

# Verksamhetsbidrag *(projekt)*

Ansökan om statsbidrag till frilufsorganisationer (förrordning 2010:2008)

## BIDRAGSSÖKANDE ORGANISATION

Sportfiskarna, Sveriges Sportfiske- och Fiskevårdsförbund

## PROJEKT

Projektnr: 3	Projektnamn: Från skärmen till vattnet	Projektets totala budget (kr): 785000
Projektstart (år/mån): 2201	Projektslut (år/mån): 2212	

## FRÅN SVENSKT FRILUFTSLIV SÖKTA MEDEL FÖR PROJEKTET

Belopp, kr 785000	Avser bidragsår 2022
----------------------	-------------------------

Beviljade anslag för år ett år ingen garanti för fortsatt beviljade anslag för kommande år.

## EV. MEDSÖKANDE SAMARBETSORGANISATIONER

## EV. ANDRA FINANSIÄRER TILL PROJEKTET FÖR SÖKT BIDRAGSÅR

## ANSÖKAN UPPRÄTTAD AV

Namn: Joel Norlin	E-postadress: joel.norlin@sportfiskarna.se
Telefon (dagtid): 070-3352700	Mobiltelefon: 070-3352700

## PROJEKTBSKRIVNING (HELA PROJEKTTIDEN)

*Syfte med hela projektet (sammanfattning)*

Sportfiske är en av Sveriges största frilufsaktiviteter. Enligt Statistiska Centralbyråns senaste undersökning fiskade ca 1,7 miljoner svenskar i åldrarna 16-80 år minst en gång under 2020, till det kommer ett stort antal barn och ungdomar samt personer över 80 år. Ett resultat av Corona-pandemin blev att ännu fler svenskar hittade ut i naturen. Den stora ökningen av förmedlade fiskekort under 2020 har fortsatt stiga under 2021. Sportfiskarnas aktiviteter under Friluftslivets år har bidragit till att väcka frilufsintresset hos fler.

Ändå finns fortfarande en stor grupp människor som av olika skäl har en högre tröskel för att komma ut i naturen i allmänhet och att upptäcka sportfisket som aktivitet i synnerhet. Friluftslivet konkurrerar med andra aktiviteter såväl som med en ökad mediekonsumtion, "skärmtid".

Med projektet "Från skärmen till vattnet" vill vi bidra till att befästa och ytterligare öka det nyfunna intresset för fiske och friluftsliv. Genom att komplettera redan befintliga fysiska aktiviteter för grupper med digitala aktiviteter kan Sportfiskarna bidra till att fler människor upptäcker friluftslivet. Med en riktad satsning på Youtube kan skärmtid bli friluftstid och många människor kan komma ut i naturen till en låg projektkostnad.

För att aktivera fler så vill vi inspirera dem i stunder som de är mottagliga. Vi tror att vi bäst inspirerar genom att vara tillgängliga när de sitter med sin telefon eller när de tittar på TV. Genom att på så sätt väcka och stärka fiskeintresset kan vi etablera ett mer långsiktigt intresse och engagemang för fiske, allemansrätt och friluftsliv. När projektet avslutas kommer många ha aktiverats - från skärmen ut till vattnet.

*Beskrivning av hela projektet och genomförandet*

TV-kanalernas playtjänster har nu gått om traditionellt tv-tittande. Enligt Svenskarna och internets undersökning 2021 så har 8 av 10 av internetanvändarna använt Youtube under de senaste 12 månaderna och en tredjedel har varit där dagligen. Den dagliga användningen toppas av 00-talisterna där 2 av 3 är där dagligen. På andra plats hamnar 10-talisterna med drygt hälften dagliga användare.

Det finns redan idag framgångsrika fiskekanaler på Youtube som har mycket hög räckvidd. Gemensamt för de produktionerna är att de är kommersiella, med främsta syfte att driva försäljning av utrustning. Det finns alltså fortfarande en lucka för en icke kommersiell aktör att fylla.

Sportfiskarnas Youtube-kanal har idag strax under 8 000 prenumeranter. Det mest sedda avsnittet - Regnbågstips från Sportfiskarna publicerades för fem år sedan och har idag mer än 100 000 visningar. Exemplet visar framförallt två saker; en uppskattad avsnittsproduktion kan göras internt med relativt enkla medel och livslängden för ett publicerat avsnitt är mycket lång.

För att genom Sportfiskarnas Youtube-kanal aktivera fler, från dem som inte ännu är friluftsliv- eller fiskeintresserade till redan hängivna sportfiskare, så behöver vi kunna erbjuda en mix av innehåll. Mixen bör innehålla en balanserad blandning av utbildande, art- och metodinspirerande, äventyr, naturupplevelse, fiskeglädje och etik/hållbart förhållningssätt till naturen. Sportfiskarna har en unik möjlighet att just kombinera biologi och hållbarhet med den fiskenyfikenhet som vuxit till följd av pandemin.

För att få kanalen att växa och därigenom inspirera nya tittare är kontinuerlig publicering tillsammans med sökmotoroptimering den viktigaste faktorn. Det kräver en dedikerad resurs för ett framgångsrikt projekt.

I projektet anställs därför en projektledare/utförare. Dennes arbete delas upp i planering, publicering, kanaldrift, marknadsföring av kanalen och produktion. Projektledaren kommer att tillbringa huvuddelen av arbetstiden på resande fot, ute i fält.

Innehållet kommer att bestå av två olika typer av filmer:

#### 1. Utbildande avsnitt

- Metod: korta filmer som är sökmotorbaserade, 3-5 min.
- Mål: väcka intresse och driva nya tittare till kanalen. 40 publicerade avsnitt under året.
- Estimerat 15 000 videouppspelningar per avsnitt ger 600 000 videouppspelningar.

#### 2. Serie / filmer

- Metod: längre filmer, 15-30 min.
- Mål: bygga på fiskeintresset och aktivera människor, värva prenumeranter. 10 publicerade avsnitt under året.
- Estimerat 40 000 videouppspelningar per avsnitt ger 400 000 videouppspelningar.

Marknadsföring av kanalen och filmerna görs genom Sportfiskarnas befintliga förtjänade ekosystem, Sportfiskarna.se, Fiskesnack.com, Fiskekort.se, Instagram, Facebook, Svensktfiske.se, Svenskt Fiske och nyhetsbrev.

#### Förväntade effekter

Vår ambition med projektet är att det ska leda till ett ökat fiskeintresse samt ett utökat utövande bland de som tittat på filmerna.

Vi kommer att mäta projektets effekt på flera sätt:

- Projektets effekt på fiskeintresset mäts genom uppföljning av mål för antal videouppspelningar (se mål ovan).
- Effekten på antalet personer som genom skärmen aktiverats till friluftsliv är mindre direkt. I en enkel undersökning som nyligen genomfördes på Sportfiskarnas sociala medier, med ca 1 200 svar, visade det sig att 96 % regelbundet tittar på fiskefilm. Av dessa svarade 82 % att något de sett på fiskefilm har gjort att de gått ut och fiskat. I projektet kommer vi att följa upp om människor begett sig ut och fiskat efter att ha sett avsnitt. Metoder för att göra detta är till exempel genom att koppla avsnitt till hashtags, tävlingar, utmaningar och undersökningar.

## BESKRIVNING AV PROJEKTETS BUDGET BIDRAGSÅRET

Planerad verksamhet och resultat samt specifikation av personalkostnader och "overhead"-kostnader

	Belopp, kr
Lönekostnad utförare	380000
Övergripande projektledning	80000
Indirekt kostnad/OH för ovan (kostnad som förbundet har i sin ordinarie verksamhet och som inte direkt och i sin helhet kan hänföras till projektet, men som ändå är väsentlig för projektets genomförande. Exempelvis arbetsplats, IT och ekonomisk hantering av projektet.)	115000
Resekostnader	150000
Filmutrustning	60000
	Summa, kr: 785 000

## EV. PERSONALKOSTNADER (ANGE HUR NI OVAN HAR BERÄKNAT PERSONALKOSTNADERNA)

Antal arbetstimmar

1150

Pris per timme

400 kr (varierar beroende på projektledarens löneläge, 400 kr är intern schablon för timkostnad)

Ifall ni ansöker om bidrag för era projekt måste ni fylla i denna blankett (Verksamhetsbidrag) en gång för varje projekt. Gör så här:

1. När ni fyllt i första blanketten sparar ni den med ett unikt namn på er hårddisk.
2. Börja sedan om och fyll i de nya uppgifterna för nästa projekt och döpa sedan den blanketten till ett unikt namn på er hårddisk.
3. Fortsätt sedan enligt punkt 1 och 2 tills ni fyllt i och sparat blanketter för de projekt ni söker bidrag för.