

Indstilling til korpsledelsen	Afsender: Korpskontoret / Peter Tranevig	
Orientering om medier og brand		
Type: <input checked="" type="checkbox"/> Orientering <input type="checkbox"/>	Mødedato: 27.01.2024	Punktet er <input checked="" type="checkbox"/> Åbent <input type="checkbox"/>

Indledning

- Under dette punkt vil Peter Tranevig give en introduktion til kommunikationsområdet i Det Danske Spejderkorps, med fokus på medier og brand.
- Der vil efterfølgende være mulighed for at stille spørgsmål til Peter om kommunikationsområdet.

Baggrund

- Formålet med dette punkt er at give Korpsledelsen et overblik over arbejdet med vores kommunikationsstrategi, medier og brand.
- Kommunikationsstrategien sætter rammen for vores budskab, tilgang og målsætninger, der fungerer som retningslinjer på tværs af projekter, medier og indsatser. Dette gælder også, når vi løbende udvikler og tilpasser vores medieplatforme.
- De seneste to år har vi haft glæde af en generøs mæcen, der har bidraget med midler til udvikling af kommunikations- og rekrutteringsværktøjer. Han fortsætter sit engagement over de kommende år, hvilket giver os mulighed for at øge vores synlighed både lokalt og nationalt.

Hovedpointer

- Når vi ser på vores medlemsudvikling, erkender vi behovet for mere direkte markedsføring af spejderlivet i de kommende år. Vi har i for høj grad hvilet på laurbærrene og populariteten af at være spejder. Selvom det stadig er populært, formår vi ikke i tilstrækkelig grad at tiltrække flere medlemmer. Dette skal vi gøre noget ved, og indsatsen om "Flere børn skal være spejdere" skal være med til at realisere denne opgave.
- Vi arbejder kontinuerligt på at udvikle og tilpasse vores medier til vores målgrupper. Et eksempel er spejder.dk, der har udviklet sig fra at være et indholdssite med bred målgruppe til en dedikeret velkomstportal for nye spejdere og ledere. Vores tropsmedie Track er også gået fra at være et fysisk magasin til et online univers på dds.dk/track og Instagram. I 2024 har vi fokus på at udvikle dds.dk, så den bliver et endnu bedre værktøj for vores ledere.
- Vores brand er summen af alle vores aktiviteter. Et område, hvor vi har fokuseret på udvikling, er redskaber til lokal branding og synlighed. Dette har resulteret i en ny værktøjskasse på dds.dk, nye skabeloner til gruppeweb samt en række webinarer og kurser. Et andet område for brandudvikling er vores samarbejde med Spejder Sport, hvor vi i fællesskab har udviklet en ny fælles kernefortælling og one-liner, der lyder: "Udstyr til eventyr. Ejt af spejderne."
- Vedlagt som bilag er kommunikationsstrategien og projektindsatsen "Flere børn skal være spejdere", et projekt som finansieres af en privat donor og er aftalt i samråd med denne.
- Få et overblik over vores medier på dette link: <https://dds.dk/artikel/medier-og-deadlines>