

| Sæt kryds | Type            | Ansvarlig | Sagsark offentlig på FDF.dk |
|-----------|-----------------|-----------|-----------------------------|
| X         | Orientering (O) | RAP       | Ja                          |
|           | Debat/tema (D)  |           |                             |
| X         | Beslutning (B)  |           |                             |

**Punkt: 2.10****HB-Møde: Marts 2021**

## Medieundersøgelse og formål med medier

### RESUMÉ

Der skulle have været lavet en undersøgelse af de eksisterende medier i 2020, men på grund af corona og vakance i KommunikationsTeam blev undersøgelsen udskudt til nu. Der er i arbejde i gang med et eksternt buro og resultater fremlægges på HBs majmøde. Til orientering er i sagsfremstillingen en tidsplanen for de kommende måneder ift. HBs debat og beslutning.

På HB-mødet her i marts skal "Forslag til formål for FDFs medier" (Se nederst i sagsfremstilling) debatteres og godkendes.

### INDSTILLING

**A: HB Tager orientering om plan for medieundersøgelse til efterretning**

**B: Drøfter og godkender formål for medier i FDF**

## SAGSFREMSTILLING

### BAGGRUND

Den seneste undersøgelse af FDFs medier blev foretaget i 2016.

I november 2019 blev der vedtaget besparelser på medierne i form af antal sider, papirkvalitet og genudgivelse af flere Sille og Sigurd-numre. Disse besparelser er udrullet i 2020.

Samtidig blev det muligt at fravælge FDF LEDEREN i trykt format. Alle ledere får tilsendt magasinet i digitalt format, med mindre de også fravælger den løsning. PDFen er derfor i udgangspunktet ikke et tilvalg, men noget de automatisk modtager, hvis de ikke aktivt fravælger det. Oplag på FDF LEDEREN er ca. 6000 i dag, mod 6750 da man vedtog besparelserne (man estimerede i november 2019 at 10% alene ville vælge digitalt format, og det har passet meget godt).

Der skulle have været lavet en undersøgelse af de eksisterende medier i 2020, men på grund af corona og vakance i KommunikationsTeam blev undersøgelsen udskudt til nu.

### TIDSPLAN (Orientering)

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>Marts-April</b> | Medieundersøgelse gennemføres kvantitativt (spørgeskema). Opgaven løses i samarbejde med et eksternt bureau. Arbejdet er igangsat. Kerne-spørgsmålene er: <ul style="list-style-type: none"><li>• Hvordan er brug og tilfredshed fordelt på henholdsvis de fire fysiske magasiner samt digitale medier, hjemmeside og nyhedsbrev</li><li>• I hvilken grad bruges medierne, og opleves de relevante</li><li>• Hvilke potentialer findes for udvikling, når man tager højde for målgruppens ønsker og behov</li></ul> |
| <b>Marts</b>       | HB drøfter mediernes formål (dette møde)  |
| <b>Maj</b>         | På HB-mødet præsenteres undersøgelsens resultater, hvorefter HB kan vælge at nedsætte arbejdsgruppe(r), der skal komme med anbefalinger til eventuelle justeringer af FDFs medier. Der kan eventuelt laves en kvantitativ (interview-)undersøgelse for at understøtte dette arbejde.  |
| <b>September</b>   | På HB-mødet fremlægges forslag til ny kommunikations- og mediestrategi i FDF. Implementering kan forberedes i efteråret med ændringer fra begyndelsen af 2022.  |

#### *Bemærkning:*

FDF Landsmøde 2020 afsatte midler til opdatering af FDF.dk. Dette arbejde afventer HBs møde i september. Der vil dog foregå administrativ forberedelse af opdateringen inden da.

## **FORMÅL MED MEDIERNE (Debat på dette møde)**

Uanset hvilke medier, vi måtte have i FDF, skal vi have et overordnet formål og dermed en retning. P.t. foreligger der ikke en samlet formulering for formålet med medierne, men der er her forelagt et forslag til debat. Det er ønsket, at vi tager debatten nu, frem for når vi har resultaterne af medieundersøgelsen og skal se fremad. Vi skal have afstemt vores ”hvorfor” på forkant – ellers kan debatten i maj og september risikere at blive uskarp. Samtidig skal det være retningsgivende for de arbejdsgrupper, der skal komme med anbefalinger.

## **Forslag til formål for FDFs medier**

**FDFs medier skal med afsæt i FDFs formål, ambition og strategi skabe identifikation, information og inspiration for mediernes respektive mål-/aldersgrupper."**

### **Identifikation**

1. at give en forståelse for, *hvorfor* vi er FDFere.
2. at der skabes en forståelse for FDF som organisation internt (FDF som organisation, herunder opbygning, hvordan arbejder vi sammen på tværs, hvordan er den enkeltes FDF-identitet ift. resten af forbundet)
3. at der skabes en forståelse for FDFs relationer/sammenhæng med ekstern omverden (FDFs syn på temaer som fx kirke, leg, pædagogik m.m. FDFs kendetegn ift. andre lignende organisationer)
4. at give folk et sprog for, hvad FDF er/sætte ord på kvaliteter og bidrag til identitetsdannelse.

### **Information**

5. at levere perspektiv/dybde til nyhedsstof i FDF-regi.
6. at opbygge viden/ "teoretisk grundlag" om relevante temaer i FDF-regi.

### **Inspiration**

7. at stille konkrete værktøjer/inspirationer/guides til møder/aktiviteter til rådighed.
8. at generere refleksion over medlemmernes FDF-praksis i forhold til andre mulige.

## **BILAG**

Ingen bilag.