

# Ansökan om projektbidrag

## 1 Grunduppgifter

### Projektansvarig organisation (ekonomiskt och juridiskt ansvarig)

Organisation MHF	Organisationsnummer 802002-3399	
Firmatecknare	Firmatecknarens e-postadress	
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 (växel)	Mobiltelefon 070-564 37 36	

## 2 Projektuppgifter

Projektnamn Rörlig media för bättre trafiksäkerhetsinformation och opinionsbildning		
Planerat startdatum för projektet (åååå-mm-dd) 2023-03-01		Planerat slutdatum för projektet (åååå-mm-dd) 2023-12-31
Ansökt belopp (kr) 1.222.400	Är projektet fortsättning på tidigare beviljat projekt? <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nej	Projektet planeras genomföras x Nationellt    x Regionalt    x Lokalt
Projektet syftar till att bidra till det/de transportpolitiska målet/målen för: (rangordna 1-4 vid flera)		
1 Säkerhet	2 Miljö	Tillgänglighet    3 Hälsa

### Projektledare (om annan än projektansvarig)

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

### Revisor\*

Förnamn- och efternamn Martin Nääs	Titel* Auktoriserad revisor
Företag/enhet Öhrlings Pricewaterhousecoopers	Telefon
E-postadress <a href="mailto:Martin.naas@pwc.co">Martin.naas@pwc.co</a>	Mobiltelefon 072-995 24 62

\* Revisorsintyg ska lämnas vid slutredovisning. Vid bidrag under fem (5) prisbasbelopp (262.500 kronor år 2023) räcker det med föreningens valda revisor. Vid bidrag större än fem (5) prisbasbelopp (262.500 kronor år 2023) 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 haft verksamhet i Sverige i minst två år före den här ansökan om bidrag.	<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 vill skapa 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 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 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.

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 är nu på väg ut ur 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.

Pågående pandemi har också påskyndat utvecklingen inom digitala medier på ett sätt som vi i modern tid inte tidigare upplevt. Här måste vi som frivilligorganisation hänga med och 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 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 2023 för MHF. Genom att löpande bjuda in beslutsfattare, myndighetspersoner m.fl. till debatter och samtal i vår egen studio kommer våra programledare, journalister och debattledare att på ett för oss helt nytt sätt driva frågor som stöder Trafikverkets transportpolitiska mål.

Den 6 december i år 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 mfl. med mycket gott resultat och stor genomslagskraft.

MHF har tagit investeringskostnaderna studiobyggnationer, teknik och utbildning av personal. Den fullstora studion med placering i Tibro är klar och inom kort kommer även en mindre studion i Stockholm att ta form.

Inom detta projekt kommer vi att ingå i det nya unika samsändningsprojektet för lokal-TV i landet. I samma samsändningsprojekt ingår merparten av Sveriges lokal-TV stationer men framförallt Sveriges kabel-tv operatörer och andra aktörer så som ex. samordningsförbunden en del av Sveriges regioner, Försäkringskassan, Arbetsförmedlingen och Sveriges kommuner.

Här är vår målsättning att på ett professionellt sätt finnas med i programutbudet till ca hälften av alla Sveriges hushåll. Detta via Tele2, Telia, Telenor och Sappas lokala sändningsfrekvenser runt om i hela Sverige.

Producerat digitalt rörligt material kommer därefter att också streamas på nätet och delar kommer att återanvändas inom sociala medier så som Youtube, Facebook m.fl. Vi kommer få möjlighet att nå 100 000-tals nya mottagare/tittare. Genom att vi kontinuerligt når ut till en stor massa kommer vi också vara 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.

## 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 15 program utifrån de Transportpolitiska målen. Kontakterna fördelas över sociala medier och tvproduktion.

Inom projektet vill vi:

- Skapa ett TV-format med vinjetter, grafik mm som ligger som mall för samsändningarna i lokal-tv runt om i hela Sverige.
- 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 15 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 ut ifrån 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 funktionärers 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 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 vill vi jobba brett med trafiksäkerhet och information till allmänheten. Den redaktionella planen kommer att i största mån spegla frågor som är aktuell vid given tidpunkt. Ex inför vinterdäcksäsong lyfter vi upp konsumenttester på 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. Hur många människor vi kommer att nå via dessa kanaler är idag svårt att uppskatta då samsändningarna i kabel-tv nätet ännu inte startat fullt ut. Men erfarenhetsmässigt så vet vi att minst ca 315 000 personer tittar regelbundet på den lokala tv-frekvensen inom vårt upptagningsområde. När det gäller interaktioner i sociala medier är dessa lättare att mäta. Så här kommer vi att kunna redovisa hur många som nås av de olika inslagen.

Då detta är en ny typ av verksamhet så är det mycket svårt att i förväg sätta upp kvantitativa mål i hur många man kommer att nå. Vi får helt enkelt se detta utvecklingsprojekt under 2023 som någon form av nollmätning. Var på det blir enklare i nästa läge inför en fortsättning att sätta upp kvantitativa mål för externa kontakter.

### **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 vi att specialutbilda 75 lokala funktionärer runt om i Sverige samt MHF:s centrala och lokala projektledare och informatörer.

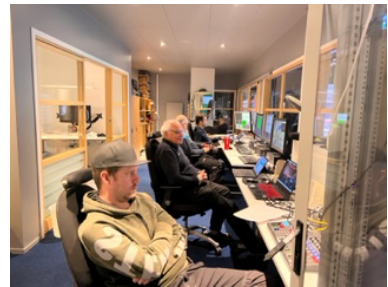
## 9 Projektbeskrivning

*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.



## 9.1 Projektets aktiviteter

Beskriv vilka konkreta aktiviteter ni ska genomföra.

Se tidsplan

## 10 Tidplan

Beskriv tidplanen för projektets aktiviteter.

15Februari 2023 – 15 december 2023

- Vidareutbilda minst 75 personer (personal och funktionärer) inom hela MHF rörelsen i digital medieproduktion och hur man jobbar med sociala medier.
- Utbilda vår centrala personal och huvudfunktionärer för löpande produktion.
- Bilda redaktionsgrupp som ansvarar för det redaktionella innehållet.
- Registrera ansvarig utgivare.
- Framtagning av redaktionsplan.
- Utbildning teknisk personal, bildproducenter och redigerare samt fotografer
- Skapa ett 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 15 tv-program inom kabel-tv i Sverige via nya samsändningsmöjligheten
- 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 projektledare Tomas Jonsson till sin hjälp finns en redaktionsgrupp bestående av MHF:s journalister och informatörer.

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. Se förteckning sid 7-8 i presentationsmaterialet "MHFs mediasatsning".

## 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 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		
	Personal-kostnad	OH-kostnad			
Projektledare/producent	550	110	600	396 000	396.000
Produktionspersonal	450	90	1200	648 000	648.000
Administratör	350	70	20	8 400	8.400
<b>Övriga kostnadsposter</b>	<b>Belopp</b>				
Resekostnader och logi för reportrar och fotografer	55 000				55.000
Studiokostnad	60 000				60.000
Externa lokaler och möten	35 000				35.000
Revisionskostnader	20 000				20.000
<b>Summa</b>	<b>1.222.400</b>				<b>1.222.400</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.*

## **17 Kunskapsläge**

*Beskriv vad ni känner till som gjorts tidigare inom området och redovisa vad din organisation gjort tidigare inom samma område. Slutrapporter från eventuell 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 riksmidia. 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

## **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. När vi jobbade med Tv sist så inledde vi ett samarbete med bl.a Cancer och trafikskadades riksförbund, NTF och Motormännen som var med samarbetspartner och programpresentatörer inom produktionen.

## 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

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 Stockholm 2022-12-12	Ort och datum
Telefon 0703505422	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)