

Hvordan skal Korpsledelsen forholde sig til at få indsuppleret sit 12. medlem.

Lovene dikterer, at der ved varigt forfald skal vælges nyt korpsledelsesmedlem ved næstkommende korpsrådsmøde, men da der her ikke er tale om varigt forfald men ikke indvalgt, så er der ingen af vores love der dikterer direkte, hvad der skal ske.

De love der er relevante at have i fokus ift. indsupplering af et 12. medlem er herunder:

§1 stk. 4: *Bestyrelser, ledelser, udvalg og arbejdsgrupper bør sammensættes med højst 2/3 repræsentation af det ene køn. Målet er ligelige repræsentation af mænd og kvinder.*

§39, stk. 6: *Ved et korpsledelsesmedlems eller en spejderchefs varige forfald vælger Korpsrådet ved førstkommende korpsrådsmøde et nyt medlem eller en ny spejderchef. Valget gælder frem til næste ordinære valg af korpsledelsesmedlemmer, jf. stk. 1.*

§41, stk. 7: *Korpsledelsen kan udpege yderligere medlemmer uden stemmeret til at varetage nærmere beskrevne opgaver. De pågældende kan maksimalt udpeges for perioden indtil næste ordinære valg af korpsledelsesmedlemmer.*

Følgende 3 muligheder kan overvejes (listen er ikke nødvendigvis komplet, men et oplæg til diskussion):

Mulighed	Fordele	Ulemper
Afholde suppleringsvalg til KRM20. Der er ikke krav om valg jf. lovene, men lovens ånd lægger op til at KOL skal være fuldtallig.	<ul style="list-style-type: none">• Vi bliver flere om at løfte opgaven.• Der er stadig snak i korpset om flere kvindelige kandidater til KOL - dette kunne måske bygges til mere momentum med et valg.	<ul style="list-style-type: none">• Onboarding tager tid• Kan vi afsætte nok tid, til at det bliver en god proces? Med kun en plads skal vi nok ikke forvente meget mere end 3 kandidater (ligesom i 2016), hvilket næppe kan retfærdiggøre en kandidat-tour. Så det bliver en mindre omfangsrig proces end i 19.
Ikke at afholde suppleringsvalg. Intet krav i lovene om et valg, da der ikke er tale om varigt forfald.	<ul style="list-style-type: none">• Vi kan fortsætte med at udvikle os som gruppe - vi behøver ikke sætte hastigheden ned for at onboarder en ny person.• Det er ikke sikkert vi kan få ret meget produktivitet ud af en ny person, taget i betragtning af hvor meget energi der skal kastes i at onboarder vedkomne.	<ul style="list-style-type: none">• Der kan let skabes et narrativ om at KOL ikke ønsker at overholde ånden i lovene (omend man teknisk overholder lovene). Det er en større kommunikativ opgave at sikre, at det ikke giver alt for meget uro i baglandet.
Indsupplere et medlem allerede nu. Helt i overensstemmelse med lovene, dog vil medlemmet ikke har stemmeret. Denne løsning skal dog kombineres med en af ovenstående.	<ul style="list-style-type: none">• Vi behøver ikke vente til november, men kan komme i gang ret hurtigt med at onboarder = minimalt energispild.• Vi kan selv vælge vedkomne - kan måske gøre det nemmere at finde en kandidat der passer ind.	<ul style="list-style-type: none">• Kan nemt komme til at virke som nepotisme, uanset hvem der bliver indsuppleret.

B2: Videreførelse af korpsmuseum Det pålægges korpsledelsen inden Korpsrådsmødet 2020 at videreføre Det Danske Spejderkorps' Korpsmuseum gennem en offentlig tilgængelig udstilling centralt beliggende, samt sikre en løbende fortsat indsamling, registrering og formidling af DDS' historie til brug for også de fremtidige generationer.

Forslagsstillere: Ole Dalskov, Ege Division; Dorthe Philipsen, Amager Division; Sidse Wiik, Stenlændernes Gruppe; Thomas Frisenette, Fortunen Gruppe; Dea Frøding Skipper, Alugod Gruppe Korpsledelsen støttede ikke forslaget.

Der var indkommet et ændringsforslag (Æ9) til B2: Æ9:

Korpsrådet pålægger korpsledelsen at udpege en projektgruppe, som skal finde en økonomisk driftssikker model for at drive et officielt korpsmuseum. Arbejdet skal være færdiggjort senest til afholdelsen af Spejdernes Lejr 2022. Museets formål er at formidle vores fælles historie på en tidssvarende måde herunder med et eller flere offentligt tilgængeligt udstillingssteder, og som understøtter vores formål og tager afsæt i den gældende udviklingsplan. Museet skal opfylde betingelserne for at være medlem af ODM. Museet skal drives af frivillige kræfter og den økonomiske model skal være i overensstemmelse med de økonomiske principper som det øvrige centrale arbejde drives ud fra.

Forslagsstillere: Helene Schiermer, Absalon Division; Heintje Brofelde, Rething-Gruppen; Ole Dalskov, Ege Division; Christian Mogensen, Sydhav Division; Christian Schopfer, Hammeluglerne; Kurt Larsen, Korsør Sø; Louise Bønløkke, Hareskov Division Korpsledelsen støttede forslaget.

Æ9 blev sat til afstemning og vedtaget.

Herefter blev B2 inkl. Æ9 sat til afstemning og vedtaget.

Indstilling til KorpsledelsenVedrørende: **Korpsledelsens kommunikation**Mødedato: **1. april 2020**Modtaget på korpskontoret: **25. marts 2020**Kommentarer: **Til drøftelse og beslutning**

Overskrift	Korpsledelsen opprioriterer sin kommunikation gennem DDS' nyhedsbreve
Fra	Mathias Lysholm Faaborg, Kristine Clemmensen-Rotne og Marie Torp Christensen
Resumé	<p>Korpsledelsen har i de sidste måneder debatteret sin kommunikation, og der er behov for, at der bliver taget en beslutning om at igangsætte nogle bestemte initiativer i en periode for at undersøge, om det er den rigtige vej at gå.</p> <p>Indstillingen forsøger at konkretisere den seneste snak om kommunikation, som korpsledelsen havde på Spejdernes Årsmøde. Derfor er det konkrete initiativer, som kan igangsættes på bagkant at mødet, som er foreslået.</p>
Overblik	<p>Siden korpsledelsen i november 2019 blev valgt, har kommunikation været et emne, som ofte bliver vendt på møder, weekender og i baglandet. Men der er fortsat ikke taget konkret beslutning om at igangsætte nogle konkrete initiativer.</p> <p>Da korpsledelsen nærmer sig at have været valgt i godt seks måneder er det på tide, at der bliver taget en beslutning om initiativer, som igangsættes.</p> <p>Senest kommunikation var på dagsordenen var til SPEJDERNEs Årsmøde, hvor korpsledelsens kommunikation med resten af korpset blev vendt. Der er på tværs af snakken et ønske om, at vi er bedre til at inddrage korpset i de beslutninger, som bliver taget, at vi er mere til stede rent kommunikativt, men der er samtidig et ønske om, at det skal være effektivt og værdiskabende for korpset.</p> <p>På baggrund af de ønsker fremsættes indstillingen her, som et led i at indfri både korpsledelsens egen og korpsets ønsker. Det fremsatte er muligvis ikke den hellige gral, derfor lægges der op til, at beslutningen igangsættes efter mødet og evalueres på december-mødet i 2020.</p> <p>De nævnte tiltag skal ses i lyset af, at korpsledelsen også kommunikerer, når de deltager på divisionsrådsmøder og andre arrangementer, i referater, og når vi er i direkte kontakt med medlemmerne.</p>
Behandling	<ul style="list-style-type: none">• De konkrete initiativer er et oplæg til behandling, men gruppen håber, at de kan vedtages på mødet med eventuelle rettelser. Ønsket om at vedtage og igangsætte handler om, at dialogen omkring korpsledelsens kommunikation har varet i godt seks måneder, og vi skal vise mod og handlekraft ved at tage en beslutning.• Når beslutningen er vedtaget, nedsættes et udvalg, som i samarbejde med spejdercheferne og korpskontoret er redaktion på de indlæg, som udgives. Gruppen sparrer med nyhedsbrevets redaktør, som har det faglige ansvar for indholdet. Gruppens arbejde starter med et kick off, hvor der identificeres temaer, der kan behandles det første halve år.• Senest i nyhedsbrevet i slut-april udgives det første indlæg af "Korpsledelsens Hjørne", som fortæller om konceptet.• Efterfølgende vil der være en spørgesession på Facebook, som er tilrettelagt i et tidsinterval.• Herefter følger der indlæg en gang om måneden i DDS' nyhedsbrev. Frekvensen kan evt. skrues op/ned efter behov.• "Korpsledelsens Hjørne" kan omhandle aktuelle temaer (nyheder) eller et andet relevant tema, som korpsledelsen beskæftiger sig med på længere sigt (fx udviklingsplan, økonomi, medlemsservice)• Der kan selvfølgelig evalueres og tilpasses undervejs, men som udgangspunkt skal vi genevaluere initiativerne på december-mødet. Evalueringskriterierne er: 1) Kan vi gøre formatet relevant for den enkelte spejdergruppe? (kvalitativt og kvantitativt - hvor mange klik har formatet givet fra nyhedsbrevet?) 2) Har vi den rette mængde historier? 3) Hvilken feedback får vi? 4) Hvordan planlægges og udføres arbejdet bedst? Disse kriterier giver os tilsammen svar på om formatet og/eller frekvensen skal justeres.• Herefter tilpasses eller ændres strategien.
Indstilling	<ul style="list-style-type: none">• Korpsledelsen beslutter at op starte indholdselementet "Korpsledelsens hjørne" i DDS' store nyhedsbrev. Hjørnet er en direkte kommunikation til medlemmerne omkring, hvad der rør sig på vores bord, det er en mulighed for at highligte initiativer, vi sætter i gang, anerkende frivillige og løfte lidt af sløret for vores arbejde.• Når nyhedsbrevet er udkommet, bliver teksten delt i Facebookgruppen, hvor der lægges på til, at der en given dag fra 19.30 til 21.30 er mulighed for at stille spørgsmål til korpsledelsens arbejde. Disse

	<p>aftener fordeles imellem medlemmerne af Korpsledelsen, så der er to på per gang. Det giver medlemmerne mulighed for at vide, hvornår de kan komme i direkte dialog med os, hvilket der er fine erfaringer med fra opstillingsperioderne til korpsledelsen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herefter gentages processen til næste nyhedsbrev osv. • Korpsledelsen vedtager at nedsætte en arbejdsgruppe, der sammen med spejdercheferne og kontoret har snor i temaer og indhold, og som godkender indholdet på vegne af korpsledelsen. • Korpsledelsen vedtager, at der evalueres på mødet i december
Formål og strategisk betydning	<ul style="list-style-type: none"> • Formålet med indstillingen er at få igangsat kommunikationsinitiativer fra korpsledelsen, så får nogle erfaringer med, hvad der virker, og hvad der ikke virker. • "Korpsledelsens Hjørne" skulle gerne trække medlemmerne tættere på korpsledelsen og åbne op for en anden dialog omkring beslutninger og processer. • Det er strategisk vigtigt for korpsledelsens arbejde, at vi formår at kommunikere vores beslutninger ud til korpset og går forrest, når det kommer til at fremhæve initiativer og anerkende frivillige indsatser. • Den mere åbne tilgang til arbejdet, håber vi også, kan føre til en større interesse for at sidde i korpsledelsen. • Det er bevidst, at vi hægter os på DDS' Nyhedsbrev og ikke skaber vores eget, da der allerede er mange kernelæsere her, vi skal ikke til at have medlemmerne på nye maillister, og vores indhold kan spille bold med det resterende indhold. • Debatsessioner på Facebook, håber vi, gør, at vi kan komme i mere direkte dialog med medlemmerne, men når vi tidssætter det, er det for, at vi kommunikerer klart ud til medlemmerne, at i det er tidsrum, er vi på, mens vi ikke som udgangspunkt ellers kan forventes at være der.
Andre inddragede	<ul style="list-style-type: none"> • Kontoret og især generalsekretæren og kommunikationsafdelingen er inddraget i arbejdet.
Interes-senter , motivation og kom-munikation	<ul style="list-style-type: none"> • Korpsledelsen kommunikerer selv initiativet ud til medlemmerne og efter mødet i gangsaettes arbejdet med den første udgave.

Afslutningsrapport på Friske fællesskaber uden tobak

Projekt under "Pulje til sundhedsfremme og sygdomsforebyggelse"

Sundhedsstyrelsens journalnummer: 1-1010-439/1

Projekttitle: Friske fællesskaber uden tobak

Organisation: Det Danske Spejderkorps

Projektleder: Bie Andersen

Projektperiode: 1/1-2019 til 15/12/2019

Tildelt beløb: 468.765,- kr.

1. Indsatsen

1.1 Beskriv 2-3 af projektets kerneaktiviteter, der efter jeres vurdering har været de mest centrale set i forhold til projektets resultater. OBS! husk sammenhæng til godkendte projektbeskrivelse.

Kvalitativ undersøgelse.

Som beskrevet i tidligere rapporter begyndte vi projektet med en kvalitativ undersøgelse af spejdergrupper og deres erfaringer med lokale rygepolitikker, holdning til rygning og brug af tobak samt ideer til aktiviteter som alternativ til rygning. I foråret 2019 interviewede vi ledere, forældre og unge spejdere fra i alt 5 spejdergrupper, hvilket svarer til ca. 25% af grupperne i de 9 kommuner på Vestegnen og Sydamerger. Disse interviews var vigtige ift. det videre arbejde med udvikling af relevante kampagner, materialer og værktøjer, der kan bruges til at sætte rygning på dagsordenen i spejdergrupperne. Væsentlige konklusioner var, at materialet skal være nemt at anvende og ikke kræve lang forberedelsestid. De interviewede mente desuden at en god indgangsvinkel til at tale om brug af tobak med de unge var gennem miljø og etik. Disse konklusioner har ligget til grund for den videre udvikling og udbredelse i projektet.

Nej-cap mærket

En velafprøvet og effektiv måde at få et emne ud til debat i spejdergrupper er gennem uniformsmærker, som syes på uniformen efter gennemførelse af en række aktiviteter. Den vej besluttede vi hurtigt at gå med for at få emnet rygning ud til debat på en måde, som også vil fortsætte efter projektets afslutning.

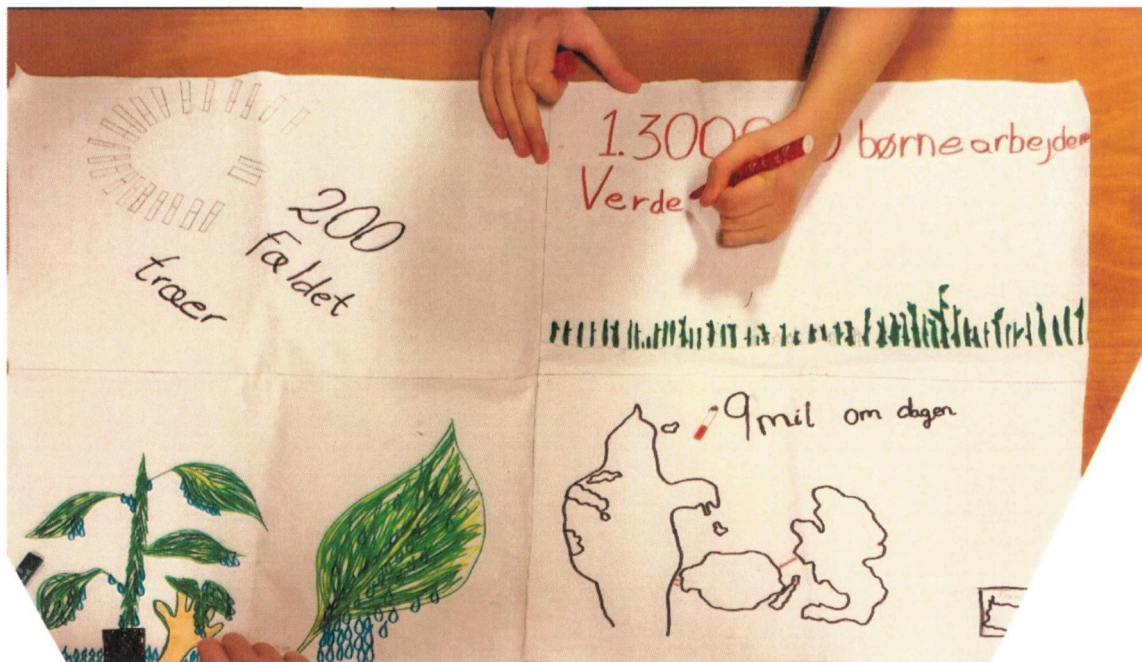
Som en del af en [større samling og nyudvikling af mærker](#), udarbejdede vi et mærke, [Nej-cap](#), som har til formål at spejderne, i trygge rammer, afklarer deres egne holdninger til rygning, alkohol og personlige grænser, og taler om, hvordan man siger nej, når man mødes af et tilbud, der ikke matcher ens holdninger. Især de svære situationer, hvor man føler sig presset af en gruppe venner. På linket ovenfor er der konkrete forslag til aktiviteter, der kan gennemføres for at indfri følgende:

- I fællesskab afklare egne holdninger til rygning, alkohol og personlige grænser
- Arbejde med, hvad I konkret kan gøre i svære situationer
- Lave aktiviteter, fx omkring bålet, der gør jer klogere på konsekvenserne af rygning, alkohol og det at overskride hinandens grænser.

Websiden på dds.dk med mærket [Nej-cap](#) har i perioden primo december til ultimo februar 2020 fået 773 unikke visninger, hvilket må betegnes som tilfredsstillende over så kort en periode. Mærker i DDS-regi har erfaringsmæssigt et langt liv, og det tegner billedet af, at det bliver og vil blive brugt. Der er solgt 141 mærker, hvilket er flot af et mærke af den type til den målgruppe.

Aktiviteter med tropsspejdere i alderen 12-16 år

Et spejderløb er en klassisk spejderaktivitet, og [skodløbet](#), som er udviklet i projektet, består af tre poster, hvor der skal løses forskellige opgaver. På den ene post skulle de unge samle cigaretskod og forholde sig til skodforureningen, og på de to andre poster, skulle de unge blive klogere på og forholde sig til etik og forurening fra tobaksindustrien ved selv at søge på nettet og tegne det, der gjorde størst indtryk på dem. Dette var bl.a. hvor mange unge, der hver dag starter med at ryge, antallet af cigaretskod, der smides i naturen, hvor mange træer, der fældes i forbindelse med produktion af tobak og børnearbejdernes vilkår i tobaksindustrien.



Vi fandt ud af, at tropsspejderne gerne vil udtrykke deres tanker og følelser omkring rygning på andre måder end at snakke eller skrive om det, og for mange er det nemmere at udtrykke sig og sætte tanker i gang ved at tegne og visualisere dem.

Som led i at udvikle et værktøj til implementering af Det Danske Spejderkorps' overordnede rygepolitik fik vi involveret seks ledere fra to spejdergrupper til at teste vores sjove og interessante måder at arbejde med brugen af tobak på, og disse spejderledere var motiverede for at afprøve materialerne og aktiviteterne med omkring 20 unge i målgruppen til en workshop.

Vi har samlet materialer og oplæg til diskussion af korpsets rygepolitik på vores [hjemmeside](#) til brug for alle grupper i Det Danske Spejderkorps og andre interesserede. Denne hjemmeside har i perioden primo december til ultimo februar

haft 245 besøgende, hvilket vi også betragter som tilfredsstillende over så afgrænset en periode. Samtidig er PDF-dokumenterne på hjemmesiden downloadet 16 gange.

1.2 Er projektet forløbet som forventet?

Vi har i dialogen med vores målgruppe været nødt til at ændre i projektets metode. De kvalitative interview gav en klar tilkendegivelse af, at der skulle arbejdes videre med et bredere perspektiv på rygning end 'blot' rygepolitikker, hvilket betød at vi i stedet for at udvikle 'sjove måder at implementere lokale rygepolitikker' i stedet for gik direkte i gang med udvikling og afprøvning af materialer og aktiviteter med et etisk og miljømæssigt udgangspunkt. Hvilket også har vist sig at være en styrke. Grunden til, at vi gjorde det er, at vi hurtigt vurderede, at det er svært at lave en direkte implementering af lokale rygepolitikker på en sjov måde. Det var derimod nødvendigt at sætte fokus på rygning med udgangspunkt i spejdernes motivation – etiske og miljømæssige indgangsvinkler – og så lade den debat og snak, som det affødte blandt spejderne, bidrage til implementeringen af en rygepolitik. Det har desuden en længerevarende effekt, da flere grupper formodes at implementere politikken, men ikke gennemfører andre aktiviteter end det. Med de aktiviteter og kampagner, vi har udviklet i projektet, er der flere anledninger til at drøfte rygning og brug af tobak. De grupper, som deltog i de kvalitative interviews, havde også allerede i et eller andet omfang en rygepolitik, og vi vurderede derfor, at aktiviteter, der går direkte efter at påvirke de unge spejdere, ville være mere effektivt på lang sigt, hvor de skal være ansvarlige for gruppernes rygepolitik.

Aktivitetsmæssigt har vi på kort tid nået længere ud med budskabet om farlighed ved rygning og viden om etik og miljø i industrien, end det var planlagt ved projektets start. Netop de unges ønske om at arbejde med etik og miljø gjorde det lettere at koble indsatsen på spejdernes traditionelle aktiviteter.

1.2.1 Hvorfor? Hvorfor ikke?

Som udviklingsprojekt har det været brugbart at kunne ændre i projektets aktiviteter og indsatser i takt med, at vi blev klogere undervejs.

1.3 Beskriv de eventuelt væsentligste afvigelser i forhold til det godkendte projekt?

En af de godkendte ændringer i projektet var anvendelsen af video og viralt kampagnemateriale. På Det Danske Spejderkorps' generalforsamling i midten af november 2019 samles ca. 1.100 voksne spejdere, og her havde vi engageret radio- og tv-vært Peter Falktoft til at levere et oplæg til diskussion af rygning og som satte fokus på, at spejderne i Danmark skal være gode forbilleder for stærke fællesskaber, hvor brug af tobak ikke er nødvendig. Vi kan se på videoerne, der promoverer hans optræden, at han har sat gang i debatten, og med flere tusinde visninger har budskabet om at tænke sig om og ikke give rygning videre til de unge spejdere bredt sig i hele landet. Han optrådte for ca. 1.100 spejdere på selve korpsrådsmødet og blev mødt med stående applaus.

1.4 Hvad har været de væsentligste udfordringer for projektet i forhold til projektets implementering og forløb, hvis nogen?

Som med mange projekter med frivillige tager det tid at organisere frivillige til at bidrage til projektet. Det har været en kort tidshorizont at arbejde inden for. Derudover har det været svært at skabe den store motivation for emnet, blandt andet fordi rygning ikke er et stort problem blandt medlemmerne. Når først dialogen var initieret, var folk meget positive over især den viden, som en dialog gav dem med på vejen. Vi lagde vægt på at forklare, at mange af spejderne på lige fod med andre unge, først rigtig vil blive udfordret, når de starter på en ungdomsuddannelse, og at indsatsen i spejdergruppen derfor handler om at ruste de unge til at kunne sige nej, til noget de ikke ønsker og ikke kan stå inde for. Dette budskab blev der taget godt imod.

1.5 Hvilke aktiviteter og indsatser i projektet videreføres/sættes i drift efter endt projektperiode?

Flere indsatser og aktiviteter udviklet i projektet lever videre på forskellig vis under overskrifter som miljø og bæredygtighed samt fokus på mod og evne til at danne egne holdninger til rygning og brug af tobak.

De gode erfaringer, som vi har samlet op omkring implementeringen af rygepolitikken, og som kan komme andre foreninger til gode, er at tale med de frivillige i foreningerne og antage et fokus på bæredygtighed og klima, som ikke har fokus på løftede pegefingre, men på at kunne gøre en forskel for vores jord og klima.

Nej-cap mærket er en del af en [større samling og nyudvikling af mærker](#), som alle spejdergrupper i Det Danske Spejderkorps har adgang til. Mærkerne er desuden tilgængelige for andre grupper i øvrige spejderkorps.

Der er få rygere blandt både de unge og lederne i Det Danske Spejderkorps, og vi håber, at især Nej-cap mærket kan give de unge en ballast og indsigt i at sige nej til at begynde på brugen af tobak samt være opmærksomme på, at andre unge ikke begynder at ryge ved at tilbyde dem friske og attraktive fællesskaber, hvor tobak er unødvendigt.

2. Opnåede resultater

2.1 Hvad er de væsentligste resultater projektet har opnået, og har projektet opnået de oprindeligt opstillede mål og delmål?

De konkrete mål:

- At de involverede lokale spejdergrupper implementerer korpsets overordnede rygepolitik med konkrete retningslinjer og handlingsanvisninger
- At de lokale retningslinjer og handlingsanvisninger fremmer fællesskabet, forebygger rygestart blandt børn og unge og tager hensyn til de spejdere/forældre m.fl. der ryger.

De konkrete delmål:

- At der er udarbejdet et værktøj, der formidler den gode proces for lokal implementering af Det Danske Spejderkorps' overordnede rygepolitik
- At der er udarbejdet materialer, der kan inspirere og understøtte udbredelse og implementering af rygepolitikker
- At de gode erfaringer og udviklede materialer fra projektet kommunikeres til hele landet og udbredes til andre idræts- og ungdomsforeninger

Indfrielse af mål

Et af projektets mål var, at de involverede spejdergrupper ville implementere korpsets rygepolitik, og vi fik en dialog med de involverede spejdergrupper om at tage rygepolitikken op på ledermøder og bestyrelsesmøder med henblik på at gennemføre denne del. Ligeledes indgik det også i dialogen, at implementeringen skulle være hensynsfuld, hvilket betyder at der er dialog med implicerede i grupperne, herunder også forældre til spejdere.

Et meget konkret værktøj er også at få de unge til at tegne og visualisere fx deres holdninger til og viden om tobak, hvilket virker debatskabende, og som på den lange bane vil sikre, at de unge spejdere implementerer en rygepolitik i grupperne.

På den baggrund har vi valgt at implementering af Det Danske Spejderkorps' rygepolitik mest effektivt sker ved at lægge op til dialog og direkte formidling, som vi gjorde på korpsets generalforsamling samt via sociale medier, videoer og magasiner. På den måde er vi nået ud til vores ca. 400 spejdergrupper. På generalforsamlingen deltog knapt 75% af vores grupper, og med de øvrige kampagner gennem bl.a. Wide, som når ud til 11.000 medlemmer fordelt i alle grupper, er viden og budskaber formidlet til alle korpsets grupper. Derudover er det blevet direkte formidlet til grupperne, hvordan de kan arbejde med vores [rygepolitik](#). 100% af grupperne, vi interviewede i starten af projektet, har indført rygepolitikken lokalt, og hvis dette er et generelt billede i vores korps, kan vi antage at tæt på 100% af vores grupper har implementeret politikken. Dette underbygges også fra de interviews, som Peter Falktoft udførte med spejdere på Korpsrådsmødet

Indfrielse af delmål

Et af delmålene handler om at udarbejde et materiale, der kan inspirere og understøtte udbredelse og implementering af rygepolitikker. I fremstillingen af materialerne og aktiviteter tog vi udgangspunkt i erfaringerne fra vores kvalitative interviews. Vi udarbejdede et spejderløb, som kunne afvikles over en aften med unge i vores målgruppe. Efterfølgende skulle vores unge i de to spejdergrupper teste dem af.

Fra projektets start var vi bevidste om, at vores målgruppe er aktive på sociale medier og tillige er glade for det ledermagasin, Wide, som Det Danske Spejderkorps udgiver. Derfor ville vi fokusere vores kommunikation internt disse steder. Vi planlagde en kampagne til sociale medier (Facebook, Instagram) og Wide som en tottrinsraket. Vi lavede en video til Facebook med Peter Falktoft i starten af november 2019, som optakt til hans optræden og oplæg for debat omkring rygning på

generalforsamlingen. Samtidig skrev vi om emnet i vores [magasin Wide](#). Wide har et oplag på 11.000 og kommer ud til spejderledere på 15+ år i hele landet.

Vi planlagde ligeledes en kampagne i uge 49, som skulle sætte fokus på Nej-cap mærket, på tobaksforurening og på unges evne til at sige nej til rygning. [Kampagnen](#) kørte som videoer med Peter Falktoft på de sociale medier med tusindvis af visninger og som artikler i Wide.

Samarbejdet med Bliv en vinder uden tobak betyder, at de udviklede mærker og aktiviteter samt den viden, projektet har produceret, kan udbredes til andre foreninger i primært de 9 kommuner, som Bliv en vinder uden tobak er forankret i.

Materialet kan eventuelt formidles bredt ud i kommunerne gennem Sund By Netværkets tobakstemagruppe. Dette vil projektleder fra Bliv en vinder uden tobak arbejde på, ligesom materialet fra projektet er formidlet ud i de ni kommuner gennem deres interne koordinationsgrupper og på Bliv en vinder uden tobak's egen hjemmeside www.udentobak.dk,

De materialer, som vi modtog fra Kræftens Bekæmpelse brugte vi til at sikre fakta i indholdet på vores hjemmeside og til indholdet i skodløbet, da faktakataloget havde karakter af en række henvisninger til hjemmesider med validerede informationer.

Sidst i projektperioden opstod muligheden for et samarbejde med Frederiksberg Gymnasium, som tjente til at sætte fokus på at sige nej til rygning med unge udenfor spejderbevægelsen. Elevernes produkt var at udvikle interessebadges til nye 1G'ere, og dermed gøre det nemt at samles i fællesskaber – uden at det involverer rygning. Eleverne i 3G-klassen tog de interessebadges med til skolens ledelse, for at den kan sætte mere fokus på, at rygning er et lokkende fællesskab for nye elever.

Som en del af projektet havde vi også dialog med to kursusteams (unge spejderinstruktører, som arrangerer kurser i efterårsferien for 12-16-årige) Disse to teams lovede begge at italesætte rygning i introduktionen til deres kurser og indrette rygeområder på steder, hvor det ikke er synligt.

2.2 Hvilke aktiviteter og mål fra den godkendte projektskrivelse er ikke gennemført eller opnået - hvis nogen?

Ingen

2.3 Er der udviklet nye metoder eller værktøjer i projektet?

Det har været en aha-oplevelse at finde ud af tobaks skadelige indvirkning på vores miljø og klode, og at det især er den vinkel, de unge spejdere kan se sig i, når det handler om at stoppe med at ryge. Den viden har vi forsøgt at omsætte til vores skodløb og i øvrigt med oplæg og kampagne med Peter Falktoft.

2.3.1. Hvilke, og hvad virkede ved dem?

Det er oppe i tiden at arbejde for bæredygtighed, og især de unge er optaget af at passe godt på vores klode. Derfor gav det rigtig god mening, at den vinkel også er med, når vi vil italesætte problemstillingen ved brugen af tobak.

3. Budget

3.1 Beskriv eventuelle afvigelser i forhold til det planlagte budget.

Vi modtog en bevilling på kr. 468.765,- fra Sundhedsstyrelsen til at gennemføre projektet for. Vi har, som det ses af vedhæftede bilag, haft udgifter svarende til kr. 558.156,-. Vi har anvendt kr. 434.716,- af det tildelte beløb, hvormed der udestår en rest på kr. 34.049,-.

Se desuden medsendte regnskab.

3.1.1 Hvad var årsagen til afvigelse?

De primære årsager til afvigelsen er, at der var færre kørselsudgifter end forventet, og der blev ikke benyttet midler til uddannelser og kurser, som ellers var forventet. Der var desuden sat midler af til at spejderne kunne deltage i rygestopkurser gennem projektet Bliv en vinder uden tobak. Dette har ikke været nødvendigt, da der ikke var rygere blandt de adspurgte spejdere og dermed ingen, der ønskede sig rygestopkurser.

3.1.2 Hvordan blev afvigelsen imødegået?

Pga. projektets tidspres var det svært at planlægge med yderligere involvering af frivillige, som ellers ville kunne have anvendt kørselsudgifter og midler til uddannelser og kurser.

4. Andet?

Generelt har det været et spændende projekt at arbejde med af forskellige årsager. Det har været et nyt område for os at have specifikke holdninger til, da rygning og brug af tobak ofte ses som en tabersag. Det, at korpset har implementeret en rygepolitik, er ikke tilstrækkelig, hvis man som organisation for alvor vil bidrage til at børn og unge forbliver røgfrie. Det er et personligt valg at ryge, og det er ikke sædvanligt for Det Danske Spejderkorps at træde ind på den meget personlige bane. Det har derfor været en god mulighed at forholde sig til klima og bæredygtighed som indgangsvinkel til at dele nogle af de problematikker, der er ved at anvende tobak.

Samarbejdet med Bliv en vinder uden tobak har været gnidningsfrit og utroligt lærerigt og givet projektet i Det Danske Spejderkorps troværdighed og indsigt i et område, som er på kanten af det, vi giver os i kast med. Uden det samarbejde ville det ikke have været et projekt, vi havde taget fat i.

Derudover har det været lærerigt at starte projektet med nogle forventninger, som i udviklingen og med input fra især de unge spejdere, er blevet til noget helt andet. Det kunne vi ikke ved projektets start have forudset i den grad, det er endt i. Korrespondancen med Sundhedsstyrelsen har været fin og med stor fleksibilitet ift. at godkende ændringer i projektets aktiviteter.

Projektrejskab for 'Friske Fællesskaber'

Sagsnr. 1-1010-439/1

Udgifter inklusiv moms

Udgifter



Udgiftspost	Udspecificering	Budget kr.	Tildelt tilskud	Afholdte udgifter totalt i kr.	Projekt	Egenfinansiering DDS	Egenfinansiering Bliv en vinder uden tobak	Ej brugt bevilling
Projektlejelse/-deltagelse		56.112,00	10.500,00	50.320,00		10.500,00		
	Undersøgelse og evaluering	50.254,00	32.000,00	52.406,00		32.000,00	20.406,00	
	Rekruttering	32.000,00	32.000,00	32.000,00		32.000,00		
	Udvikling og afprøvning	64.000,00	64.000,00	65.810,00		64.000,00	1.810,00	
	Kommunikation og formidling	95.784,00	48.000,00	95.784,00		48.000,00	47.784,00	
	Koordinering med grupper, kommuner mv.	42.615,00	42.615,00	42.615,00		42.615,00		
	Uddannelse, kurser, konferencer mm.	75.340,00	10.000,00	1.086,75		1.086,75		-8.913,25
	Materialer, der inspirerer og understøtter udbredelse og implementering	153.620,00	150.000,00	148.819,85		145.199,85		-4.800,15
	Udvikling af materiale (video og trykt materiale)							
	Layout og tryk							
	Videoproduktion							
	Udbredelse i øvrige foreninger i samarbejdskommuner							
Værktøj								
	Udvikling af den gode proces til implementering							
	Formidling til spejdergrupper							
Rejser, transport		21.000,00	21.000,00					-20.335,91
	Udgifter til offentlig transport			494,80		494,80		
	Transport til statens laveste takst			169,29		169,29		
	Serviceydelse, kontorplads, forplejning	33.650,00	33.650,00	33.650,00		33.650,00		
	Revision og administration	35.000,00	25.000,00	35.000,00		25.000,00		
I alt		659.375,00	468.765,00	558.155,69		434.715,69	22.216,00	-34.049,31

Finansiering (bevilling fra udlodningsmidler, evt. egenfinansiering, bidrag fra puljer, fonde mv.)

Bevilget/forventet tilskud fra Sundhedsstyrelsen	468.765,00
Foreningernes egenfinansiering	89.390,69
I alt	558.155,69

Kommentar

Projektet har fået bevilliget 468.765 kr.
Af den tildelte bevilling, er der 34.049,31 kr. der ikke er forbrugt.

Underskrift:  Underskrift: 
 Navn: Bie Andersen Navn: Mathias Lysholm Faaborg
 Titel: Projektchef Titel: Spejderchef
 Dato: 11/3-2020 Dato: 9/3-2020