

Sæt kryds	Type	Ansvarlig	Forfatter	Sagsark offentlig på FDF.dk
	Orientering (O)	ABV	ABV	Ja
	Debat/tema (D)			
X	Beslutning (B)			
Punkt: 2.17		HB-Møde: Januar 2024		

Mediebudget og medieudbud i 2024

RESUMÈ

På baggrund af budgetrevisionen i efteråret 2023 skal HB tage stilling til medieudbuddet og budgettet for dette for 2024.

Opsummeret vil ændringer blive:

- FDF LEDEREN udgives 3 gange i stedet for 4. Udgivelsestidspunkter er feb., juni og oktober. Vi skifter distributionsfirma fra PostNord til FK Distribution. Artikelkoncepter vil blive ændret ved udgivelsen i juni, men design vil være det samme.
- Sille og Sigurd – opprioritering af historier på lyd. Der skal spares på papirkvalitet, tegninger, layout mv.
- SoMe posten er ikke kun målrettet unge men alle alders- og målgrupper i FDF.
- Kursuskatalog sendes til kredsen i stedet for hustandsomdelt.

FU indstiller til godkendelse af budgettet.

INDSTILLING

A: HB godkender mediebudgettet og medieudbuddet for 2024

SAGSFREMSTILLING

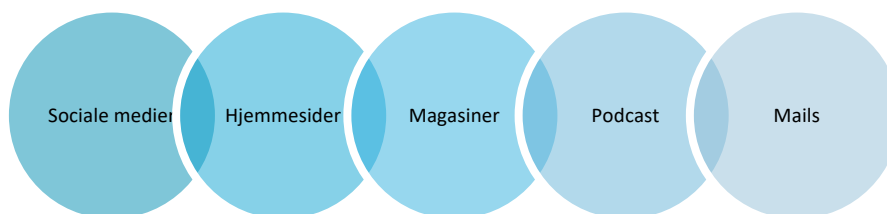
BAGGRUND

I budgetrevisjonen i efteråret 2023 godkendte HB at der skulle ske en samlet besparelse på mediebudgettet på i alt 250.000 kr. for 2024. HB skulle efterfølgende tage stilling til hvordan denne besparelse skulle fordeles og godkende et revideret budget for medierne. Med dette bilag fremlægges et revideret budget og medieudbud for 2024.

Medieudbud i 2024:

Generelt om medieudbuddet kan det siges, at vi udfordres af priserne ift. trykte medier, da priserne er variable og vi både arbejder med 2-årige beslutninger og et to-årig budget. Derfor er HB i højere grad de seneste år blevet inddraget i beslutningerne om antal af magasiner samt frekvens end HB med andre medieprodukter og i det hele taget andre budgetlinjer.

Med medierne i FDF arbejder vi med en forståelse af at kunne leve op til formålet for FDFs medier ved at være tilstede på følgende måder:



Sociale medier:

Med social medie-planen som blev forlagt for HB i foråret arbejder vi fortsat med en opdeling af de forskellige sociale medie-platforme. Men har også måtte erkende, at det er svært at bruge mange penge på sociale medier, hvis vi producerer det hele selv (frivillige og ansatte). Derfor er beløbet i budgetudkastet en del mindre end LM-budgettet.

Vi arbejder med eksternt indhold på facebook-siden og på LinkedIn (fortsat i mindre grad, indtil den eksterne medieretning er besluttet)

I facebook-gruppen Leder-til-leder laves ugentlige opslag med fokus på information men også med inspiration til ledere, og ligeledes bruges instagramkontoet "FDF".

For unge: Med rigtig god energi og gode ideer henvender RøgvenderRapporten sig til de unge gennem oplysende og identitetsskabende indhold på youtube. Sideløbende er den tidligere TikTok redaktion fået etableret sig godt med sjovt indhold på Instagram under navnet "fdfterfest".

For børn: Vi arbejder fortsat med at etablere Amelias Eventyrklub på youtube. Der er udarbejdet rigtig godt aktivitetsmateriale af to omgange til målgruppen af arbejdsgruppen, og der arbejdes på at etablere en arbejdsgruppe med frivillige til at lave indhold til youtube.

Hjemmesider:

Vi er i fuld gang med at beslutte design og funktionaliteter på det nye FDF.dk samt kreds-hjemmesider. Hvor FDF.dk er et sted for informationer (integreret med medlemservice) og inspiration til processer og ledelse vil inspirationen til det ugentlige møde i høj grad være på legedatabasen.dk. De arbejder hårdt for at bringe den slags indhold ind på sitet, og har ved nytårstid lanceret den første del.

For børn og unge: Det er ikke to målgrupper som der arbejdes med ift. hjemmesider, udover et fokus på, at de skal kunne finde og tilmelde sig arrangementer, herunder kurser.

Magasiner:

Med medieundersøgelsen i ryggen og de tilbagemeldinger vi får fra ledere ønsker vi fortsat at FDF LEDEREN er et fysisk magasin, men vi nedsætter frekvensen til 3 gange årligt med udgivelser i februar, juni og (start) oktober allerede fra 2024. Med disse tre udgivelser har vi tilpasset til et bedre flow mellem andre udgivelser samt ønsker fra frivillige og ansatte. Vi har kunne lave den ændring, da der med den nye postlov er sket markant forhøjelse af PostNords levering, og vi derfor har kunne vælge andre udbydere af distribuering, som så ikke låser os til nogle bestemte uger.

Magasinet får med udgivelsen i juni 2024 nye artikelkoncepter mens det visuelle udtryk vil ligne det, som vi kender nu.

Kursuskataloget vil fortsat udkomme to gange årligt hvilket kan ske ved at vi sparer penge på forsendelsen. Kataloget vil derfor blive sendt til kredsen i stedet for i postkasserne. Kursuskatalogets indhold varierer også fra gang til gang men ungdomskurserne er altid i magasinet.

Sille og Sigurd udkommer i to formater; både på tryk og som lyd. Det er lederne rigtig glade for, og vi har arbejdet med flere distributører samt processer for dette efter lukningen af 55Nord. Det er få kredse, som efterspørger at framelde Sille og Sigurd som tryksag.

Vi er dog udfordret på den budgetlinje, men indtil videre er målet stadig 4 årlige udgivelser hvoraf to af dem er genudgivelser. Til gengæld må vi arbejde på materiale, indhold og layoutudgifter, hvis vi skal få budgetlinjen til at holde.

Vi opprioriterer lydformatet, og vil udkomme med flere lydhistorier i 2024, som promoverer dem mere.

Amelias eventyrklub har lavet to omgange aktivitetsmateriale, og det er lagt til gengængeligt på FDF.dk og Trykkeriet. Da vi sammen med udvalget har valgt, at vi ikke udsender det til alle er de primære omkostninger der er forbundet med at lave materialet er layout. Derfor er budgettet justeret efter dette.

Podcast:

FDF har flere podcastserier, men i 2023-2024 arbejdes der mest med serien Fangst. Serien handler om hvordan kredse har fået nye voksne med i fællesskabet. Det er ikke en podcast der koster mange penge at lave, men vi har måtte investeret i nyt udstyr, som bl.a. har gjort at vi har kunne spare penge på kørsel, da optagelsen i såfald kan laves over telefonen. Vi har med den nye hjemmeside et ønske om, at vi i højere grad læser nogle af nyheder op, så man udover at kunne læse dem kan lytte til dem. Det bliver en spændende opgave at komme i gang med.

Mails:

Der udsendes en nyhedsmail til alle over 15 år hver anden fredag med de mest aktuelle forhold i FDF-regi. Derudover udsendes der nyhedsmails til bestyrelser en gang i kvartalet.

Udover de faste nyhedsmails sendes der ved lejlighed mails til specifikke modtagere, som eksempelvis med det nye Amelia materiale til alle pilleledere.

I 2024 kommer vi til at arbejde med koncepter for nyhedsmails, da vi med Medlemservice i højere grad kan filtrere efter specifikke målgrupper.

Øvrig kommunikation

Der er flere elementer af medier, som indgår i dette mediebudget blandt andet udvikling af og indhold til Trykkeriet herunder flyers, invitationsskabelon og plakater samt ekstern kommunikationsindsatsen. Alle disse elementer indgår i budgetlinjen ”Øvrig kommunikation”.

ØKONOMI

Budget for 2024

	2024	Landsmøde	Budgetrevision 2023	Revideret 2024	Afvigelse
FDF LEDEREN		305,000		250,000	55,000
Sille og Sigurd		175,000		175,000	-
Flux		-			
Bluz		-			
KredsCMS		-			
Web og sociale medier		-			
SoMe		190,000		125,000	65,000
Kursuskatalog		170,000		160,000	10,000
Øvrig kommunikation		110,000		100,000	10,000
Kommunikation til Pilte		150,000		40,000	110,000
Div. layout		-			
Medieudvikling		-			
FDF.dk (inkl. afskrivn.)		150,000	1.000.000	150,000	-
		1,250,000	(250,000)	1,000,000	250,000

BILAG

Ingen bilag.