

# Ansökan om projektbidrag

## 1 Grunduppgifter

### Projektansvarig organisation (ekonomiskt och juridiskt ansvarig)

Organisation MHF	Organisationsnummer 802002-3399	
Firmatecknare Annette Fagerholm Ahlholm	Firmatecknarens e-postadress annette.fagerholm.ahlholm@mhf.se	
Utdelningsadress Byängsgränd 8	Postnr 120 40	Postort Årsta
Webbplats www.mhf.se	År när organisationen bildades 1926	
Plusgirokonto	Bankgirokonto 330-2627	

### Projektansvarig

Förnamn- och efternamn Tomas Jonsson	E-postadress tomas.jonsson@mhf.se	
Utdelningsadress Byängsgränd 8	Postnr 120 40	Postort Årsta
Telefon 08-555 765 55	Mobiltelefon 070-564 37 36	

## 2 Projektuppgifter

Projektnamn Rörlig media för bättre trafiksäkerhetsinformation och opinionsbildning		
Planerat startdatum för projektet (åååå-mm-dd) 2024-03-15		Planerat slutdatum för projektet (åååå-mm-dd) 2025-02-14
Ansökt belopp (kr) 1 492 160 kr	Är projektet fortsättning på tidigare beviljat projekt? <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nej	Projektet planeras genomföras <input checked="" type="checkbox"/> Nationellt <input checked="" type="checkbox"/> Regionalt <input checked="" type="checkbox"/> Lokalt
Projektet syftar till att bidra till det/de transportpolitiska målet/målen för: (rangordna 1-4 vid flera) <b>1</b> Säkerhet <b>2</b> Miljö <b>3</b> Tillgänglighet <b>4</b> Hälsa		

### Projektledare (om annan än projektansvarig)

Förnamn- och efternamn	E-postadress	
Utdelningsadress	Postnr	Postort
Telefon	Mobiltelefon	

### Revisor\*

Förnamn- och efternamn Ado Korda	Titel* Auktoriserad Revisor
Företag/enhet iAudit Revision AB	Telefon
E-postadress <a href="mailto:ado@iaudit.nu">ado@iaudit.nu</a>	Mobiltelefon 070-712 49 86

\* Revisorsintyg ska lämnas vid slutredovisning. Vid bidrag under fem (5) prisbasbelopp räcker det med föreningens valda revisor. Vid bidrag större än fem (5) prisbasbelopp ska revisorn vara godkänd eller auktoriserad av Revisorsnämnden.

### 3 Grundläggande krav

<b>Vår organisation:</b>		
Föreningen arbetar enligt föreningens stadgar i syfte att möta utmaningar inom transportområdet och som bidrar till att de transportpolitiska målen uppnås.	<input checked="" type="checkbox"/> Stämmer	<input type="checkbox"/> Stämmer ej
Är registrerad hos Skatteverket med bolagsform ideell förening.	<input checked="" type="checkbox"/> Stämmer	<input type="checkbox"/> Stämmer ej
Respekterar demokratis idéer i vår verksamhet, inklusive jämställdhet och förbud mot diskriminering.	<input checked="" type="checkbox"/> Stämmer	<input type="checkbox"/> Stämmer ej
Har inga skulder för svenska skatter eller avgifter hos Kronofogdemyndigheten, är inte i likvidation, rekonstruktion eller försatt i konkurs.	<input checked="" type="checkbox"/> Stämmer	<input type="checkbox"/> Stämmer ej
Har kapacitet att genomföra projektet.	<input checked="" type="checkbox"/> Stämmer	<input type="checkbox"/> Stämmer ej

#### 3.1 Demokrati

**Finns det uppgifter om er organisation eller medlemsorganisationer, ur demokratihänseende, som ni tror har betydelse för vår bedömning av ert ärende?**

*Det kan exempelvis handla om att er organisation eller någon av era medlemsorganisationer ifrågasatts i debatt eller nyhetsartiklar i etablerad dags- eller kvällspress utifrån demokratisk synvinkel under de 3 senaste åren. Det kan också handla om uppgifter från medlemmar i organisationen om brister utifrån demokratis idéer, däribland jämställdhet och förbud mot diskriminering.*

*Om Ja, beskriv vad det handlade om och hur ni ställer er till dessa uppgifter.*

Nej, vår organisation har inte ifrågasatts av någon ur demokratihänseende. MHF har en traditionell demokratisk folkrörelseuppbyggnad, vilket framgår av våra stadgar och policydokument, t.ex. vår jämställdhetspolicy.

#### 3.2 Kapacitet

**Har er organisation kapacitet att genomföra projektet?**

*Om ni inte har beviljats ett projektbidrag av Trafikverket de senaste tre åren, vänligen beskriv er ekonomiska, administrativa och operativa kapacitet.*

MHF har kapacitet att genomföra projektet och har personal med mycket stor erfarenhet sociala medier och produktion av rörlig media via tidigare produktion av bl.a lokal-TV. Organisationen har en heltäckande nationell spridning av lokala funktionärer fördelad på ca 150 lokalavdelningar i sju olika MHF regioner. Vi har dessutom en väl utarbetad projektorganisation med god kompetens både gällande genomförande av projektet samt uppföljning och ekonomisk redovisning.

### 4 Sammanfattning av projektet

*Ge en kort (cirka 10-15 rader) beskrivning av projektet, vad syftet är och vilken nytta/effekt som förväntas.*

Vi har under 2023 skapat nya och effektiva sätt att nå ut till allmänheten med information om trafik och trafiksäkerhet. Detta genom att i sociala medier och tv lyfta upp goda exempel, skapa debatt, och synliggöra problem och förmedla och sprida lösningar inom trafiksäkerhet. Detta görs via en egen Youtube kanal, möjliggöra egna sändningar i lokal-tv samt via publiceringar av nedklippta inslag inom övriga sociala medier. Projektet jobbar utifrån en redaktionsplan som utgår från Regeringens Transportpolitiska mål, Agenda 2030 och den gemensamma aktionsplanen för säker vägtrafik 2022-2025.

Särskild focus läggs på:

- Nykter trafik fri från droger och alkohol
- Rätt hastighet
- Säker cykling
- Säker gångtrafik med fokus på fallolyckor
- Insatser mot självmord i vägtransportsystemet
- Tydlig konsumentinformation inom trafikområdet
- Brottsförebyggande arbete kopplat till trafik

Vi vill på detta sätt fortsätta stärka MHF:s roll som konsumentorganisation och opinionsbildare inom trafiksäkerhet. Den 1 februari 2022 fattade MHF:s förbundsstyrelse beslut om att genomföra en historisk satsning på digital media, denna satsning har visat sig slagit mycket bra ut.

Allmänhetens sätt att ta till sig information och delta i den allmänna debatten har under de senare åren drastiskt förändrats. Det finns två stora beteendeförändringar i modern tid som påverkat oss människor. 1994 kom Internet och 2020 kom pandemin. Pandemin med covid-19 skapade den största beteendeförändringen i modern tid. Vi har nu gått ur de värsta delarna med pandemin och kan konstatera att vi står in för en ny "normal" vardag där digitala kommunikationsplattformar och rörlig media har fått en helt annan status än innan pandemin.

Pandemi med Covid-19 har också påskyndat utvecklingen inom digitala medier på ett sätt som vi i modern tid inte tidigare upplevt. Här hänger vi som frivilligorganisation med och håller på att anpassa vår lokala och centrala verksamhet till det nya "normala".

Vi vill genom detta utvecklingsprojekt stärka MHF:s roll som en av landets ledande trafiksäkerhetsorganisationer. Vi vill skapa en ny plattform för dialog och samverkan mellan olika aktörer som jobbar utifrån 0-visionen och de gemensamma målen i Agenda -2030. Vi vill också hitta nya kanaler att nå ut brett till allmänheten för att påverka till bättre trafiksäkerhet och uppfyllande av de transportpolitiska målen.

## 5 Syfte med projektet

*Beskriv syftet med projektet. Vilket problem alternativt behov har ni identifierat?*

**Syftet med detta utvecklingsprojekt för produktion av rörlig media är att bredda målgruppen och skapa ett debattforum och en ny påverkansmetod där vi på ett effektivt sätt kan bilda opinion, påverka lagstiftare och allmänhet, driva på beslutsfattare och i samverkan med myndigheter arbeta hårdare med frågor som brett berör trafiksäkerhet men i synnerhet.**

- Nykter trafik fri från droger och alkohol
- Rätt hastighet
- Säker cykling
- Säker gångtrafik med fokus på fallolyckor
- Insatser mot självmord i vägtransportsystemet
- Tydlig konsumentinformation
- Brottsförebyggande arbete kopplat till trafik

Droger i trafik kommer ha en särskild prioritering under 2024-2026 för MHF. Genom att löpande genomföra intervjuer, ställa frågor och bjuda in beslutsfattare, myndighetspersoner m.fl. till debatter och samtal i vår egen studio och ute i samhället driver våra programledare, journalister och debattledare att på ett för oss helt nytt sätt frågor som stöder Trafikverkets transportpolitiska mål.

Den 6 december 2022 hade vi på MHF premiärsändning i vår nya tv - och mediastudio. Under premiärveckan genomförde vi vår första live sändning på nätet samt att vi var uppkopplade på länk till SVT Lilla aktuellt samt TV4, Aftonbladet Tv m.fl. med mycket gott resultat och stor genomslagskraft. Där efter så har verksamheten rullat på flera Tylösand seminariet studio har genomförts i samverkan med ett flertal olika aktörer inom trafiksäkerhet. Produktionen av tv-programmet Trafikdax är i full gång och sänds till över 4,7 miljoner svenskar som har möjlighet att se programmet via kabel-tv.

Med gott resultat är vi i idag en aktiv part i det nya unika samsändningsprojektet för lokal-TV i landet. I samma samsändningsprojekt ingår merparten av Sveriges lokal-TV stationer men framför allt Sveriges kabel-tv operatörer och andra aktörer så som ex. samordningsförbunden en del av Sveriges regioner, Försäkringskassan, Arbetsförmedlingen och Sveriges kommuner.

Vi finns idag med på ett professionellt sätt i programutbudet till ca hälften av alla Sveriges hushåll. Detta via Tele2, Telia, Telenor och Sapas lokala sändningsfrekvenser runt om i hela Sverige.

Vårt TV-program Trafikdax streamas också via lokal-tv kanalernas webbplattformer och via vår egen Youtube kanal. Delar av det producerade material återanvändas inom sociala kanaler så som våra Facebook kanaler m.fl. Vi når nu 100 000-tals nya mottagare/tittare. Genom att vi kontinuerligt når ut till en stor massa är vi också en attraktiv plattform för debatt och samtal vilket i sin tur möjliggör ett effektivt påverkans- och opinionsbildningsarbete kring trafiksäkerhet i allmänhet och alkohol droger och trafik i synnerhet.

Vår bedömning är att projektet rörlig media ligger i linje med flera hållbara mål inom Agenda 2030. Vår målsättning är att skapa avsnitt av Trafikdax där flera av hållbarhetsmålen finns representerade i samma avsnitt. Då de olika avsnitten har lite olika tema och mycket av innehållet är nyhetsrelaterat och programtiden är begränsas så kommer vi klara av att beröra alla mål i varje program men under hela projektet så kommer flera synergier med trafiksäkerhet att uppnås inom följande hållbarhetsmål:



## 6 Projekts resultatmål

*Beskriv projektets mål, vilket resultat ni vill uppnå med projektet. Målet bör vara mätbart.*

Via detta projekt beräknar vi nå ut till ca 200 000 kontakter per producerat program. Totalt planeras för 20 program utifrån de Transportpolitiska målen. Kontakterna fördelas över sociala medier och tv-produktion.

Inom projektet vill vi:

- Fortsätta förbättra och vässa vårt TV-format Trafikdax med vinjetter, grafik och redaktionellt innehåll. För att där efter spridas i lokal-tv runt om i hela Sverige.
- Fortsätta vidareutbilda minst 75 personer, (personal och funktionärer) inom hela MHF rörelsen i digital medieproduktion och hur man jobbar med sociala medier.

- Producera och sända minst 20 st TV-program inom nya samsändningsprojektet för lokal-TV i Sverige.
- Producera minst 50 st inlägg med rörligt material på sociala medier så som Youtube, Facebook, Instagram m.fl.
- Undersöka möjligheten att även återanvända producerat material till en trafiksäkerhetspodd.
- Redovisa hur många nya tittare som vi nått och hur många visningar vi haft inom sociala medier.
- Utvärdera projektet och om resultatet är tillfredställande söka framtida finansiering för fortsatt drift efter att utvecklingsprojektet är avslutat.

## 7 Projektets effektmål

*Vilka effekter avser ni att ert projekt kommer att leda till och hur bidrar det till de transportpolitiska målen? Effekten ska ha en riktning till exempel öka, minska, stärka eller motverka.*

Här kommer vi att öka allmänhetens kunskap om trafiksäkerhet och bidra till en säkrare vägtrafik. Vi vill påverka beslutsfattare och lyfta upp goda exempel som bidrar till att ingen ska dödas eller skadas allvarligt i Trafiken. Genom sociala medier och lokal-tv vill vi hitta nya sätt att kommunicera med allmänheten och höja deras motivation för regelefterlevnad i trafiken. Vi vill synliggöra trafiksäkerhet, miljö och konsumentfrågor utifrån ett nytt perspektiv. Vi vill stärka den enskilda individens möjlighet att ta bra och trafiksäkra beslut. Öka kunskapen om bra miljöval inom trafiken är en annan viktig faktor. Genom redaktionellt och journalistiskt arbete i kombination med aktiva och engagerade lokala funktionärer vill vi lyfta upp de Transportpolitiska målen och öka allmänhetens acceptans för en ökad trafiksäkerhet med hållbara resor och transporter. Vi vill skapa en "kanal" för debatter och intervjuer. Vi vill också stärka individens möjlighet att visa civilkurage och vara bra föredömen i trafiken.

Vi kommer också öka kunskapen och stärka vår personal och funktionärens roll som trafiksäkerhetsinformatörer och opinionsbildare. Genom att mer målmedvetet arbeta med sociala medier och produktion av rörligt digitalt material kommer vi att kvalitetssäkra och stärka vår lokala organisation i vårt gemensamma trafiksäkerhetsarbete.

Vi vill fortsätta att testa nya möjligheter att bedriva riktad trafiksäkerhet.

## 8 Målgrupp

*Beskriv projektets målgrupp. Förklara också varför ni vill nå just den målgruppen. Ange även hur många inom målgruppen ni tror er kunna nå.*

Vi har två huvudmålgrupper inom detta projekt

**1 Nå allmänheten via nya effektiva digitala kanaler. Genom att strategiskt jobba brett med trafiksäkerhet inom sociala medier och via kabel-tv når vi ut till 100 000-tals nya mottagare.**

Genom professionell redaktionell planering så jobbar vi brett med trafiksäkerhet och information till allmänheten. Den redaktionella planen avspeglar i största mån frågor som är aktuella vid given tidpunkt. Ex inför vinterdäcksäsong lyfter vi upp konsumentinformation om vinterdäck. Inför hösten så är det synbarhet med reflexer som tas upp. I samband med storhelger lyfts frågor om alkohol, droger och trafik med mera.

Vi uppskattar att vi idag sänder Trafikdax till 2 045 000 hushåll. I snitt bor det 2,2 personer per hushåll vilket i Sverige det skulle innebära 4 499 000 potentiella tittare. I flera områden så som ex Skaraborg och Fyrbodals går Trafikdax varje dag kl 19:00 under hela veckan. I samsändningsnätet som täcker hela Stockholms län med 26 kommuner, Göteborgsregionen med kranskommuner, Växjö, Kronoberg,

Örebro och Närke går programmet 3 gånger per vecka måndagar kl 19, tisdagar kl 13 och torsdagar kl 21. Det finns tyvärr dåligt med tittarundersökningar för Lokal-Tv kanalerna i Sverige men i de undersökningar som genomförts i ex Göteborg uppgav invånarna att hela 12 procent tittar på lokal-Tv tre gånger eller oftare i veckan. 7 procent uppger fem gånger eller fler. Om vi utgår från att bara 5% tittar så når vi över 220 000 tittare per program i lokal tv nätet. Utöver dessa når i "tittare" i våra sociala kanaler. Vår största Facebook grupp har över 200 000 följare.

## **2. MHF:s lokala funktionärer som behöver utbildas och lära sig att kommunicera via sociala medier och digitala kanaler.**

Genom att utbilda och lära våra lokala funktionärer hur man kommunicerar via digitala och sociala medier breddar vi MHF:s genomslagskraft som trafiksäkerhetsorganisation.

Här kommer fortsätta att specialutbilda 75 lokala funktionär runt om i Sverige samt MHF:s centrala och lokala projektledare och informatörer.

## **9 Projektbeskrivning**

*Beskriv projektet och dess genomförande för att nå projektets mål.*

Med detta utvecklingsprojekt vill vi hitta nya och effektiva sätt att kommunicera trafiksäkerhet och bredda målgruppen och samtidigt skapa ett debattforum och en ny påverkansmetod där vi på ett effektivt sätt kan bilda opinion, påverka lagstiftare och allmänhet, driva på beslutsfattare och i samverkan med myndigheter arbeta hårdare med frågor som brett berör trafiksäkerhet men i synnerhet.

- Nykter trafik fri från droger och alkohol
- Rätt hastighet
- Säker cykling
- Säker gångtrafik med fokus på fallolyckor
- Insatser mot självmord i vägtransportsystemet
- Tydlig konsumentinformation
- Brottsförebyggande arbete kopplat till trafik

Vi vill med hjälp av aktiva journalister lyfta upp de transportpolitiska målen och skapa "nyheter" och aktuell samhällsinformation som höjer svenskarnas medvetenhet om åtgärder som bidrar till en säkrare vägtrafik. Vi tror oss kunna påverka människors attityder till förbättrad regelefterlevnad och allmänhetens attityder till trafiksäkerhet.



För att se hur programkonceptet ser ut titta på Öppna kanalen eller gå in på Youtube och sök på Trafikdax eller gå in på följande länk: <https://www.youtube.com/watch?v=SsSvBh-QDfw&t=2683s>

## 9.1 Projektets aktiviteter

Beskriv vilka konkreta aktiviteter ni ska genomföra.

Se tidsplan

## 10 Tidplan

Beskriv tidplanen för projektets aktiviteter.

15 Februari 2024 – 15 december 2024

- Fortsätta vidareutbilda minst 75 personer (personal och funktionärer) inom hela MHF rörelsen i digital medieproduktion och hur man jobbar med sociala medier.
- Fortsätta med utbildning av vår centrala personal och huvudfunktionärer för löpande produktion.
- Fortsatt arbete med vår redaktionsgrupp som ansvarar för det redaktionella innehållet.
- Bjuda in samverkans organisationer så som Trafikverket m.fl för att bidra med redaktionella idéer till programinnehåll inom trafiksäkerhet, tillgänglighet, miljö och hälsa.
- Registrera Trafikdax som redaktionellt program med ansvarig utgivare
- Framtagning av redaktionsplan.
- Vidareutbildning av teknisk personal, bildproducenter och redigerare samt fotografer
- Underhålla och jobba med ständiga förbättringar med vårt tv-format med vinjetter, grafik mm som ligger som mall för samsändningarna i lokal-tv runt om i hela Sverige.
- Skapa format för kortare inlägg och filmer till sociala medier.
- Produktion och sändning av minst 20 tv-program inom kabel-tv i Sverige via nya samsändningsmöjligheten och lokalt i de olika lokal-tv kanalerna runt om i Sverige.
- Producera minst 50 rörliga nya inlägg på sociala medier så som Youtube, Facebook, Instagram m.fl.
- Undersöka möjligheten att även återanvända producerat material till en trafiksäkerhetspodd.
- Redovisa hur många nya tittare som vi nått och hur många visningar vi haft inom sociala medier.
- Utvärdera projektet och om resultatet är tillfredställande söka framtida finansiering för fortsatt drift efter att utvecklingsprojektet är avslutat.

## 11 Organisering och bemanning

Beskriv hur ni ska organisera projektet. Beskriv kortfattat roller och ansvar samt hur ni ska lösa bemanningen i projektet

Projektet leds av MHF:s projektansvarig/projektledare Tomas Jonsson till sin hjälp finns en redaktionsgrupp bestående av MHF:s journalister och informatörer samt tekniker, bild och ljudproducenter mf.l .

Teknisk personal för bildproduktion, klippning och filmning kommer tillgodoses via projektanställning men främst via vidareutbildning av befintlig personal inom MHF organisationen

## 12 Geografisk omfattning

Ange var i landet projektet ska genomföras, nationellt, län, kommuner osv.

Projektet omfattar hela Sverige via sociala medier. För sändningar av digital-TV når vi hushåll i följande område:

Stockholm

Alla 26 kommun i Stockholms län

Botkyrka, Danderyd, Ekerö, Haninge, Huddinge, Järfälla, Lidingö, Nacka, Norrtälje, Nykvarn, Nynäshamn, Salem, Sigtuna, Sollentuna, Solna, Stockholm, Sundbyberg, Södertälje, Tyresö, Täby, Upplands-Bro, Upplands Väsby, Vallentuna, Vaxholm, Värmdö, Österåker. Här täcker vi 1 000 000 hushåll.

Uppsala

Enköping, Heby, Håbo, Knivsta, Tierp, Uppsala, Älvkarleby och Östhammar. Här täcker vi 70 000 hushåll.

Kronobergs län + västra Småland

Ålvesta, Lessebo, Ljungby, Markaryd, Tingsryd, Uppvidinge, Växjö, Älmhult, Sävsjö, Värnamo, Vaggeryds, Jönköping, Nässjö, Vetlanda och Eksjö. Här täcker vi 85 000 hushåll.

Göteborg

Partille, Mölndal, Bohus, Härryda, Kungsbacka, Munkedal, Kungälv, Landvetter, Alingsås, Lerum, Bollebygd, Borås, samt 8 000 hotellrum och samtliga studentbostäder i Göteborg. Här täcker vi 650 000 hushåll.

Örebro

Kumla, Laxå, Hallsberg, Lekeberg, Nora, Odensbacken, St Mellösa och Askersund. Här täcker vi 40 000 hushåll.

Malmö

Svedala, Burlöv, Arlöv och Lomma. Här täcker vi 100 000 hushåll

Sundstakanalen

Helsingborg, Landskrona, Höganäs och Bjur. Här täcker vi 80 000 hushåll.

Uddevalla

Lysekil, Trollhättan och Vänersborg. Här täcker vi 30 000 hushåll

Skaraborg

Skövde, Falköping, Mariestad, Hjo, Tibro, Karlsborg, Tidaholm, Götene, Gullspång, Hova och Töreboda. Här täcker 100 000 hushåll.

Västerås

Här täcker vi 85 000 hushåll

## 13 Uppföljning och utvärdering

*Beskriv hur projektet och dess mål kommer att följas upp och utvärderas och vilken metod som kommer att användas. Redogör vilka mått/indikatorer som kommer att användas. Om nuläge finns kring måtten/indikatorerna, ange även det.*

Vi kommer att följa uppsatta kvantitativa mål och samla in effekter och dokumentera digitala interaktioner som sker för alla delar och moment. De redaktionella produktionerna utvärderas fortlöpande av deltagande personal och funktionärer. Våra förtroendevalda funktionärer och personal kommer att besvara en enkät rörande projektets mål och uppfyllande. Delar av våra "tittare" och interaktörer kommer också få svara på en enklare enkät om de lärt sig mer och om informationen de fått bidragit till mer aktiva trafiksäkra val.



## 14 Samarbetsparter i projektet

Samarbetar er organisation med andra aktörer i projektet?  Ja  Nej

### **Om JA, ange med vilka och på vilket sätt arbetet är utformat**

Vår målsättning är att skapa samarbete med olika aktörer som är verksamma inom trafiksäkerhet. Kontakter har redan tagits med ex Folksam, NTF, Göteborgs stad, Elbilsmagasinet, Svensk Bilprovning m.fl. Vi kommer också att kontakta andra medlemsorganisationer och främst lyfta upp goda exempel som dessa genomför inom området trafiksäkerhet. Vi hoppas även kunna ha ett redaktionellt samarbete med er på Trafikverket då ni är en mycket viktig aktör inom trafik och trafiksäkerhet.

## 15 Riskanalys och riskhantering

*Risker och motstånd mot projekt kan finnas t ex på samhälls-, organisations- och individnivå. Beskriv vilka typer av interna/externa riskfaktorer som kan äventyra måluppfyllelsen. Beskriv hur ni tänker hantera de identifierade riskerna.*

### **15.1 Riskanalys/riskfaktorer**

Risken inom detta projekt är liten då vi utgår från ett noll läge gällande denna typ av aktivitet. Denna del av projektet är ett försök- och utvecklingsprojekt där vi utgår från vad som finns idag gäller antal kontakter med allmänheten. Om erfarenheterna för denna arbetsmetod blir positiva har vi för avsikt att fortsätta. Förutsättningarna ökar då att sätta upp kvantitativa mål gällande antalet externa kontakter som nåtts av de olika inslagen.

Risken är även låg när det gäller utbildning av MHF:s lokala funktionärer. Digitala och sociala medier i relativt nytt för flera av dessa funktionärer, varpå kunskapsökningen bör vara hög. Vi tror även att denna typ av aktivitet kommer att bidra till ett djupare och bredare engagemang bland våra funktionärer för trafiksäkerhet i allmänhet med också för trafiknykterhet och droger i trafiken i synnerhet.

De kvantitativa målen som vi satt upp rörande fysiska aktiviteter anser vi också ha en låg risk. Det finns inom befintlig personalstyrka stor erfarenhet av liknade aktiviteter samt journalistiskt arbete.

Ett flertal av de medarbetare som kommer vara verksamma i detta projekt har också stor erfarenhet att jobba med riskanalyser och identifiera riskfaktorer detta då flera tidigare har jobbat aktivt inom vår ackrediterade laboratorieverksamhet där verksamheten hela tiden identifierar risker och jobbar med åtgärds- och handlingsplaner.

### **15.2 Plan för att hantera eventuella risker**

Om risker uppstår så är vår avsikt att tidigt agera och föra en aktiv dialog med Trafikverket rörande ev. förändringar inom projektets struktur och omfattning. En åtgärdsplan tas i så fall fram som också kommuniceras med er innan åtgärder vidtas inom projektet.

## 16 Budget

Ange projektets budget. I kolumnen Sökt belopp från Trafikverket anger ni vad ni söker från Trafikverket för de olika delarna av projektet. I kolumnen Projektets förväntade totala kostnader anger ni totalsumman för projektets olika delar, både den del som ni söker finansiering för hos Trafikverket och de delar som ni beräknar att ni kan finansiera på något annat sätt. Budgeten ska överensstämma med de planerade aktiviteterna och minst delas upp i budgetposter enligt tabellen. Bifoga även separat detaljerad budget om ni bedömer att det behövs.

Se de Generella villkoren om vad respektive kostnadspost får innehålla.

Kostnadsposter <i>Personer/funktioner</i>	Sökt belopp från Trafikverket			Projektets förväntade totala kostnader	Ange vad som ingår i kostnadsposten	
	Timpris		Antal timmar			Summa
	Personal-kostnad	OH-kostnad				
Projektledare/producent	570	114	500	342 000	342 000	
Projektadministratör	440	88	200	105 600	105 600	Vara behjälplig till projektledaren samt planera program tillsammans med produktionsledaren
Produktionsledare	340	68	500	204 000	204 000	
Kommunikatör	400	80	150	72 000	72 000	
Produktionspersonal	340	68	800	326 400	326 400	
Administratör	440	88	120	63 360	63 360	
Redaktionspersonal	370	74	200	88 800	88 800	
<b>Övriga kostnadsposter</b>	<b>Belopp</b>					
Reskostnader och logi För reportrar och fotografer	55 000			55 000		
Studiokostnad	100 000			100 000		
Externa lokaler och möten	35 000			35 000		
Revisionskostnader	30 000			30 000		
Sändningskostnader kabel-tv	70 000			70 000		
<b>Summa</b>	<b>1 492 160</b>			<b>1 492 160</b>		

Antal planerade ideella timmar	300
--------------------------------	-----

### 16.1 Kommentarer om budgeten

Ange här eventuella kommentarer och förtydliganden om budgeten.

OBS: Att budgeten bara omfattar effektiv kostnad för personal som arbetar operativt i projektet.

Utöver detta kommer ett stort engagemang att finnas bland landets alla lokala förtroendevalda funktionärer. Investeringskostnader för byggnation av studio, kameror, bildproducering mm bekostas helt av MHF

### 16.2 Andra finansörer

Om ni för projektet har andra finansörer för delar av projektet ska ni ange namn och beviljat belopp alternativt sökt belopp.

Beroende på redaktionellt innehåll så kan det behövas ytterligare intäkter för att täcka ökade rörliga kostnader kopplade till bevakningar av aktuella händelser som sker utanför studion och är kopplade till

andra organisationers kärnverksamhet. Vi har för avsikt att försöka få dessa organisation att ekonomisk bidra med dessa ökade kostnader som inte finns med i denna budget.

## 17 Kunskapsläge

*Beskriv vad ni känner till som gjorts tidigare inom området och redovisa vad din organisation gjort tidigare inom samma område. Slutrapporter från eventuellt tidigare genomförda projekt inom området, utförda av sökanden, kan bifogas ansökan.*

MHF lägger årligen stora resurser på redaktionella arbeten som idag bara når ut till en begränsad målgrupp. Genom att systematiskt återanvända redan framtaget material skapar vi ett mervärde för MHF:s kärnfrågor. MHF har alltid på olika sätt varit aktiv i lokal- och riksmmedia. Idag ser media utbudet annorlunda ut. De sociala medierna möjliggör interaktion och genomslagskraft på ett helt annat sätt än traditionella tryckta media och linjär-TV.

Redan 2002 var MHF delaktig i förberedelserna inför digital-TV. Gemensamt med dåvarande TV-Inter och flera andra organisationer producerade MHF "professionell" TV som då främst sändes i kabel-TV nätet i Stockholm. Vi testade även att sända i andra kabel-tv nät i Sverige.

Under åren 2002-2004 sände MHF 45 min TV varje vecka. Satsningen var uppdelad på en höst- och en vårsäsong under namnet TV-Motorföraren.

Tittarundersökningar visade då att vi hade mellan 15-20 000 tittare varje vecka, vilket är bra siffror för lokal-tv i Stockholm.

Den största vinsten för MHF var att vi skapade en unik möjlighet att i högt tempo driva våra frågor och skapa möjligheter till debatt och samtal. Infrastrukturminister, trafikborgarråd, experter och politiker samlades i vår studio för debatt och samtal. Vi på MHF flyttade på kort tid fram våra positioner inom hela trafiksäkerhets Sverige. Flera av de verksamheter som vi fortfarande driver som huvudfrågor ex arbetet med alkohol och trafikoffor mm är frukt av TV-Motorföraren.

Genomslagskraften blev till och med så stor så att vår dåvarande informationschef Sören Sellberg valdes till årets lobbyist 2005.

I början av 2000-talet var kostnaden för att sända tv fortfarande hög. Teknik och studiotid var kostsam om man jämför med dagens möjligheter.

Under 2022 och 2023 har vi åter byggt upp kunskapen kring media och skapt en plattform bestående av kunnig personal och modern teknik. Vi har i huvudsak jobbat med två "format". Tylösandseminariet studio och TV-programmet Trafikdax. Båda formaten har varit uppskattade och vi har från TV studion i Tibro både producerat direktsända tv sändningar upp till 3,5 h långa via Tylösandseminariet studio som inte bara sänts till anmälda deltagare utan också provsänts direkt via kabel-tv nätet i främst i västra Sverige. TV-programmet Trafikdax med 58 minuters sändningstid har varit inspelat och sänts med ett nytt program varannan vecka och med repris veckan efter. Genom dessa produktioner anser vi att vi visat att vi har ett bra kunskapsläge kring själva produktion och även att skapa det redaktionella innehållet.

## 18 Användning och spridning av resultatet

*Beskriv hur projektresultaten och erfarenheterna från projektet kommer att dokumenteras, tas till vara inom organisationen och spridas vidare till andra aktörer.*

En slutrapport kommer att sammanställa uppnådda resultat och redovisa redaktionsplaner och utförda reportage och sändningar. Erfarenheterna från projektet kommer att dokumenteras och ligga till grund för en beslutsprocess inom MHF inför en fortsättning av verksamheten efter projektets slutförande.

Erfarenheterna inom projektet kommer att dokumenteras i två steg

1. Kvantitativa mål i form av antal delningar, likes sändningstimmar mm kommer att dokumenteras
2. Effekter av publiceringar, debatter, konsumentinformation mm kommer dokumenteras och tas tillvara inom organisationens. Dessa effekter är också mycket viktiga att kunna redovisa om verksamheten blir mer stadigvarande och fler aktörer inom trafiksäkerhet bjuds in för att medverka i framtida gemensam publicering. Vi ser redan nu att intresset varit stort från olika aktörer att medverka.

## 19 Vidmakthållande av projektet

*Beskriv om planer finns för projektets vidmakthållande, till exempel att effekterna av projektet blir bestående och kan övergå i reguljär verksamhet.*

Vi har stora förhoppningar att projektet kommer leda till en bestående verksamhet. Youtube, Snapchat, Instagram m.fl. är alla plattformar som ständigt växer. Även det vanliga Tv-tittandet har ökat under de senaste åren. Om detta är en effekt av tidigare pandemi är dock svårt att säga. Men vi kan konstatera att rörlig media har växt som kommunikationsmedel och de flesta unga föredrar det framför andra typer av medier. Till exempel har inte ens hälften av högstadie- och gymnasieeleverna läst en pappersbok det senaste året. Många använder också heller sociala medier för att ta del av nyheter i stället för digital eller tryckta tidningar.

Vi bedömer att sannolikheten är stor att projektet övergår till en mer reguljär verksamhet. Troligen öppnar vi också upp för fler aktörer inom trafiksäkerhet att medverka i det redaktionella arbetet och gemensamt nyttja den nya digitala plattformen. Ska man producera den mängd av rörligt material som vi har som ambition att göra i detta projekt så måste det redaktionella arbetet vara av den höjd att det håller tittarna och mottagarnas intresse på topp. För att på lång sikt upprätthålla denna ambition behövs input och samordning från flera olika trafiksäkerhetsaktörer.

## 20 Övrigt

## 21 Bilagor


Med denna ansökan ska bifogas:

Aktuellt registerutdrag från Skatteverket (högst en månad gammalt)	Bilaga nr: 1
Organisationens aktuella stadgar	Bilaga nr: 2
Justerat protokoll från det senaste årsmötet	Bilaga nr: 3
Justerat protokoll som visar vem eller vilka som valts till organisationens firmatecknare	Bilaga nr: 4
Senaste årsberättelse/verksamhetsberättelse som är behandlad på ett årsmöte	Bilaga nr: 5

Senaste årsredovisning/verksamhetsberättelse som är behandlad på ett årsmöte	Bilaga nr: 5
Revisionsberättelse 2022	Bilaga nr: 6
	Bilaga nr: .....

**Denna ansökan undertecknas av personer som har rätt att företräda sökande organisation (behörig firmatecknare).**

**Genom att underteckna intygar vi att lämnade uppgifter är riktiga samt försäkrar att projektbidraget kommer att användas enligt de uppgifter som vi lämnat.**

Namnteckning firmatecknare 	Namnteckning firmatecknare
Namnförtydligande Annette Fagerholm Ahlholm	Namnförtydligande
Ort och datum Årsta 2023-12-04	Ort och datum
Telefon 070-350 54 22	Telefon

## Upplysningar

**Ansökan med bilagor skickas i första hand till:**

E-post: [trafikverket@trafikverket.se](mailto:trafikverket@trafikverket.se) samt [stod.ideella@trafikverket.se](mailto:stod.ideella@trafikverket.se)

Alternativt till

Postadress: Trafikverket  
Ärendemottagningen  
Projektbidrag  
Box 810  
781 28 Borlänge

Ansökningar som inte har bifogat kravställda bilagor, kommer INTE att tas vidare för bedömning.

Eventuella frågor ställs till e-post: [stod.ideella@trafikverket.se](mailto:stod.ideella@trafikverket.se)