - **Etablere** at vi er endringsvillige, proaktive og framtidsrettede. Vi skal være aktuelle, teknologiske, pragmatiske, løsningsorienterte og tydelige, og vi skal henge med i tida. I tillegg må vi bli flinkere til å formidle seirene våre.
 - **Fjerne oss fra inntrykket** om at vi er gammeldagse, tungroddede, konservative og konfliktorienterte. Vi må også bort fra oppfatningen om at vi bare er et forbund for lavtlønte og lavt utdannede.
-

Bytte navn

Prosjektgruppa anbefaler at NTL bytter navn på landsmøtet i 2026. Skal vi vokste i framtiden, må vi appellere til potensielle medlemmer.

De vanligste argumentene mot å bytte navn er:

1. Navnet vårt er godt kjent
2. Det blir for dyrt å bytte navn
3. Et nytt navn kan ekskludere enkelte grupper

Den eksterne undersøkelsen viser at navnet vårt er lite kjent blant potensielle medlemmer, og oppfattes som gammeldags og uklart. Innad i organisasjonen er navnet selvsagt godt etablert, men motstanden mot et navnebytte er relativt liten.

Kostnadene ved navnebytte er å anse som moderate, mens den økonomiske gevinsten først vil bli kjent på sikt². Et nytt navn kan gi økt oppmerksomhet, tydeliggjøre hvem vi er og styrke rekrutteringen.

Et nytt navn som kommuniserer identiteten vår og verdiene våre (også kalt et assosiativt navn) kan oppfattes mer inkluderende på tvers av ulike grupper, og dermed mindre ekskluderende enn dagens navn.

I arbeidet med navnebytte har prosjektgruppa blitt enige om noen grunnleggende kriterier. Noen kriterier *må* være oppfylt mens andre *bør* oppfylles.

Et godt navn må:

- appellere til nye medlemmer (ikke fremmedgjørende, frastøtende, uforståelig eller kjønnet)
- gjenspeile identiteten vår (fellesskap, trygghet, solidaritet, samhold)
- være inkluderende og samlende for alle i organisasjonen (ikke ekskludere noen)

Et godt navn bør være:

- framtidsrettet, for en organisasjon i endring og utvikling
- funksjonelt – fungere godt i familietreet, sammen med navnene på alle foreningene

Vi håper at et nytt navn:

- er lett å uttale på norske målformer, ikke dårlig på engelsk
- tar plass – står fram og synliggjør organisasjonen og dens egenart

Utarbeidelse av navnekandidater

NTL 2033 har gjennomgått alle navneforslag i organisasjonen og har gjennom flere heldagsmøter jobbet med ulike navneretninger og kandidater.

Vi har diskutert ulike forslag til beskrivende navn (som sier hvem vi organiserer) og assosiative navn (som gir assosiasjoner til hva man gjør, hvem man er, identitet og verdier). Det har vært utfordrende å identifisere et godt beskrivende navn som ikke er ekskluderende for enkelte sektorer eller grupper i NTL.

Prosjektgruppa anbefaler derfor NTL å **bytte til et kort, assosiativt navn og bruke en beskrivende, mer rasjonell og forklarende støttesetning.**

Prosjektgruppa har ut fra de konkrete kriteriene vi etablerte diskutert oss fram til en kortliste av navnekandidater. Denne kortlisten har blitt testet sammen med navn på organisasjonsledd og for bruk i ulike situasjoner («skravletest»).

² Creo opplevde 30 prosent medlemsvekst i etterkant av navnebytte og knytter veksten til hvordan de klarte å nå ut til nye potensielle medlemmer og målgrupper med det nye navnet.

Videre ble en kortliste med navnekandidater testet på målgruppa unge potensielle medlemmer. Dette har vært særlig viktig for å sikre at et nytt navn oppfyller kriteriet «appellere til nye medlemmer (ikke være fremmedgjørende, frastøtende, uforståelig og kjønnnet)».

Det ble deretter gjennomført testing av konkrete navnekandidater.

Prosjektet NTL 2033 har ut fra dette til slutt landet på to navneforslag og to ulike støttesetninger som vil presenteres og begrunnes under.

Resultater fra navnetesting

For å sikre at et nytt navn har appell til potensielle medlemmer og ikke oppleves ekskluderende, ble det høsten 2025 gjennomført navnetesting blant 500 potensielle medlemmer innenfor områdene NTL organiserer. Disse er enten uorganisert eller organisert i konkurrerende forbund. Seks navnekandidater ble testet, inkludert eksisterende navn og forkortelse. Alle ble testet for blant annet hvilke assosiasjoner de gir og hvordan de skårer på de viktigste identitetsmarkørene (verdiene) som NTLs medlemmer og tillitsvalgte har løftet fram i innspillsrundene.

De seks kandidatene som ble testet var:

- Varde
- Solid
- Forent
- Laget
- Norsk Tjenestemannslag
- NTL

Norsk Tjenestemannslag og NTL ble tatt med i testingen fordi det er interessant å se hvordan dagens navn skårer på de ulike kriteriene, og fordi forkortelsen NTL er nevnt av mange som en mulig kompromissløsning for navnebytte.

Basert på kriteriene etablert for et nytt navn, resultatet fra skravletester og til slutt navnetestingen utført blant potensielle medlemmer, foreslår prosjektgruppa to alternative navneforslag for organisasjonen:

Forent / Foreint

Forent er navnet som får best vurdering i navnetestingen. Omtrent halvparten av de potensielle medlemmene mener navnet passer ganske eller svært godt til en fagforening som organiserer i statlig sektor og statlig tilknyttet virksomhet. Navnet Forent har også klart minst andel som synes navnet passer dårlig. Mer enn én av tre har Forent på sin førsteplass blant navnekandidatene.

Forent er det navnet klart flest synes er inkluderende. Forent er også navnet som i minst grad er vanskelig å forstå av alle kandidatene. Navnet Forent skårer samlet sett best på de verdiene NTL ønsker å formidle med navnet sitt, særlig at det er inkluderende og står for fellesskap og samhold. Forent gir assosiasjoner til en fagforening som vil ha gjennomslag, tar kamper og kanskje er litt konfronterende.

Det som trekker ned Forent er at det er et rent bokmålsord. Derfor anbefaler prosjektgruppa at NTL bruker både bokmåls- og nynorskvarianten. Der vi kommuniserer på bokmål brukes Forent og der vi kommuniserer på nynorsk brukes Foreint³. Prosjektgruppas vurdering er at «Unified» fungerer godt på engelsk.

Fordeler	Ulemper
• Skårer best blant potensielle medlemmer • Særlig foretrukket av de unge (under 40) • Skårer best på verdiene inkludering, fellesskap og samhold	• Er et bokmålsord, så fordrer at vi kan benytte Foreint på nynorsk

Med navnet Forent / Foreint forteller vi historien om fagforeninga som forener alle på arbeidsplassen, at vi har kommet sammen og står samlet på tvers av utdanningsnivå, profesjoner og lønnsnivå. Navnet symboliserer fellesskap og samhold – to viktige identitetsmarkører for NTL. Å være forent vil si at vi har samlet to eller flere enheter. Vi står ikke alene. Det er et begrep vi kan ta eierskap til.

Solid

Solid skiller seg noe positivt ut som et navn som scorer høyest på verdien/identitetsmarkøren trygghet. Solid blir sammenlagt rangert på andreplass blant kandidatene, og 13 prosent har Solid på førsteplass. Potensielle medlemmer opplever navnet som attraktivt fordi det assosieres med trygghet, stabilitet, styrke og pålitelighet. Solid holder det som er lovet, står stødig i stormen og er noe man kan stole på i turbulente tider.

Navnetestingen på potensielle medlemmer viser at navnet Solid oppleves som intuitivt og forståelig, som sterkt på kjerneverdiene trygghet, fellesskap og inkludering, som framtidsrettet og som et navn som passer til en fagforening. Testingen viser at navnet Solid kommuniserer noen av NTLs kjerne kvaliteter effektivt og at navnet oppleves som passende for en fagforening. Solid fungerer fint både på nynorsk og engelsk uten videre språklige tilpasninger.

Fordeler	Ulemper
• Skårer best på «trygghet» – den assosiasjonen som flest medlemmer har til organisasjonen • Assosieres med trygghet, styrke, stabilitet og pålitelighet • Fungerer godt på engelsk og nynorsk	• Kan gi assosiasjoner til noe bygningsrelatert • Sier litt lite om hvem vi er

I tillegg til at Solid kommuniserer kjerneverdier som trygghet, fellesskap og inkludering kan man også knytte de konkrete bokstavene til våre verdier og identitetsmarkører. S-en står for «stat»

³ Det finnes eksempler på andre virksomheter som veksler mellom bokmål og nynorsk, for eksempel bruker Studentsamskipnaden på Vestlandet både Sammen og Saman som navn.

og o-en for «overenskomst». De resterende bokstavene kan peke på likestilling eller likeverd, inkludering og demokrati. Solid kan også være en forkortelse for «solidaritet».

I historiefortellingen vår kan vi løfte fram at navnet (Solid) symboliserer trygghet og solidaritet, to viktige identitetsmarkører for medlemmer og tillitsvalgte. Solid holder stødig kurs for medlemmene. Vi står støtt i kampen for bedre lønns- og arbeidsvilkår for medlemmene våre, og vi gir oss ikke. Vi er streikevillige hvis vi må, fordi vi skal stå kampen ut, side om side med medlemmene.

Andre navnekandidater som ble testet

Andre navneforslag som prosjektgruppa vurderte fram til siste slutt var **Laget**. Dette navnet fikk relativt grei vurdering i navnetesting med potensielle medlemmer, og skåret bra på verdiene trygghet, felleskap og inkludering. I likhet med de to navneforslagene fremmet av prosjektgruppa, oppleves også Laget som intuitivt, framtidsrettet og passende for en fagforening. Menn er mer negative til navnet Laget enn kvinner. Prosjektgruppa har valgt å ikke fremme dette som en anbefaling til organisasjonen fordi det oppfattes noe lettbeint, naivt og useriøst, med mer fokus på det sosiale framfor det seriøse. Navnet gir med andre ord både positive og negative assosiasjoner blant potensielle medlemmer. I prosjektgruppa gir navnet også ulike assosiasjoner, fra å videreføre noe av NTLs historikk i navnet (fra Norsk Tjenestemannslag til Laget) til assosiasjoner om kristne idrettslag. Flere i prosjektgruppa er bekymret for at det kan spinnest negativt av konkurrenter. Vurderingen fra gruppa er også at «Laget»/«Team» ikke fungerer på engelsk.

Tre andre navn ble også testet på potensielle medlemmer: Varde, Norsk Tjenestemannslag og NTL. Disse tre anbefales ikke videre for forbundet. **Varde** var et navn potensielle medlemmer ikke vet hva betyr, og det resonnerer ikke godt med en fagforening blant potensielle medlemmer. Det er i tillegg en bekymring i prosjektgruppa for at Varde kan gi assosiasjoner til ytre høyre. Under søkelsen bekrefter tidligere funn om at **Norsk Tjenestemannslag** ikke resonnerer godt med de fleste potensielle medlemmer, og navnet skårer nest dårligst i navnetestingen (kun før NTL som eggenavn). Navnet oppleves omstendelig, ekskluderende og gammeldags, og det er uklart for potensielle medlemmer hva en tjenestemann er. Menn mener i større grad enn kvinner at Norsk Tjenestemannslag passer til fagforeningen. Forkortelsen **NTL** oppleves som vanskeligst av alle kandidatene å forstå, og skårer dårligst på verdiene NTL ønsker å formidle med navnet. Kun 15 prosent mener navnet passer den fagforeninga de har fått beskrevet. Særlig de unge opplever det som kryptisk og fremmedgjørende. Navnene Norsk Tjenestemannslag og NTL får, ikke overraskende, høyere oppslutning blant de som kjenner organisasjonen fra før enn blant de som ikke kjenner oss.

Navnetestingen på potensielle medlemmer bekrefter de andre delene av kunnskapsgrunnlaget til prosjektet, både at organisasjonen bør bytte navn og at Norsk Tjenestemannslag og NTL har vesentlig lavere appell blant potensielle medlemmer. Prosjektgruppa anbefaler derfor at dagens navn og forkortelse ikke får være med inn i framtida, men at organisasjonene velger et mer intuitivt og forståelig navn, som gjenspeiler organisasjonens identitet og oppleves mer framtidsrettet og inkluderende for potensielle medlemmer.

Prosjektgruppa anbefaler at vi ikke vedtar «forbundet», «fagforbundet» eller lignende som en del av eggenavnet til organisasjonen, men at det kommuniseres i en beskrivende støttesetning som kommer i tilknytning til navnet.

Støttesetninger – til kommunikasjonsformål sentralt

Ettersom anbefalingene fra NTL 2033 er å bytte til et assosiativt navn, mener gruppa at det er behov for en deskriptiv, rasjonell støttesetning. Denne skal bidra til å forklare kort hvem forbundet organiserer. Navnetestingen viser at en beskrivende støttesetning vil være komplementerende til et mer assosiativt, verdifokusert egennavn på forbundet for mange.

Prosjektgruppa anbefaler at støttesetningen brukes sentralt, men at ulike organisasjonsledd får fleksibiliteten til å tilpasse støttesetningen til sin målgruppe eller sektor. Dette for å bedre kommunisere og appellere til de mange ulike sektorene, virksomhetene og målgruppene i et så mangfoldig forbund som NTL. Organisasjonsledd bør stå fritt til å utvikle lokale tilpasninger av støttesetning(er), så lenge de ikke kommuniserer noe som er i strid med NTLs verdier og budskap. Med støttesetninger skal vi være brede og romslige nok til at vi klarer å beskrive hele NTL. Samtidig skal det også være rom for at de ulike avdelingene, foreningene og landsforeningene kan tilpasse egne støttesetninger for å kommunisere og appellere best mulig til sine potensielle og eksisterende medlemmer.

Testingen blant potensielle medlemmer viser små forskjeller i rangeringen av kandidater til støttesetninger, men «stat, kunnskap og samfunn» har noe bredere appell og flest førsteplasser i målgruppa. Dårligst ut kommer «stat og kunnskapsarbeidere» og «folk som jobber i statsfinansierte virksomheter». Kvalitative funn tyder på at støttesetningen med fordel bør være språklig enkel og deskriptiv, brukes fleksibelt og bidra til å presisere medlemsgrunnlaget.

Begrepene «fagforening», «fagforbund» og «forbund» ble testet på potensielle medlemmer. Her var det «fagforening» som kom klart best ut, hvor potensielle medlemmer oppfatter ordet som intuitivt og forståelig og at det har et dagligdags preg over seg. «Fagforbund» kom dårligst ut i testen og oppleves mindre forståelig og intuitivt, samt litt formelt og gammeldags. «Forbund» er et begrep potensielle medlemmer kjenner til, men de mener ordet mangler en kobling til arbeidsliv og arbeidstakere. Basert på dette anbefaler prosjektgruppa at NTL bruker begrepet «fagforening» i kommunikasjonen rettet mot potensielle medlemmer.

Prosjektgruppa anbefaler NTL å benytte en av to følgende støttesetninger sammen med et nytt assosiativt navn for forbundet:

1. ENTEN: «Fagforeninga for alle i staten og statlig tilknytta virksomheter»

Denne støttesetningen ble foreslått av potensielle medlemmer i testintervjuene, og hadde appell blant flere. Ordet «stat» ble ansett som tydelig og presist, og med sterke assosiasjoner til trygghet, forutsigbarhet og autoritet. Ordene «statlig tilknytta virksomheter» blir ansett som mer deskriptivt og presist enn «samfunnsretta virksomheter». Lokal tilpasning til organisasjonsledd vil da bli: «Fagforeninga for alle i ...», for eksempel «Fagforeninga for alle i NRK» eller «Fagforeninga for alle i Nav».

Fordeler	Ulemper
• Foreslått av potensielle medlemmer som beskrivende støttesetning • Lokal tilpasning fungerer godt med ulike organisasjonsledd • Synliggjør at vi er for alle på arbeidsplassen (at vi organiserer vertikalt) • Synliggjør at vi organiserer både i staten og statlig tilknytt virksomhet	• Assosieres ikke med verdier • Litt langt og komplisert

2. ELLER: «Fagforeninga for stat, kunnskap og samfunn»

Denne støttesetningen fikk god skår for å være enkel og fengende. Ordet stat ble ansett som tydelig og presist, og med sterke assosiasjoner til trygghet, forutsigbarhet og autoritet. Ordet kunnskap ble ansett som bredt og inkluderende, men også litt lite beskrivende. Ordet samfunn assosieres med bredde, fellesskap og samfunnsansvar, men det kan bli litt vagt og lite konkret på hvem som er målgruppen.

En lokal tilpasning til organisasjonsledd med denne støttesetningen kan fortsatt være «Fagforeninga for alle i ...», slik som alternativet over.

Fordeler	Ulemper
• Støttesetningen med størst appell blant potensielle medlemmer • Enkel og fengende • De ulike ordene gir generelt positive assosiasjoner blant potensielle medlemmer	• Assosieres ikke med verdier • Nevner ikke folk eller at vi er for alle • Noe vagt og litt lite beskrivende

Stegvis plan for gjennomføring av endringene

Prosjektgruppa anbefaler en stegvis plan for å gjennomføre et eventuelt navnebytte. Endringene bør skje gradvis, slik at kostnader og arbeidsmengde kan fordeles over tid. Dette inkluderer gradvis utfasing av artikler i nettbutikken og ute i organisasjonen, og tilsvarende gradvis innføring av nytt ressursmateriell. Produksjon av klistremerker eller lignende med nytt navn som kan distribueres ut og brukes på ulike artikler bør vurderes.

Et naturlig første steg i utrulling av nytt navn vil være utviklingen av en ny visuell identitet, inkludert fornyelse av logo. Med nytt navn bør NTL også se på utformingen av en ny logo som kommuniserer et tydeligere budskap om hvem vi er (vår identitet) og som har appell til målgruppene våre – arbeidstakere i staten og statlig tilknytt virksomhet. NTL bør vurdere å utforme en logo som har noe mer appell til yngre medlemmer, både i design og fargevalg. Her bør man se til kunnskapsgrunnlaget fra NTL 2033 i prosessen. Vår felles identitet knyttet til fellesskap, sam-

hold, trygghet og solidaritet kan gjerne synliggjøres i logoen. Ved utarbeidelse av ny logo bør NTL vurdere å teste ulike alternativer på aktuelle målgrupper før organisasjonen tar en beslutning. Utvikling av en ny visuell identitet krever at det settes av tid og ressurser og brukes ekstern ekspertise på design og visuell utforming.

Kommunikasjonsarbeidet blir viktig å prioritere ved et navnebytte. Organisasjonen må kommunisere nytt navn ut på ulike plattformer nasjonalt og lokalt (på arbeidsplassen) til potensielle medlemmer, og interessenter som medier, politikere og arbeidsgivere. NTL må også sikre god kommunikasjon til medlemmene, for eksempel gjennom en informasjonspakke med brev og en liten symbolsk gave med nytt navn. Vi anbefaler at det utarbeides en kommunikasjonsplan for navnebytte som kan brukes av hele organisasjonen.