



# DET FRIVILLIGE SKYTTERVESEN

## MØTE I NORGES SKYTTERSTYRE

### PROTOKOLL

<b>DATO</b>	17. desember 2020
<b>STED</b>	Videomøte på Teams
<b>MØTE INNKALT AV</b>	Jarle Tvinnereim
<b>MØTETYPE</b>	Styremøte
<b>MØTELEDER</b>	President Bernt Brovold
<b>FRA NORGES SKYTTERSTYRE</b>	Bernt Brovold, Jan Åge Gjerstad, Arne Birkeland, Tor Jakob Reitan, Torben Knudsen, Jens Sverre Knutsen, Kari Sofie Brøndbo Fiskum
<b>FRA ADMINISTRASJONEN</b>	Jarle Tvinnereim og Terje Vestvik
	Sakslisten og innkallingen ble godkjent.

#### **SAKLISTE:**

141-2020 Koronakrisen del 2 – tiltak

142-2020 Midler til reklamefilm Oslo-prosjektet

<b>Saksnummer:</b>	141/2020
<b>Sak:</b>	<b>Koronakrisen del 2 – tiltak</b>
<b>Kompetanse:</b>	Jf. kapittel 1.400

Norges Skytterstyre har sist i sak 114/2020 vedtatt mer restriktive regler for DFS aktiviteter enn de nasjonale retningslinjene legger opp til. Flere kommuner med stort smittetrykk har innført strengere lokale retningslinjer, noe som kan endres med korte tidsfrister. Med bakgrunn i at lokal smittespredning kan komme raskt hvor som helst i landet, har styret valgt å legge til grunn nokså restriktive regler for hele organisasjonen.

På bakgrunn av råd fra Helsedirektoratet og Folkehelseinstituttet har regjeringen besluttet å [videreføre de nasjonale smitteverntiltakene](#) med noen mindre justeringer. Regjeringen opplyser at det er nødvendig å se hvilken betydning juleferien har på smittesituasjonen før regjeringen tar stilling til endringer i tiltakene. Derfor videreføres de nasjonale tiltakene i første omgang til andre halvdel av januar 2021.

Det kan således være naturlig å videreføre gjeldende DFS retningslinjer ut januar, men det bør likevel vurderes å åpne opp for innendørs stevner på samlagsnivå (ref. også brev fra Vest-Finnmark). I samlag der det er lav smitterisiko og ikke innført strengere lokale tiltak, kan det arrangeres stevner på samlagsnivå i samsvar med gjeldende nasjonale retningslinjer.

DFS får på plass en teknisk løsning fra medio januar som gjør at det kan arrangeres premiere stevner basert på hjemmebaneskyting. Denne løsningen vil forhåpentligvis bidra til at det arrangeres flere innendørs stevner.

Administrasjonen får fortsatt mange spørsmål relatert til planlegging av feltstevner. For utendørs aktiviteter er de nasjonale retningslinjene tilsvarende som tidligere i år. Styret vil med grunnlag i regjeringens reiseråd fortløpende vurdere når det kan åpnes opp for arrangement på regionnivå (f.eks. landsdelskrets). Feltutvalget har utarbeidet et forslag til en arrangements-veileder for feltskyting, med praktiske råd for gjennomføring iht. gjeldende retningslinjer, som legges inn i [DFS koronavettregler](#).

Mange har avholdt årsmøter og ombudsmøter, og det resterende kan gjennomføres i samsvar med nasjonale og kommunale retningslinjer. Dvs. at dette tas ut av DFS koronavettregler. Der det er nødvendig kan samlagene fortsatt bruke den midlertidige reglen om å møte med en representant fra hvert skytterlag, som har det antall stemmer som lagets representasjon etter Skytterboka kap. 1.600, § 6-11 tilsier.

Sentrale kurs for nye tillitsvalgte og skytterlagsledere foreslås utsatt til hhv. medio februar og medio mars. Kurs for Forsvaret gjennomføres etter Forsvarets retningslinjer. Når det gjelder kurs for skytterlagsledere prioriteres landsdelene Vestlandet, Midt-Norge og Nord-Norge ved påmelding.

Norges Skytterstyre ønsker å videreføre felles regler for hele landet, slik at man unngår vanskelige vurderinger og kanskje uheldige situasjoner internt i samlagene.

Gjeldende nasjonale retningslinjer for [arrangementer, samlinger og aktiviteter](#).

## Norges Skytterstyre fattet enstemmig følgende vedtak:

### Arrangement:

- Det skal ikke arrangeres innendørs stevner utover lagsaktivitet (lagsaktivitet inkludert hjemmebane- og korrespondanseskytinger) fram til i første omgang 31. januar.
- Skyttere som normalt trener med andre lag enn sitt hjemmelag kan også delta der de normalt trener.
- Feltskyting kan gjennomføres på samlagsnivå fram til i første omgang 31. januar.
- Under all aktivitet skal [DFS koronavettregler](#) følges.
- Skytterlagene og samlagene skal utover dette følge de rådene som til enhver tid blir gitt av helsemyndighetene nasjonalt og lokalt.

### Sentrale kurs for tillitsvalgte:

Kurs for nye tillitsvalgte utsettes til 13.-14. februar, og kombineres med styremøte 14.-15. februar.

Kurs for skytterlagsledere utsettes til 13.-14. mars.

Norges Skytterstyre følger den videre utvikling tett, og vil senest 21. januar komme med en ytterligere vurdering av status/tiltak. Styret er innstilt på å åpne mer opp så snart smittetrykket avtar, og det kommer lettelse i de nasjonale retningslinjene.

<b>Saksnummer:</b>	142/2020
<b>Sak:</b>	<b>Midler til reklamefilm – markedsføring av skyting i storbyer</b>
<b>Kompetanse:</b>	Skytterboka kapittel 1.400

Gjennom Oslo-prosjektet planlegges det å implementere foreslåtte tiltak gjennom første halvår 2021. Dette er spesielt ansettelse av daglig leder (mulig også i kombinasjon med markedssjef) og trenere. Videre skal det utvikles detaljerte planer for å ta imot barn og unge til skyteskolene som skal starte hvert kvartal i alle Oslo skyttersamlags skytterlag. Ved et normalår utgjør det totale inntaket på godt over 300 barn og unge gjennom ett år. Gjennom ulike, foreslåtte tiltak skal det legges godt til rette for at disse forblir i organisasjonen som faste medlemmer og aktive skyttere. Dette vil i så fall bli en stor, viktig og svært nødvendig styrke for skytesporten i Oslo, men også hele organisasjonen.

### **Administrasjonens drøfting**

For å få barn og unge med på skyteskolene som Oslo-prosjektet legger opp til, kreves det en målrettet og god markedsføring. Tradisjonell markedsføring er vanskelig i Oslo, spesielt fordi det finnes mange tilbud og at idretten er profesjonalisert i en veldig stor grad. Vi må således «konkurrere» med profesjonelle og etablerte aktører, og da må også vår markedsføring være relevant og interessant for målgruppen.

Tradisjonell markedsføring gjennom oppslag og hjemmesider blir knapt sett, i hvert fall ikke av barn og unge som benytter seg av mobil og sosiale medier. Facebook kan benyttes med betalte annonser. Dog er det veldig få i aldergruppen under 18 år som er på Facebook i dag, eller i hvert fall benytter det i stor nok grad. Instagram og Snapchat er de arenaene hvor vi vil ha best utbytte av markedsføring, men dette krever profesjonell hjelp.

Administrasjonen har sett på ett opplegg som skreddersyr markedsføring av skyttersporten blant barn og unge, spesielt i områdene Oslo og Bærum. Schibsted AS har gjennom deres selskap Max Social, som er eksperter på markedsføring, tilbudt et skreddersydd opplegg. Dette består av at profilene Bernt Hulsker og Linnéa Myhre vil være med i en reklamefilm om skyting som varer i 6-7 minutter. Her er målsettingen om å få frem skyting som en flott sport, gjennom en nervepirrende konkurranse. Det vil være fullt fokus på våpensikkerhet. Triggerpunktene vil være skyting som en spennende sport, og den gode teorien rundt skyting hvor det kreves konsentrasjon og fokus. Myhre og Hulsker deltar for øvrig på Kompani Lauritzen som publiseres til våren, og her vil de angivelig gjøre gode figurer av seg selv og komme langt i konkurransen. Schibsted mener helt klart at profilene vil gå enda mer viralt etter Kompani Lauritzen, så det vil være en god timing med skytereklamen etter dette.

Selve innspillingen kommer på kr 200 000. Markedsføring kan gjøres på ulike måter, og her har vi etter flere forhandlingsrunder fått et svært godt tilbud, hvor pakken på kr 175 000 normalt har en verdi på ca. 350 000 kroner. For kr 50 000 når vi alle i alderen 13-16 år i Oslo og Bærum, samt de fleste av deres foreldre, på Snapchat (totalt 1 million visninger). I tillegg deler begge profilene en snutt av videoen, med swipe og lenke til full video, på deres respektive Instagram-kontoer. Video på Snapchat og Instagram vil kun vare noen få sekunder for å fange oppmerksomhet, slik at de trykker videre for å se hele filmen. Denne vil så ligge på en landingsside hos oss, slik at vi kan reklamere for skyting og skyteskoler. For kr 125 000

får vi i tillegg visning på vg.no, hvor filmen målrettes spesielt til ungdom og deres foreldre i Oslo og Bærum.

Selv om det i første omgang markedsføres spesielt mot Oslo og Bærum, kan reklamefilmen senere fint benyttes til markedsføring i andre storbyer og ellers i Norge. Således mener administrasjonen det er fornuftig å bruke penger på dette prosjektet. Vi sliter med aktivitet og rekruttering i storbyene, og gjennom Oslo-prosjektet har vi nå funnet løsninger vi anser som gode og nødvendige for å «gjenerobre» storbyene. Vi tenker å dele filmen i egne kanaler, samt motivere alle skytterlag og samlag til å dele videoen.

Administrasjonen mener videre at det er spesielt viktig å forsøke denne type markedsføring i Oslo. Vi sliter med aktivitet og rekruttering i storbyene, og gjennom Oslo-prosjektet har vi nå funnet løsninger vi anser som gode og nødvendige for å gjenerobre storbyene. Således er det svært ønskelig å se hva denne typen markedsføring betyr for rekruttering, og ikke minst for å ufarliggjøre skyting gjennom gode holdninger med fokus på den flotte sporten skyting faktisk er.

Oppsummert er kostnadene som følger (alle priser er inkl. mva.):

- Produksjon, honorarer og deling av videoen på profilenes Instagram-kontoer: kr 200 000,-
- Markedsføring på Snapchat (1 million visninger): kr 50 000,-
- Markedsføring på vg.no: kr 125 000,-
  - o Denne er fleksibel, slik at vi kan få reklame for en rimeligere sats, dog noe enklere

Oslo skyttersamlag, og de fire skytterlagene som deltar i Oslo-prosjektet, ønsker veldig gjerne å bidra med egne midler i denne markedsføringen. Dog har de begrenset med midler som kan benyttes, spesielt under Korona-krisen som har medført store utgifter og færre inntekter. De har likevel lovet å bidra med kr 10 000,- hver seg, totalt kr 50 000,-. Dette anses som svært positivt, gitt situasjonen. For å komme i mål med markedsføringen er det ønskelig at Norges Skytterstyre bevilger resterende midler. Administrasjonen har søkt Forsvarsdepartementet om å få disponere ubrukte prosjektmidler til tiltaket. I tilfelle avslag må kostnader finansieres med rest tildelte midler til markedsføring og egne midler.

**Administrasjonen anbefaler Norges Skytterstyre å fatte følgende vedtak:**

Norges Skytterstyre bevilger delfinansiering på inntil kroner 325 000 for en markedsføringspakke fra Schibsted AS og Max Social. Dette betinger at Oslo skyttersamlag, og deres fire skytterlag som inngår i Oslo-prosjektet, bidrar med kr 50 000 totalt.

**Vedtak:**

Administrasjonens forslag enstemmig vedtatt.