

**INGENIØRER
UDEN GRÆNSER**

IUG_s MEDLEMSUNDERSØGELSE

2013



Februar 2014

Indhold

1. Baggrund for medlemsundersøgelsen og dens formål	3
2. Hovedtendenser	3
3. Opdelt gennemgang af medlemsundersøgelsen	6
3.1 Respondenternes profiler	6
3.2 Om medlemskab	7
3.3 Medlemmernes syn på IUG og IUGs kommunikation	9
Bilag 1: Hvad spurgte vi om.....	11
Bilag 2: Idékatalog	12

1. Baggrund for medlemsundersøgelsen og dens formål

IUGs bestyrelse satte i foråret 2013 en strategiproces i søen, da organisationen er i forandring og har haft vokseværk de seneste år. IUG har derfor brug for at skærpe sit strategiske afsæt, så den fastholder den positive udvikling og fortsætter med at være en attraktiv organisation for både medlemmerne, samarbejdspartnere og øvrige omverden.

Formålet med en medlemsundersøgelse var, at at lære mere om IUGs medlemmer mht.:

- deres profiler
- deres medlemskab
- deres syn på IUG og IUGs kommunikation
- deres idéer til evt. forbedringer og nye aktiviteter

Undersøgelsen blev gennemført i november 2013 med anonyme besvarelser. Som et led i undersøgelsen, spurgte bestyrelsen også medlemmerne, om de ville deltage i et uddybende interview.

Nedenstående gennemgang af undersøgelsen begynder med at opridse **2.**

Hovedtendenserne i undersøgelsen, dernæst peger den på, **3. Hvad tager vi med i det strategiske arbejde.** Efter dette kommer en grundigere **4. Opdelt gennemgang af medlemsundersøgelsen** og til sidst **bilag 1. Hvad spurgte vi om?** Og **bilag 2. Idékatalog**, med respondenternes egne idéer.

2. Hovedtendenser

Besvarelsesprocenten blandt IUGs medlemmer var på ca 20%, hvilket umiddelbart ikke lyder som en stor svarprocent. Imidlertid skal andelen ses i lyset af undersøgelsens længde (20 spørgsmål), tidspunktet, den blev sendt ud på (ultimo november), og de meget grundige svar, der blev givet. Samlet set er der grund til at være tilfreds.

Svarernes profiler

Knap halvdelen af besvarelserne kommer fra medlemmer, der er under 40 år gamle, og overvejende fra medlemmer med lavere anciennitet. Ikke overraskende er der en overvægt af ingeniører blandt svarerne, men IUG rekrutterer i dag en stor del af sine medlemmer blandt andre faggrupper og har altså en bred appel. Det er en vigtig betragtning, hvis organisationen vælger bevidst at have et bredere medlemsgrundlag blandt ikke-ingeniører/-teknikere. Har vi arbejdsopgaver til disse og kan IUG rumme dem?

Udbredt tilfredshed med medlemskabet

Respondenterne er i høj grad medlemmer af idealistiske grunde. De faglige og sociale bevæggrunde vejer ikke så tungt. Til gengæld betyder de en del, når spørgsmålene går på, om de får noget ud af deres medlemskab. Med andre ord kan det ikke udelukkes, at enkelte melder sig ind af én grund (idealisme) og derefter føler, at de er tilfredse af helt andre grunde (faglige/socialt netværk). Det er vigtigt at hæfte sig ved, da det peger på, at organisationen med fordel kan foretage en bevidst skelnen mellem rekruttering af medlemmer og det efterfølgende arbejde med at aktivere de passive medlemmer og motivere/engagere de aktive medlemmer.

IUG har grund til at være tilfreds. Langt de fleste besvarelser mener, at medlemskabet lever op til deres forventninger. Det gælder både aktive og passive medlemmer. De udtrykker, at de får noget ud af det faglige og sociale netværk i IUG og føler, de har indflydelse og trives med de opgaver, de påtager sig. Samtidig udtrykker de tilfredshed med, at deres kontingent går til noget godt.

De mere kritiske røster fremhæver, at de har svært ved at finde ud af, hvordan de kan være aktive, at udbuddene ikke svarer til forventningerne eller er koncentreret i København. En del er klar over, at det er dem selv, der ikke har været aktive nok, for at blive involveret. Der er selvfølgelig også nogle, der er skuffet over slet ikke at være blevet udsendt eller ikke i så stort et omfang som håbet. Enkelte er utilfredse med den udvikling, IUG gennemgår, hvor organisationen bevæger sig længere væk fra katastrofe- og beredskabstilgangen.

Blandt de passive medlemmer har en del været aktive tidligere. Deres begrundelser for ikke at være aktive mere går dels på at de ikke længere har tid til (eller i mindre grad) det frivillige arbejde og utilfredshed med organisationen. Der er ingen tvivl om, at havde IUG flere afgrænsede opgaver, de frivillige kunne byde ind på, ville antallet af aktive stige – særligt med den afgørende tidsfaktor for øje. Det skal også være i orden at takke nej til opgaver, så der ikke forventes, at man altid stiller op. Derudover skal IUG have for øje, at der skal være flere ressourcer på hver opgave/projekt, så de ikke falder mellem to stole i tilfælde af frafald.

Flere besvarelser efterlyser større åbenhed mht. opgaver og projektudsendelser, og i samme tråd fornemmer flere en Københavnercentralisme, de gerne ser ændres mod en decentralisering. Dem med skæve faglige baggrunde (også blandt ingeniørerne) har svært ved at finde sig selv i organisationen. De efterlyser match, hvor de kan bidrage i kortere tid og trække sig, når deres tid bliver knap. Igen et spørgsmål om at definere opgavetyper, de frivillige kan påtage sig inden for en afgrænset tidsramme, og ikke, som én udtrykker det,

atfordi man har en IT-baggrund, "ønsker jeg ikke at vedligeholde hjemmeside, eller bruge tid på at administrere projekter i Excel."

Overordnet set fungerer kommunikationen

Et stort flertal af respondenterne synes, at IUG har en klar profil, der lever op til deres forventninger og stemmer overens med deres opfattelse af organisationens arbejde. I lige så stor udstrækning opfatter respondenterne, at de får en god og tilstækkelig kommunikation fra IUG.

Respondenterne peger samtidig på en del områder, hvor IUG kan blive bedre. De vil gerne vide/ læse mere om IUGs projekter, deres status og fremdrift. De efterlyser også, at det bliver tydeligere, hvad arbejdsgrupperne arbejder med, deres aktiviteter, og hvem der er kontaktpersoner. Der udtrykkes altså et ønske om for langt mere videndeling og erfaringsudveksling på tværs.

IUGs kommunikationskanaler (e-mails, nyhedsbreve og årsberetninger) bliver læst af over halvdelen, mens hjemmesiden ikke er den mest besøgte. Indholdsmæssigt kommer medlemmerne med mange gode input til, hvordan kommunikationen kan gøres mere relevant, vedkommende og spændende (se idékataloget i bilag 2).

Overordnet set er kommunikationen fra IUG velfungerende men kunne være mere interessant, spændende/projektrelateret, samtidigt med at den også gerne måtte have større fokus på IUGs øvrige aktiviteter. Sammenholdt med de ovenfor nævnte udtryk om uklarhed mht. opgaver, udsendelser og manglende opgaver tyder det på (se også under punktet med bestyrelsen), at kommunikationen med fordel kan skærpes mht. afsender, budskab og muligheder.

En fjern bestyrelse

Bestyrelsens kommunikation er for nogle ikke-eksisterende. Næsten halvdelen ved ikke, om den fungerer. Blandt andet fordi de ikke er helt klar over, hvilken kommunikation, der er tale om. Bestyrelsen opfattes som fjern fra medlemsskaren og lukket om sig selv. Der er dog nogle, der kan se en udvikling, hvor bestyrelsen har åbnet mere op for kommunikationen med resten af organisationen.

Det signalerer, at IUGs kommunikation har (for) mange afsendere, hvilket skaber et rodet billede af, hvornår bestyrelsen kommunikerer (når den kommunikerer), og hvornår det er andre – f.eks. arbejdsgrupperne – der kommunikerer.

Teste IUGs retning gennem kvalitative interview

En stor del af respondenterne har sagt ja til et mere grundigt interview. Som strategiprocesen skrider frem kunne kvalitative interview med udvalgte medlemmer blandt respondenterne (fordelt på alder, geografi, aktive, ikke-aktive m.m.) fungerer som en god test på, hvordan bestyrelsens tanker og udstukne retning opfattes blandt et udsnit af medlemmerne.

3. Opdelt gennemgang af medlemsundersøgelsen

I det følgende vises en gennemgang af de overordnede temaer for undersøgelsen. Den tager udgangspunkt i de 176 besvarelser, vi fik ind svarende til ca. 20% af de knap 860 adspurgte medlemmer.

3.1 Respondenternes profiler

75% af svarene kom fra mænd og 25% fra kvinder.

75% er medlem af **IDA**.

Mht. **alder** fordelte svarene sig med

- 45% fra medlemmer mellem 25-40 år
- 25% mellem 41-65 år
- 21% over 65 år
- 10% under 25 år.

Blandt respondenterne er 68% **uddannet** som ingeniører, mens resten fordeler sig med 8% maskinmestre, 6% naturfaglige og 18% fordelt på humaniora, samfundsvidenskab, teknikere, håndværkere og andre uddannelser.

Over 1/3 er **ansat** i det private hos bl.a. rådgivende ingeniører, mens 16% er under uddannelse, 14% er ansat i det offentlige og resten fordeler sig på ansættelser i udlandet, som selvstændige, arbejdsløse m.m.

Mht. **fagområder**, arbejder

- 25% af respondenterne med områder uden for en entydig kategori i spørgeskemaet
- 21% har konstruktion og design som fagområde
- 15% har miljø og klima
- 12% har vand og sanitet

Resten fordeler sig på de øvrige kategorier med kun en antropolog.

De fleste respondenter – 55% – har været medlem mellem 1-5 år. 19% er ret nye medlemmer (under 1 år), mens 19% har været med mellem 5-10 år. 12 medlemmer svarer, de har været med fra begyndelsen svarende til 7%.

3.2 Om medlemskab

Ser vi på, hvordan respondenterne udlever deres medlemskab, er 40% **udelukkende betalende** medlemmer. 19% deltager på **ad hoc-basis** til nogle arrangementer, mens resten fordeler sig på 17%, der er **aktive** i øjeblikket, og 16%, der har været aktive. 7% falder under kategorien *Andet*.

Nogle har været aktive og er **holdt op som aktive**. Adspurgte svarer de i opsummeret form, at

- det er svært at passe ind med små børn/ studier/ arbejde/ arbejde i udlandet/ sygdom og alder
- de ville gerne være mere aktive, hvis de havde tiden
- de er skuffede, da de synes, det er svært at få kontakt til IUG om passende opgaver/ IUG er blevet for bureaukratisk/
- København styrer for meget/ opgaverne aftales i København/ opgaverne fordeles skævt
- deres projektgruppe blev mere eller mindre opløst, var præget af for megen snak og for lidt handling/ for meget fokus på organisering og for lidt på selve projektet
- de har en skæv faglig baggrund, så det er svært at passe ind
- det er svært at sige nej, når man har sagt ja. Der kræves for meget af dem, der er aktive.

Når medlemmerne svarer på, hvad der skal til for at blive **aktive igen**, svarer de i overordnet form, at

- de ville være aktive, hvis der var konkrete afgrænsede opgaver/ differentierede opgaver efter alder/typer/etc.
- de ønsker en mere veletableret Københavnerafdeling
- det mest spændende sker i København og ikke i Århus/ Nordjylland...
- det kræver, de har mere tid/ de vil blive mere aktive, når de får mere tid
- det først sker, når de bor i Danmark igen/ er færdig med uddannelsen
- det skal være ok at sige nej til opgaver
- det kræver mere åbenhed om udsendelserne/ generationsudskiftning i bestyrelsen og nogle af arbejdsgrupperne
- tiltag som kapacitetsopbygning (LFA og andre ikke-ingeniørfaglige kurser m.m.), og IUGs egen organisation og virke er med til at ruske os sammen=positivt

- fagspecifikke grupper kunne være interessante indenfor f.eks. low-cost latrines, sanitation promotion, sanitation marketing etc.
- de mangler en fornemmelse af fremskridt/ fremdrift og mere struktur.

21% af respondenterne **hørte første gang** om IUG på deres studie (plakater m.m.), 19% via internettet. I aftagende andel har de sidste hørt om IUG via pressen (fagpresse, dagspresse såsom Ingeniøren, Maskinmesteren, DR2, TV2, arbejdspladsen/ venner/ familie, foredrag og på andre måder.

Respondenterne meldte sig ind for gennem deres **medlemskab** at

- bidrage til at IUG kunne redde liv gennem genopbygning efter katastrofer (23%)
- støtte befolkninger gennem projekter i fattige lande (22%)
- være aktiv som udsendt (22%)
- være aktiv i Danmark (19%)

Længere nede på motivationsstigen ligger fagligt netværk, socialt netværk og andre årsager. Ingen har fået deres medlemskab i gave.

Forventninger til medlemskabet

72% af respondenterne mener at medlemskabet har **levet op** til deres forventninger, mens 28% **ikke** synes det **har levet op** til det forventede.

De uddyber deres udtalelse med **hvorfor** medlemskabet **lever op** til forventningerne med at de

- er godt forankret i arbejdsgrupper
- arbejder med projekter, der gør en forskel/ haft fantastiske oplevelser med at være udsendt.
- har et godt fagligt og socialt netværk/ interessante faglige diskussioner
- har mulighed for at præge organisationen
- godt tilfreds med at være passivt betalende medlem pt. Flere skriver, de synes, at IUG gør det godt/ de føler, deres penge går til noget godt/ gode projekter.
- kan lide, at IUG har udviklet sig meget og er præget af sund fornuft og nede på jorden-tilgange, der balancere de bløde værdier med de praktisk/ tekniske aktiviteter.
- benytter sig af kurser m.m.

Årsagerne til at medlemskabet **ikke lever op til forventningerne** uddybes med, at de

- havde håbet på at kunne bidrage med mere (rigtig mange skriver, det er deres egne skyld/ at de mangler at få gjort noget ved det/ geografi kan hindre at de deltager)
- savner information om, hvordan man kan være aktiv – og aktiviteter udenfor København/ har forsøgt at komme ind men kunne ikke finde vejen ind (mange)/ håbede på kortere vej fra medlemskab til udsendelse/ har kun haft 2 x 2 ugers udsendelser på flere år/ ikke er blevet inviteret/ ikke kan se, at der sker noget
- er helt nye medlemmer (en hel del) – derfor ikke kommet helt i gang endnu/ nogle af dem vil gerne udsendes
- havde håbet på flere kurser bl.a. i Jylland (kommunikation m.m.)
- har en skæv faglighed i forhold til IUGs kernefagligheder (en del), som måske kunne komme projekterne til gode, hvis de også blev tænkt ind
- ikke er så glade for, at IUG udvikler sig i en retning væk fra katastrofetilgangen, selvom det nok er den rette vej (en enkelt)/ ikke synes, at IUG er nået så langt som håbet/ ønsker bedre opfølgning på projekterne, når de er slut

3.3 Medlemmernes syn på IUG og IUGs kommunikation

Respondenterne synes overvejende (på en skala fra 1-5, hvor 1 er uenig), at IUG har en **klar profil**, der lever op til deres **forventninger** og stemmer overens med deres **opfattelse** af organisationens arbejde. Samtidigt mener næsten $\frac{3}{4}$ at de har et **tydeligt billede** af, hvad IUG står for.

Omkring $\frac{1}{4}$ lægger sig midt mellem at være uenige og enige i udsagnet om, at IUG har en klar profil og lever op til deres forventninger. Mht. et klart billede af, hvad IUG står for svarer 21% 3, mens 11% svarer 4 – altså tæt på enig).

72% svarer, at de får **god og tilstækkelig kommunikation** fra IUG (4 og 5 på en skala fra 1-5, hvor 1 er uenig). 21% lægger sig midt mellem.

Respondenterne byder på mange **ønsker** om, hvad de kunne tænke sig af **information** fra IUG. Det går meget ud på, at høre mere om

- spændende initiativer og aktiviteter under opsejling – over hele landet
- små artikler med, hvad der sker i den danske organisation, lokalafdelinger, arbejdsgrupper, strukturen i organisationen bør forsimples eller kommunikeres bedre, kontaktpersoner for arbejdsgrupper og aktiviteter
- løbende beretninger om alle igangværende projekter, deres bemanning, status og hvordan deres bæredygtighed sikres
- en mere informativ pædagogisk opbygget hjemmeside

- mere information, om hvordan studerende kan være mere aktivt engagerede i organisationen
- mere aktiv brug af CV-databasen og mulighed for at promovere, hvem man er, og hvad man kan, så man kan bidrage aktivt til IUG/ jobmuligheder (LinkedIn, hjemmeside)/ hvordan man konkret kan bidrage til projekter i DK
- mere videndeling/sparring på tværs af grupperne/ faste kvartalsvise foredrag fra folk der har været på mission, måske med spisning bagefter så man kan netværke lidt
- struktureret information om hvad procedurerne er for at starte et nyt projekt op (i stedet for at man skal opdage det hele lidt hen ad vejen)

De fleste respondenter får deres informationer via **e-mails** (76%) og kun 16% svarer **hjemmesiden**, som over halvdelen besøger mindre end én gang om måneden. 22% besøger den mellem 1-5 gange om måneden og tilsvarende 22% besøger den aldrig.

Nyhedsbrevet bliver læst af 68% af respondenterne, og 25% kender det, men læser det kun sjældent. 7% kender slet ikke til det. Tiden er en faktor for dem, der ikke læser det. Nogle vil gerne, men prioriterer anderledes eller glemmer det. Nogle synes det er kedeligt, kunne gøres mere interessant og pdf-udgaven er også en hindring, da det ikke er umiddelbart let at skimme på skærmen. Andre mener ikke, de har behov for det.

Årsberetningen bliver læst af 55% af svarerne. 29% svarer nej.

Næste 80% føler de får **tilstrækkelig information** om IUGs arbejde og at deres medlemskab **indfrier deres forventninger**.

Mht. **bestyrelsens kommunikation** med medlemmerne mener 41% at den fungerer godt, mens 12% mener den fungerer dårligt. 47% svarer *ved ikke*.

Informationerne fra bestyrelsesmøderne er meget sparsomme, med mindre man får referaterne. Det er ikke alle, der kan huske, de har set noget fra bestyrelsen (hvilken kommunikation?), mens andre nævner, at det går meget bedre end det gjorde for bare 1½ år siden. De mange spændende tiltag/initiativer fortjener at blive delt, og ikke mindst taget op i et bredere forum end kun bestyrelsen. Der kunne godt være en mere tydelig kommunikation fra bestyrelsen, større synlighed.

Arbejdet i bestyrelsen med projektarbejdet virker lukket, og respondenteren er ikke sikre på, at bestyrelsen har øje for medlemmernes interesser. Én af de mere negative røster mener, at

bestyrelsen virker som om den lever i deres helt egen strategiske verden, der er præget af målet om at vokse, nærmest for enhver pris. Det betyder, at IUG udvikler sig i en mere og mere bureaukratisk og DJØF'iseret retning, udelukkende for at tækkes CISU og andre store donorer.

Bilag 1: Hvad spurgte vi om

Svarernes profiler

01. Hvilket køn har du?
02. Hvor gammel er du?
03. Hvad er din faglige baggrund?
04. Hvad er dit nuværende arbejde?
05. Hvad er dit specifikke fagområde?
06. Er du medlem af IDA? (Vi spørger af hensyn til et muligt samarbejde med U-landsfagligt Selskab)
07. Hvor lang tid har du været medlem af IUG?

Om medlemskab

08. Hvordan udmønter dit medlemskab sig?
 - Hvis du har været aktiv, hvorfor holdt du op med at være det?
 - Hvis du har været aktiv, hvad skal der så til for at du bliver aktiv igen?
09. Hvordan hørte du først om IUG?
 - Hvis du første gang hørte om IUG via et medie, hvilket var der tale om?
10. Hvorfor blev du medlem?
11. Har dit medlemskab levet op til dine forventninger?
 - Uddyb gerne hvorfor/hvorfor ikke

Medlemmernes syn på IUG og IUGs kommunikation

12. IUGs profil: IUG har en klar profil, der lever op til mine forventninger
 - IUGs profil stemmer overens med min opfattelse af organisationens arbejde
 - Jeg har et tydeligt billede af, hvad IUG står for
13. Jeg modtager god og tilstrækkelig kommunikation fra IUG
 - Hvilke ønsker har du til yderligere information fra IUG?
14. Hvor får du information om IUGs arbejde fra?
15. Kender/læser du IUGs nyhedsbrev?
 - Uddyb venligst hvorfor, hvis du ikke læser nyhedsbrevet
16. Besøger du IUG's hjemmeside?

17. Læser du IUGs årsberetning?
18. Finder du dig tilstrækkeligt informeret om IUG's arbejde?
19. Indfrier dit medlemskab dine forventninger til IUG?
20. Hvordan synes du, bestyrelsens kommunikation med medlemmerne fungerer?
 - Hvad synes du fungerer godt eller skidt ved kommunikationen?

Uddybende interview

Må vi kontakte dig for et evt. uddybende interview senere?

Bilag 2: Idékatalog

Skæve fagligheder på projekterne

De skæve faglighed i forhold til IUGs kernefagligheder (en del), kunne måske komme projekterne til gode, hvis de også blev tænkt ind

Fundraising og syn for teknologiens styrker og begrænsninger

Deltage i projektudvikling og fundraising for WASH udviklingsprojekter med det tydelige delmål at uddanne unge danske teknikere i udviklingsarbejde, så de på et senere tidspunkt kan deltage i nødhjælpsarbejde med lidt relevant ballast på deres CV. Med i pakken for aktivt deltagelse i IUGs arbejde i Danmark vil være et kritisk syn på ikke-optimale teknologier der prøves indført på steder hvor det med fordel kunne erstattes af andre bedre tilpassede valg, efter en fornuftig analyse baseret på lang erfaring fra arbejde med tilpassede teknologier i ulande.

Idéer til, hvordan de får et mere aktivt medlemskab

- mere afgrænsede ad hoc-opgaver
- lettere at gennemskue, hvilke opgaver, der skal løses
- større gennemsigtighed i opgavefordeling – specielt i forhold til udsendelser
- fagspecifikke arbejdsgrupper – mindre intens arbejdsindsats
 - low-cost latrines
 - sanitation promotion ved sanitation marketing
 - CLTS – nye metoder som e.g. Frontiers in CLTS ISSUE 1: "Participatory design development for sanitation"
 - hygiejneundervisning ved tilpasset PHAST
 - inklusion af peri-urbane områder
 - smart design af temporary shelter
 - vandforsyning ved brønde der graves med håndkraft (protected shallow wells).

- opsøgende undersøgelse 3 år efter projektet med afsluttet, for at bruge denne viden i fremtidige projekter – også godt, når man taler med mulige donorer

Idéer til kommunikationen

- **små artikler** med, hvad der sker i den danske organisation og lokalafdelinger. F.eks. gennem bloggs, hvor de mange spændende initiativer opsejling og det generelle skift i nogle af IUGs aktiviteter bredes mere ud
- mange **flere korte uformelle nyheder** / opdateringer / news / jobmuligheder. Eventuelt opdele medlemmer i grupper: Gamle praktiske rotter / unge teknikere / praktikere / teoretikere / osv.
- mere om hvordan man konkret kan **bidrage til projekter** mens man stadig befinder sig i DK.
- ville gerne modtage løbende beretning om alle **igangværende projekter** og med hvilke folk/specialer disse er bemandet. Også:
 - én side med **overblik over alle igangværende projekter**, samt hvilken fase de er i (fx. foranalyse, opstart, implementering, nedluk). Sådant en oversigt kunne deles imellem interne (organisations) projekter og eksterne (med eksterne partnere) projekter. Kunne måske også hjælpe i forhold til at få overblik over hvilke medlemmer, der kan bidrage på hvilke projekter.
 - jeg tror man kunne lave mange **flere projekter** og få mange flere tekniske kompetencer i spil, hvis man kommunikerede bredt ud til hele medlemsbasen. Forudsat selvfølgelig at det er en stor andel af medlemmerne der er interesserede i at være aktive.
- en mere **informativ hjemmeside** som er pædagogisk opbygget og nem at finde rundt på, evt. mere med jobopslag/ opgaver/arbejdsgrupperne, deres arbejdsopgaver og deres kontaktpersoner
- meget gerne **info på tværs** af grupperne
- mere information, om hvordan **studerende** kan være mere aktivt engagerede i organisationen
- mere aktiv brug af **CV-databasen**. Måske i stil med. "Hej i fire, vi kan se at I har erfaring med korrosion. Vi er i gang med... Vil en af jer hjælpe med at kigge på dette et par aftener?" Mulighed for at promovere hvem man er og hvad man kan, så man kan bidrage aktivt til IUG
- opslag på **LinkedIn** om småopgaver som disse - eller en opdatering af funktionaliteten på hjemmesiden
- mere **videndeling**, erfaringsudveksling og sparring grupperne imellem - det kunne f.eks. ske på den københavnske lokalafdelings møder (i Århus fungerer det vist fint)

- faste kvartalsvise foredrag fra folk der har været på mission, måske med spisning bagefter så man kan netværke lidt
- struktureret information om, hvad **procedurerne er for at starte et nyt projekt** op (i stedet for at man skal opdage det hele lidt hen ad vejen). Denne info kunne også stå på en web-portal. Så ved folk hvad de går ind til, hvis de gerne vil starte noget op.
- strukturen i **organisationen bør forsimples** eller kommunikeres bedre Flere konkrete informationer fra implementerede projekter, og specifikt omkring hvordan projekternes bæredygtighed sikres
- Jeg synes, at IUG skulle gøre mere for at komme i **medierne**. For eksempel undrer det mig, at jeg aldrig ser noget om IUGs arbejde på Ingeniøren.dk, som jeg skimmer hver dag. Måske ville det hjælpe, hvis IUG havde en pressemedarbejder, der kunne skære historierne fra de udsendte til, så de var nemme at bruge for medierne. Frem for alt skal IUG få "solgt" nogle gode historier til TV. Det vil føre til flere støttemedlemmer.

IDA og U-landsfagligt Selskab

Man kan godt være medlem af U-landsfagligt Selskab uden at være medlem af IDA, da man kan være betalende medlem af U-landsfagligt Selskab. Jeg kan så afgjort anbefale et samarbejde mellem dem og IUG. Det er en oplagt mulighed for synergi, samarbejde om arrangementer, reklame for IUGs projekter (og måske noget mindre sammenlagt medlemsgebyr (især for ledige og studerende))