

Indstilling til Korpsledelsen

Vedrørende: Korpssets
kommunikationsstrategi
Mødedato: 4. maj

Modtaget på korpskontoret: 27. april
Kommentarer: xxx

Overskrift	Vedtagelse af en ny kommunikationsstrategi for korpsset
Fra	Kommunikation & Medier/Korpskontoret
Resumé	En ny kommunikationsstrategi, der fungerer som inspiration, værktøj og rettesnor i korpssets interne og eksterne kommunikation i ord og billeder. STRATEGIENS omdrejningspunkt er hovedbudskabet: "Vi udvikler børn og unge gennem friluftsliv, fællesskab og udfordringer". Strategien tager udgangspunkt i og støtter op om korpssets udviklingsstrategi.
Overblik	Strategien er en revideret udgave af den kommunikationsstrategi, der blev vedtaget i 2010.
Behandling	Vedtagelse af kommunikationsstrategien.
Indstilling	Korpsledelsen vedtager den nye kommunikationsstrategi
Formål og strategisk betydning	<p>Strategien skal sikre en samlet, god og fremsynet kommunikationsindsats for hele korpsset.</p> <p>Succeskriterier:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Det Danske Spejderkorps har tidssvarende kommunikationsplatforme til alle målgrupper blandt medlemmerne, så den valgte strategi kan forankres og udvikles i hele organisationen. • 30 % af alle medieklip, der genereres, både nationalt og lokalt, skal referere til et af de tre elementer i vores hovedbudskab. • Der sker en 10 % stigning i lokale presseklip. • Flere af vores medlemmer selv skaber/kommunikere spejderhistorier, dels på sociale medier og dels gennem lokalaviser m.m., så: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Der årsvis sker en 10 % stigning i antal af lokale presseklip omhandlende spejder. ◦ Der årsvis sker en 20 % stigning i opslag på sociale medier med hashtagget #spejder • Mere end 50 procent af gruppernes hjemmesider inden 2017 afspejler hovedbudskabet i kommunikationsstrategien i billeder og tekst. • Centrale kommunikationsværktøjer tiltænkt grupperne som fx design- og skabelonværktøjet 'Design for alle' videreudvikles og udbygges, samt at der i primo 2017 er sket en stigning i brugen af 'Design for alle' på 20 % ift. 2016 (målt via Google Analytics). • Vores lederportal dds.dk tilpasses design- og indholdsmæssigt bedre til yngre og nye ledere, så et nyt dds.dk efter de første 6 mdr. i drift har en højere andel af brugere i alderen 15-34 end det nuværende dds.dk (målt via Google Analytics). • Flere af vores større nationale historier får spill-over effekt lokalt, bl.a. gennem flere gruppespecifikke delinger via Facebooksiden 'Det Danske Spejderkorps' pr. måned (måling og vurdering via Facebooks analyseværktøjer). • Vi udbygger nyhedsbrevsplatformen, så den bliver mere attraktiv blandt yngre og nye ledere samt hos seniorer, med flere åbninger og klik til følge (måling via Mailchimp). • Vi søger at udnytte det potentiale for eksternt rettede historier og indhold, der er på platforme som fx spejder.dk, Wide m.m., så vores hovedbudskab eksponeres for flere ikke-spejdere. <p>Succeskriterierne evalueres og evt. revideres halvårligt, første gang december 2016.</p> <p>I forlængelse af den kommende kommunikationsstrategi vil potentialet i det eksterne kommunikationsarbejde og en mere proaktiv presseindsats blive afdækket yderligere med henblik på at finde et optimalt PR- og pressesetup med udgangspunkt i nærværende kommunikationsstrategi.</p>
Baggrund og fakta	Strategien er en videreudvikling af den kommunikationsstrategi, der blev vedtaget i 2010, og som er udmøntet gennem de seneste år. Strategien baserer sig bl.a. på forskellige målgruppeanalyser, dataindsigt fra digitale medier, presseklip m.m.
Beskrivelse	<p>Målgrupper:</p> <p>Primært kommunikationsaktive i redaktioner, fælles organisation, grupper, divisioner m.m. Se endvidere kommunikationsstrategien (bilag) for diskussion af målgrupper.</p> <p>Produkt: Overordnet kommunikationsstrategi, som endvidere versioneres og danner udgangspunkt for særskilte kommunikationsvejledninger for fx grupper, redaktioner, YSP-uddannelse m.m.</p>

Eksekvering	<p>Væsentlige risici</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsstrategien er uhensigtsmæssig, utidssvarende og ude af trit med interne og eksterne målgrupper. Dette forsøger vi at undgå ved løbende at tage strategien op til revision og fortsat afprøve den op mod målgruppeanalyser, data fra digitale medier, presseklip m.m. • Kommunikationsstrategien bliver ikke implementeret i væsentlig grad, da den er for omfangsrig og kompleks. Dette forsøges undgået ved at versionere kommunikationsstrategien, så den fx fås i en udgave særligt målrettet gruppernes kommunikation. <p>Korpskontoret har ansvaret for, at strategien implementeres i den fælles organisation, og at strategien danner baggrund for at inspirere gruppernes m.v. kommunikation.</p>
Interesse- elementer motivation og kom- munikation	<p>Væsentlige interessenter i strategien</p> <p>Kommunikation & Medier: Strategien vil danne basis for arbejdet i redaktioner, underudvalg m.m. i Kommunikation & Medier.</p> <p>DDS Uddannelse: Uddannelse og kurser er essentielle elementer i fortællingen om, hvad spejder er i 2016. Samtidig er kommunikationsstrategien også essentiel ift., hvordan vi formidler uddannelse og kurser.</p> <p>DDS Program: Strategien er central for, hvordan større programmæssige tiltag og elementer som fx programrevision, inspirationsmateriale og lignende formidles.</p> <p>Korpsledelsen: Strategiens hovedbudskaber vil være væsentlige at forholde sig til, når korpsledelsen fx udtaler sig til pressen m.m.</p> <p>Grupper: Strategien og dens hovedbudskaber vil danne udgangspunkt for mange af de centrale produkter/tilbud/værktøjer, som grupperne benytter sig af i deres interne og eksterne kommunikation (fx flyere, plakater, kommunikationsvejledninger, pressemeddelelses-skabeloner m.v.)</p>

Kommunikationsstrategi for Det Danske Spejderkorps

Kommunikationsstrategien sætter rammen for Det Danske Spejderkorps' samlede kommunikationsindsats både internt og eksternt.

Strategien tjener både som inspiration, værktøj og rettesnor, og den er med til at afgøre, *hvad* vi kommunikerer, til *hvem* og *hvordan*. Strategien er dækkende for hele korpsets kommunikation i både ord og billeder.

Kommunikationsstrategien skal støtte op om og muliggøre Det Danske Spejderkorps' overordnede strategiske målsætninger, navnlig udviklingsplanen 2014-2020 'Spejder skal gøre indtryk'.

Hovedbudskab

Hovedbudskabet er en destilleret grundfortælling om Det Danske Spejderkorps. Den fokuserer på de områder, hvor vi strategisk har mulighed for at kommunikere **stærkt, overbevisende og unikt** både internt og eksternt.

Hovedbudskabet opsummeres i følgende sætning:

Vi udvikler børn og unge gennem friluftsliv, fællesskab og udfordringer.

Hovedbudskabet skal skinne igennem i al vores kommunikation. Når vi kommunikerer, er hovedbudskabet det primære værktøj, vi altid bør have præsent. Fra udvælgelse af fotos til vinkling af artikler og nyheder, citater til pressen, udarbejdelse af PR-materiale, klipning af video osv. Hovedbudskabet er den kommunikative overligger, som alle vores kommunikative indsatser, underbudskaber, kampagner, events etc. skal kunne afspejles i.

Hovedbudskabet er derfor også den absolut vigtigste del af kommunikationsstrategien, da den går forud for de andre dele af strategien og er gyldig på tværs af målgrupper og platforme. Budskabet forholder sig til Det Danske Spejderkorps' udviklingsplan samt Spejdernes mission.

Hovedbudskabets elementer

1. I Det Danske Spejderkorps laver børn og unge frilftsaktiviteter

Som børne- og ungdomsbevægelse med friluftsliv i fokus har vi en unik position. Internt og eksternt er vi synonyme med friluftsliv og naturoplevelser. Men der er potentiale i at styrke fortællingen om spejderne som bannerførere for *moderne* og *udfordrende* frilftsaktiviteter.

Vi skal kommunikere vores aktiviteter: Vi laver adventurespejd og klatrer i træer. Vi forundres over tangloppen i forstørrelsesglasset og fortaber os i stjernevrømmelen. Vi udforsker det lokale krat, bygger tømmerflåder og tager på smartphone-løb. Vi tager i fjeldet, sover i telt og laver mad på Trangia. Vi laver unikke frilftsaktiviteter for børn og unge, som giver oplevelser, man ikke får andre steder.

Samtidig skal vi kommunikere det, der er unikt ved spejdernes friluftsliv: At vi som spejdere oplever friluftslivet *sammen*.

Potentielle med- og modfortællinger

Friluftsliv er fedt. Friluftsliv har fået en enorm revival i både dansk og international kontekst. Friluftsliv er på en gang moderne og autentisk samt gavnligt for både børn og voksne. Friluftslivet skaber trivsel og gode liv. Det giver et unikt rum for læring og udvikler både vores motorik, vores sanser og forståelsen af verden omkring os. Denne fortælling skal vi udnytte og placere os i.

Børn og unge er digitale indfødte, men fremmede i naturen.

Fortællingen om børn, der har brugt flere hundrede timer med en iPad i hænderne, men aldrig har mærket muddervåde blade, er stærk i samfundet og medierne. Det giver os et godt udgangspunkt for at kommunikere modbilledet: Børn og unge, der har det fedt i naturen. Som spejdere er vi ikke forskrækket over teknologien, men vi er fascineret af naturen.

2. I Det Danske Spejderkorps bliver børn og unge del af et unikt fællesskab

Som spejdere oplever børn og unge stærke fællesskaber, som går på tværs af alder, baggrund og færdigheder.

Fællesskabet findes omkring bålet, som minierne selv har tændt. Det findes i chokoladen, man deler på patruljeturen, og i fælleskrammeren til PLAN-gensynet.

Fællesskab går også på tværs af grænser. Det er store lejre, hvor man møder nye venner fra Belgien og Belize. Det er at føle sig som del af noget meget større end en selv, hvad enten det er patruljens sammenhold, gruppens traditioner eller den internationale spejderbevægelse.

Samtidig bygger vores fællesskaber også på forskellighed som en styrke. Der er plads til opfindsomhed og kreativitet. Fordybelse og ro, men også leg og vildskab. I vores fællesskaber spiller hver spejder en vigtig og unik rolle.

Potentielle med- og modfortællinger

Vi kan mere sammen

Som spejder lærer man hurtigt, at 2 og 2 giver 5. At vi hver især har en rolle at spille, og at svære opgaver løses bedst i fællesskab. Evnen til at samarbejde er en uvurderlig egenskab, som ikke kun har værdi for den enkelte spejder at tage med sig i livet, men for samfundet.

I dag vil børn og unge kun lave ting for sig selv

En potentiel modfortælling er, at børn og unge i dag ikke vil tage ansvar for det, der ligger ud over den enkeltes sfære. At de tilhører en *me first*-generation, hvor der er enormt fokus på det enkelte individ, og hvor man måles på, hvad det enkelte individ præsterer. Den fortælling er vi et modbillede på.

3. I Det Danske Spejderkorps udfordres børn og unge til selv at handle

Det, der gør spejderbevægelsen unik, er det ansvar, børn og unge får for selv at skabe og gennemføre aktiviteter. Børn leder børn-princippet betyder, at børn og unge får et handleområde, hvor de i fællesskab finder på løsninger, udvikler idéer og lærer af hinanden.

Vi skal kommunikere, hvordan børn og unge hos os får et ansvar, der får dem til at vokse, både socialt, kreativt og personligt.

Vores metode er unik i forhold til fx skolen og andre fritidsaktiviteter. Spejderne tror på, at børn og unge kan og vil, hvis de selv får ansvaret. Det er spejderne selv, der bygger en bivuak, styrer Trangiaen og finder næste post på natløbet.

Som spejder bliver man konstant udfordret og kastet ud i noget, man ikke vidste, man kunne. Først kan man det heller ikke. Men så, med træning og hjælp fra hinanden, lykkes det. Bivuakken holder patruljen tør, brændenældesuppen lykkes, og næste post lyser op forude.

Potentielle med- og modfortællinger

Børn kan mere, end man tror. Som spejdere ved vi, at børn kan meget mere, end man tror. Derfor giver vi dem også ansvar og udfordrer dem, så de kan vokse og lære om sig selv og andre. En potentiel modfortælling er fortællingen om curlingbørn; børn, der aldrig får lov at mærke modstand og derfor ikke bliver modstandsdygtige – ikke bliver frustrationsrobuste. Vi skal ikke bruge de negative fortællinger aktivt, men det er godt at være bevidst om, hvilke fortællinger der er stærke i samfundet og i medierne.

Målgrupper

Der er to overordnede målgrupper for vores kommunikation – en ekstern og en intern.

Den **eksterne målgruppe** er resten af samfundet, herunder potentielle spejdere (og deres forældre), politikere og pressen. Den **interne målgruppe** er medlemmer og frivillige. Dvs. spejdere, ledere, forældre m.v.

Vi skal fortælle **hvad spejder er** og styrke fortællingen om **hvorfor jeg er spejder**.

Hvad spejder er

Selvom kendskabet til spejderne er højt, både nationalt og lokalt, er der stadig masser af potentiale i at udbrede en tidssvarende fortælling om spejderne, der tager udgangspunkt i vores nuværende aktiviteter og moderne profil.

Vi skal derfor eksternt blive bedre til at kommunikere, **hvad spejder er i 2016**. Vi skal skabe andre billeder end de forudsigelige og nå derhen, hvor adventurespejd og glade, stolte unge spejdere ses som en naturlig del af at være spejder og ikke frames i medierne som et nybrud eller en undtagelse.

Hvad spejder er skaber sjældent nyhedshistorier, men når vi har mulighed for taletid, skal vi huske at indtænke det.

Vi forsøger derfor at vise, hvad spejder er, når:

- Gruppen får en spejderhistorie i lokalavisen med en billedserie, der viser spejder anno 2016
- Vi optræder i TV-Avisen med en positiv historie om vækst
- Gruppen holder et åbent spejderarrangement i lokalområdet
- Vi sætter ord og billeder på en ny forståelse af friluftsliv på en ny YouTube-kanal

Derfor er jeg spejder

Den interne kommunikation skal inspirere medlemmerne og styrke spejderidentiteten. Den skal give appetit til både spejdere, ledere og forældre til at udvikle og udvide deres spejderliv. Den skal inspirere til at lave aktiviteter med vennerne, tage på påskekursus, udvikle sine lederevner eller melde sig som lejransvarlig.

Den gode interne kommunikation er også identitetsskabende. Den samler medlemmerne om en fælles fortælling og skaber en stærk følelse af at høre til. Den knytter dig tættere til de mange tusinde spejdervenner, som du endnu ikke har mødt, og viser dig, hvor stort spejderlivet er.

Vi inspirerer vores medlemmer og styrker spejderidentiteten, når:

- 14-årige Mads i Track genfinder følelsen fra PLan-ugen/adventurespejdløbet/divisionslejren – at der er så mange seje spejdere derude, som han bare **må** møde
- 47-årige Susanne læser nyhedsbrevet og som gruppeleder får en ide til en nyt initiativ, som hun tager med på ledermødet
- 36-årige Thomas opdager nye sider af ledelsesopgaven gennem en artikel i Wide, som bliver genstand for en snak i ledergruppen
- 16-årige Signe modtager et sjovt snap fra 'Spejderdk' – og senere snapper tilbage fra patruljeturen
- 41-årige Dennis går på weekend med et smil og en positiv spejderhistorie fra Facebook
- 8-årige Line i Spejdersnus læser en artikel om mærkelige dyr i skoven, der giver hende lyst til at tage hendes venner med ud på opdagelse i naturen

Relevansmodellen

I forhold til målgrupper forholder vores kommunikationsstrategi desuden til **relevansmodellen**. Det betyder, at vi bestræber os på at levere indhold i spektret mellem, hvad vores medlemmer og omverdenen finder interessant, og hvilke nyheder etc. vi som organisation gerne vil kommunikere.



Ekstern kommunikation og pressearbejde

Som Danmarks største børne- og ungdomsbevægelse rummer Det Danske Spejderkorps masser af historier og perspektiver, som vi har en interesse i at udbrede eksternt – både nationalt og lokalt.

Fra et **lokalt perspektiv** skal vi derfor tilbyde kommunikationsværktøjer til grupper, kurser m.m., som gør det nemt at kommunikere deres gode historier i overensstemmelse med hovedbudskaberne. Disse værktøjer m.m. skal være tidssvarende og fortløbende opdateres, så de modsvarer de behov, grupperne har. De kan fx udmønte sig i:

- en dynamisk designmanual med skabeloner, fotoarkiv m.m., som nemt sætter grupper i stand til at producere egne kommunikationsmaterialer til print og web
- guidelines og skabeloner til at skrive lokale pressemeddelelser m.m.
- et opdateret kartotek af PR- og hvervematerialer til bestilling og udlån
- tilbud om uddannelse i kommunikation som fx Young Spokespersons, redaktioner, webinarer m.m.
- tilgængelige planer for lokal kommunikation ifm. større events og aktiviteter

Fra et **nationalt perspektiv** skal vi, når det er muligt, skabe positiv eksponering af spejdere i nationale medier, der afspejler budskaberne i kommunikationsstrategien, ligesom vi skal være i stand til at handle hurtigt og influere dagsordenen, hvis der opstår historier, som direkte eller indirekte er af negativ karakter for spejdere.

Potentialet i det eksterne kommunikationsarbejde og en mere proaktiv presseindsats bliver afdækket yderligere i fremtiden med henblik på at finde et optimalt PR- og pressesetup med udgangspunkt i nærværende kommunikationsstrategi.

Kommunikationsplatforme

Relevante kommunikationsplatforme for Det Danske Spejderkorps tæller en lang række *direkte* ('owned') og *indirekte* ('earned') platforme.

Direkte platforme

De direkte platforme er dem, vi har ejerskab over. Disse tæller tryk, web, mail, sociale medier samt arrangementer såsom løb og møder. Vores direkte platforme har hovedsageligt vores medlemmer som både mål- og modtagergruppe.

Et ændret mediebillede har medført, at vi i dag råder over en lang række direkte platforme, hvilket muliggør en langt mere differentieret kommunikationsindsats, hvor vi bedre kan nå de enkelte målgrupper blandt vores medlemmer.

Det nye mediebillede betyder også, at vi konstant skal evaluere og revidere, hvor og hvordan vi bedst når vores medlemmer.

Indirekte platforme

Indirekte platforme er platforme, vi ikke har ejerskab over, men som vi kan influere ved at byde ind med indhold og historier. De indirekte platforme tæller bl.a. trykte og digitale nyhedsmedier m.v., tv og radio, samarbejdspartneres kommunikationsplatforme osv. Derudover kan fx vores medlemmers tilstedeværelse på sociale medier også regnes som indirekte kommunikationsplatforme.

Det er hovedsageligt igennem de indirekte platforme, at vi kan ramme den eksterne målgruppe. Samtidig kan eksponering via indirekte platforme såsom positiv presseomtale også være medvirkende til at skabe engagement og glæde blandt vores medlemmer.

Den kommunikative håndtering af de indirekte platforme dækker både det proaktive arbejde med at få de historier ud, som har en almen interesse, og som støtter op om vores hovedbudskab om Det Danske Spejderkorps. Samtidig ligger der også en kommunikativ opgave i at overvåge og lytte med, når Det Danske Spejderkorps omtales. Både for at kunne reagere hurtigt med modsvar til negative historier, men også for at være i sync med, hvordan omverdenen ser os.

Samspil mellem platforme

Vores platforme skal spille sammen og bidrage til, at vores historier kommer bredt ud og får liv hos flere målgrupper på flere medier. Det gælder på tværs af offline og online medier som fx samspillet mellem det trykte MOVE og Move Mobile, mellem Track og spejder.dk og mellem Wide og dds.dk, aktivitetsdatabasen m.m. Samspillet gælder også på tværs af online medier, som når sociale medier som Facebook eller Snapchat leder trafik til dds.dk og spejder.dk, eller når nyhedsbrevet leder trafik til nyheder m.m.

At sikre samspil mellem platforme er en vigtig indsats, som skal skærpes endnu mere fremover, og tværmedialitet skal indtænkes tydeligt, når Det Danske Spejderkorps træder ind på nye platforme eller udvikler eksisterende. Vores medlemmer er til stede på mange platforme og får deres spejderrelaterede nyheder og inspiration via flere forskellige platforme, ikke mindst lokale gruppeplatforme såsom gruppeweb eller en lokal facebookside. Det er derfor essentielt, at vores indhold versioneres og spredes, så det får højest mulig rækkevidde, og også kan indgå som indhold på gruppernes lokale platforme.

Grundprincipper og kommunikationsdogmer

Vores kommunikation skal altid tænkes situationelt og tage udgangspunkt i målgruppe, platform, tidspunkt osv. Derudover er der nogle faste grundprincipper for korpset, som vores kommunikation altid skal følge, ligesom der er en række kommunikationsdogmer, som vores kommunikation altid bør følge.

Grundprincipper for vores kommunikative arbejde

- Vi er en børne- og ungdomsbevægelse
- Vi arbejder efter den internationale spejderbevægelses idé
- Vi udvikler børn og unge til vågne, selvstændige mennesker, der tager ansvar i samfundet og i verden
- Vi tager personligt stilling og ytrer os som korps uden partipolitisk præference

Kommunikationsdogmer

- **Vi er en børne- og ungdomsbevægelse**

Vi er en børne- og ungdomsbevægelse. Vi er til for børn og unge og deres udvikling, og det danner også udgangspunktet for vores kommunikation. Det betyder ikke, at målgruppen for vores kommunikation altid er børn og unge. Men når vi kommunikerer, skal det stå klart for enhver, at vi er en børne- og ungdomsbevægelse, og at børn og unge udvikles af at være spejdere.

- **Vi kommunikerer visuelt**

Vores kommunikation skal skabe billeder hos modtageren – også når vi kommunikerer gennem et ikke-visuelt medie. Grundfortællingen om spejderne er iboende visuel og handler om spejdere, der interagerer med hinanden, med naturen og med samfundet.

Næsten alle historier har et visuelt potentiale – det skal vi finde og forløse. Det betyder, vi bruger eksempler og narrative elementer, der gør vores budskaber konkrete og letforståelige.

Når vi kommunikerer visuelt, åbner vi vores kommunikation op, så den ikke kun er for de indviede, og vi tilpasser vores kommunikation til en medievirkelighed, der i høj grad er præget af visuelt indhold.

- **Formålet kommunikeres bedst gennem vores aktiviteter**

Vores formål er vores eksistensberettigelse og grunden til, vi er til. Men det er gennem vores aktiviteter, at formålet får liv, skaber billeder og bliver konkret og forståeligt – ikke mindst for dem, der ikke er bekendt med spejderbevægelsen. Derfor skal vi så vidt muligt kommunikere vores formål gennem vores aktiviteter. *Show it, don't tell it*

- **Vores kommunikation skal skabe værdi for vores grupper og spejdere**

Al vores kommunikation – internt såvel som eksternt – har som overordnet mål at give grupper m.m. de bedste muligheder for at udøve deres virke og udvikle børn og unge. Enten direkte gennem inspiration og værktøjer eller indirekte gennem tiltag, der styrker korpsets generelle profil.

- **Det vi siger, er det vi gør**

God kommunikation er troværdig kommunikation. Vi skal sikre sammenhæng mellem overskrifter og det daglige arbejde i spejderhytten. De historier og budskaber, vi kommunikerer om spejder, skal kunne genfindes i gruppen, hytten eller patruljen.

Succeskriterier

For at kunne målrette kommunikationsindsatsen er det nødvendigt at opstille en række succeskriterier tidligt i processen, så der kan evalueres, justeres og målrettes undervejs i udførelsen af strategien. I forhold til den overordnede målsætning er der i udviklingsplanen allerede givet flere mål, som kommunikationsstrategien skal være med til at nå, nemlig:

- At der i år 2020 gennemsnitligt vil være over 100 medlemmer i hver gruppe i Det Danske Spejderkorps
- At skærpe vores fokus på at fortælle de gode, nærværende spejderhistorier til hinanden, lokale og nationale medier
- At udvikle ledelse, patruljeliv og friluftsliv

Derudover sættes der kommunikative succeskriterier, som skal være med til at kvalificere indsatsen og sætte mål for kommunikationsindsatsen. Succeskriterierne er, at:

- Det Danske Spejderkorps har tidssvarende kommunikationsplatforme til alle målgrupper blandt medlemmerne, så den valgte strategi kan forankres og udvikles i hele organisationen.
- 30 % af alle medieklip, der genereres, både nationalt og lokalt, skal referere til et af de tre elementer i vores hovedbudskab.
- Der sker en 10 % stigning i lokale presseklip.
- Flere af vores medlemmer selv skaber/kommunikerer spejderhistorier, dels på sociale medier og dels gennem lokalaviser m.m., så:
 - Der årsvis sker en 10 % stigning i antal af lokale presseklip omhandlende spejder.
 - Der årsvis sker en 20 % stigning i opslag på sociale medier med hashtagget #spejder
- Mere end 50 procent af gruppernes hjemmesider inden 2017 afspejler hovedbudskabet i kommunikationsstrategien i billeder og tekst.
- Centrale kommunikationsværktøjer tiltænkt grupperne som fx design- og skabelonværktøjet 'Design for alle' videreudvikles og udbygges, samt at der i primo 2017 er sket en stigning i brugen af 'Design for alle' på 20 % ift. 2016 (målt via Google Analytics).
- Vores lederportal dds.dk tilpasses design- og indholdsmæssigt bedre til yngre og nye ledere, så et nyt dds.dk efter de første 6 mdr. i drift har en højere andel af brugere i alderen 15-34 end det nuværende dds.dk (målt via Google Analytics).
- Flere af vores større nationale historier får spill-over effekt lokalt, bl.a. gennem flere gruppespecifikke delinger via Facebooksiden 'Det Danske Spejderkorps' pr. måned (måling og vurdering via Facebooks analyseværktøjer).
- Vi udbygger nyhedsbrevsplatformen, så den bliver mere attraktiv blandt yngre og nye ledere samt hos seniorer, med flere åbninger og klik til følge (måling via Mailchimp).

- Vi søger at udnytte det potentiale for eksternt rettede historier og indhold, der er på platforme som fx spejder.dk, Wide m.m., så vores hovedbudskab eksponeres for flere ikke-spejdere.

Succeskriterierne evalueres og evt. revideres halvårligt, første gang december 2016.

Ansvar for udmøntning af strategien

Strategien godkendes hos korpsledelsen. Strategien er gældende for hele Det Danske Spejderkorps – fra udvalg til grupper til korpsledelse. Det er essentielt, at kommunikationsstrategien bliver en relevant og levende strategi for hele Det Danske Spejderkorps – både lokalt og centralt.

Ud over at strategien rodfæstes i korpsledelse og hovedudvalg, i korpsets egne medier og den eksterne kommunikation, er den lokale forankring et helt nødvendigt omdrejningspunkt for en succesfuld strategi. Det budskab, vi fortæller i medierne, skal kunne genfindes i en lokal og national virkelighed: Det vi siger, er det vi gør.

Korpskontoret har ansvaret for, at strategien implementeres i den fælles organisation, og at strategien danner baggrund for at inspirere gruppernes kommunikation.

Korpsledelsens prioriteter for DDS Program

Dato: 28/02-2016 Godkendt

Mission og målgruppe:

- Udvalget udbreder og fornyer Spejderidéen og har ansvaret for programfornyelsen og alt programstof
- Udvalget arbejder for at alle ledere forstår og bruger vores attraktive program

Korpsledelsens ambitioner:

- DDS' programstof har behov for en løbende opdatering – arbejdet er krævende og tager tid; men vi ønsker gerne løbende opdateringer af hvordan dette skrider frem
- IOGA formidler internationale oplevelser til de enkelte grupper og spejdere
- DDS' program er under fornyelse, og vi ønsker at grupperne mærker programfornyelsen allerede fra 2016.
- Vi ønsker et øget fokus på udviklingen af søspejderarbejdet, herunder gruppeudvikling

Udvalgets rammer

- Udvælge, rekruttere og udvikle dygtige frivillige i hoved- og underudvalg
- Etablere nyt programstof, iværksætte nye aktiviteter og projekter, der udbreder, forbedrer eller inspirerer til bedre spejderarbejde i DDS
- Samarbejde med øvrige spejderkorps og foreninger på program- og aktivitetsområdet
- WOSM og WAGGS – Implementering af arbejdsstof og påvirkning af programrelaterede emner.

Mål 2016

- Støtte udvælgelse af samarbejdsland i Relationer H1 2016
- Støtte DDS Uddannelses arbejde med udvikling af Nye ledere 2016
- Ungeledelse udvikles, og sikkerhedsopgaven udføres jf. KRM beslutning KRM 2016
- Udarbejdelse af oplæg til nyt formål, som led i Programfornyelsen, til behandling på KRM 2016 KRM 2016
- Beslutning af nye vejledende aldersinddelinger Q1 2016

Team

- Formænd Jakob Lykke Braad og Christine Friberg Sørensen
- HU medlemmer: Pernille Pedersen, Christine Qvist, Troels Forchhammer og Roar Hylleberg
- Øvrige udvalg – Se detaljer i arbejdsgrundlaget
- Internationale Oplevelser og Globalt Ansvar
- Adventurespejd
- Centrene
- SøArbejdsgruppen
- Programfornyelsen
- Arbejdsstof
- Unge leder unge



Korpsledelsens prioriteter for DDS Kommunikation & Medier

Dato: 18/04-2016 Godkendt

Mission og Målgruppe

- Udvalget driver og udvikler korpsets medier i samarbejde og under guidance fra korpskontoret
- Udvalget sikrer profilering af DDS og vore aktiviteter, tilbud og værdier internt i korpset

Korpsledelsens ambitioner:

- Korpsledelsen ønsker en ny kommunikationsstrategi, der blandt andet beskriver sammenhænge mellem vores nuværende kommunikationsplatforme, samt fremtiden for disse.
- Vi ønsker af udvalget, at arbejdet i den fælles organisation bliver gjort mere tilgængeligt for medlemmerne i Det Danske Spejderkorps.
- Der er behov for en øget fællesskabsfølelse og klarere kommunikation af, hvad der sker i den fælles organisation, herunder hvad kontigentkroner bruges til

Udvalgets rammer

- Udvælge, rekruttere og udvikle dygtige frivillige i hoved- og underudvalg under Kommunikation & Medier
- Sikre at korpsets interne medier og kommunikation er relevante, målrettede og støtter såvel udviklingsplanen som Vision 2020
- Profilere DDS værdier, aktiviteter og arrangementer internt, styrke fællesskabsfølelsen og spejderidentiteten for alle medlemmer i korpset
- Tydeliggøre hvad den fælles organisation gør for de lokale grupper

Mål 2016

- Fastlægge en ny kommunikationsstrategi 2016 - 2019, inkl. fokus på DDS' online tilstedeværelse.

Styrke fællesskabsfølelsen i korpset, ved f.eks. at fortælle historier fra det centrale arbejde.

Styrke Young Spokespersons mhb. på at skabe unge talspersoner i nationale medier m.m.

Team

Hovedudvalgsformand:

- Henrik Christoffersen

Redaktionsformænd:

- Lauge Eilsøe-Madsen og Christoffer Kolbe Boye-Hansen (B&U)
- Helene Kristine Holst (Wide)
- Mads Nedergaard og Emilie Luther Søby (Young Spokespersons)
- Mads Høgstedt Danquah (spejder.dk)
- Jens Thybo og Jesper Hasfeldt Holm-Eriksen (Foto/video-gruppen)
- Ruben Corlin Mortensen (PR)



Indstilling til Korpsledelsen

Vedrørende: Budget 2017

Mødedato: 4. maj 2016

Modtaget på korpskontoret: 27. april

Kommentarer: -

Overskrift Budgetproces og -principper 2017	
Fra	Generalsekretær og Administration- og Økonomichef
Resumé	Budgetproces besluttet således at udvalg, korpsledelse og korpskontor samarbejder i en transparent og overskuelig proces frem imod vedtagelse af budget 2017 på Korpsrådsmødet 2016
Overblik	Budgetprocessen fremlægges med korpsledelsens forslag til budgetprincipper for udvalgsformandskredsen den 24. maj. Deadline for indlevering af budgetmateriale til korpskontoret er den 8. august. Første behandling af budget 2017 finder sted på korpsledelsesmødet den 17. august og vedtages på anden behandling den 7. september til fremlæggelse og godkendelse på Korpsrådsmødet den 19.-20. november 2016.
Behandling	Korpsledelsen drøfter og beslutter budgetproces og principper.
Indstilling	<p>Korpsledelsen beslutter at:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DDS Program, DDS Uddannelse, DDS Kommunikation, DDS Relationer og DDS Ejendomme udarbejder driftsbudgetter og beskriver udviklingsaktiviteter • Der afsættes midler til drift af Frivillighedsudvalget, Projektporteføljeudvalget og Strategisk Økonomiudvalg • Ejendomsudvalget indstiller beløb til vedligeholdelse af DDS ejendomme for 2017 • Ejendomsudvalget indstiller beløb til investeringspulje til ejendomme for 2017 • De enkelte ejendomme under Ejendomsudvalget udarbejder driftsbudgetter på ejendomme, herunder beskriver vedligeholdelsesudgifter og ønsker til investeringer. • Der afsættes en projektpulje til (tværgående) projekter og indsatser i den fælles organisation. • Korpskontoret udarbejder driftsbudget for Korpskontoret, herunder budget for vedligeholdelse og investeringer i Holmen samt forslag til budget for korpset og korpsledelsen. • Korpskontoret samler budgetmateriale fra udvalg og fremsender korpsledelsen til første behandling • Der i budget 2017 arbejdes videre med ensrettet opsætning for budget og årsregnskab • Budget 2017 i højere grad synliggør indsatser og aktiviteter og ikke alene/fremfor hvem der er udførende på indsatser og aktiviteter
Formål og strategisk betydning	Budgettet er et væsentligt styringsredskab i den fælles organisation og skal sikre sammenhæng mellem korpsets udviklingsplan og korpsets økonomi.
Andre inddragede	Budgetprocessen afspejler udviklingen af budgetprocessen de seneste to år i tæt samarbejde mellem korpsledelsen, korpskontor og udvalg.
Baggrund og fakta	Budgettet vedtages af korpsrådet på det årlige korpsrådsmødet i forbindelse med fremlæggelse af regnskaber for det forgangne år. Udvalgsformænd i den fællesorganisation har budgetansvar for eget udvalg. Generalsekretæren har det daglige ansvar for økonomien i Det Danske Spejderkorps. Korpsledelsen tegner Det Danske Spejderkorps i økonomisk og juridisk henseende.
Beskrivelse	-
Eksekvering	Administrations- og økonomichef samt Generalsekretær samler budgetmateriale og udarbejder budget til første behandling i korpsledelsen. Generalsekretær og korpsledelse er i løbende dialog med udvalgsformænd frem til budgettets godkendelse 7. september 2016. Herefter fremlægges budgettet som forslag for korpsrådet til godkendelse. Det godkendte budget gælder budgetåret 1. januar 2017 til 31. december 2017.
Interesser, motivation og kommunikation	Grupper, divisioner og andre enheder har sammen med den fælles organisation interesse i budgettet for Det Danske Spejderkorps. Forslag til budget 2017 fremlægges for korpsrådet i korpsrådsmaterialet og på selve korpsrådsmødet. På korpsrådsmødet vil budget 2017 sammen med årsregnskabet for 2015 være til drøftelse.

Indstilling til Korpsledelsen
 Vedrørende: Samarbejdsland
 Mødedato: Skriftlig behandling

Modtaget på korpskontoret: 7.4.2016
 Kommentarer: Besøg i udvalgte to lande finansieres indenfor eksisterende budget i DDS Relationer/Spejderrelationer

Overskrift	Nyt samarbejdsland i Det Danske Spejderkorps
Fra	Arbejdsgruppen for Det Danske Spejderkorps' nye samarbejdsland
Resumé	Besøg af udvalgte potentielle samarbejdslande er næste skridt i endelige udvælgelse af samarbejdsland i Det Danske Spejderkorps
Overblik	Siden sidste indstilling har arbejdsgruppen lavet en liste med potentielle samarbejdslande som gennem tid er blevet kortet ned (vedlagt) på baggrund af forskellige kriterier og efter et vellykket Partnership Event er det endt op i en prioriteret liste med fire lande, hvoraf arbejdsgruppen nu er interesseret i at besøge to af disse lande.
Behandling	Korpsledelsen orienteres på korpsledelsesmødet den 6. april 2016, herefter tager korpsledelsen beslutning om opbakning til besøg og deltagelse heri i skriftlig behandling.
Indstilling	<ul style="list-style-type: none"> Korpsledelsen godkender, at arbejdsgruppen kan rejse til de to lande, såfremt landene ønsker at undersøge mulighederne for samarbejde. Korpsledelsen deltager med en repræsentant på disse besøg sammen med to fra arbejdsgruppen.
Formål og strategisk betydning	<ul style="list-style-type: none"> Det Danske Spejderkorps' nye samarbejdsland giver alle spejdere i DDS en mulighed for at få en international oplevelse gennem enten mødemateriale, virtuelle møder eller fysiske møder. Arbejdsgruppen får mulighed for, sammen med et potentielt samarbejdsland, at mødes fysisk for sammen at skabe de bedste mål og rammer for et potentielt og ligeværdigt samarbejde.
Andre inddragede	Potentielle samarbejdslande
Baggrund og fakta	Hele udvælgelsen af de fire prioriterede lande er baseret på en række kriterier, som er blevet opsat på baggrund af den nuværende strategi for samarbejdsland og en spørgeskemaundersøgelse omhandlende samme emne.
Beskrivelse	<ul style="list-style-type: none"> Muligheden for at rejse ud og besøge to mulige samarbejdslande giver udvalget en mulighed for at få en bedre kontakt til de pågældende lande, en bedre forståelse af hvordan et potentielt samarbejde kunne se ud og i sidste ende et bedre grundlag at basere vores anbefaling på. Vi mener at en repræsentant fra korpsledelsen bør deltage på disse rejser for både at sende et signal udad til om at et samarbejde bliver med hele korpset og at korpsledelsen støtter op om dette, men også for at I har chancen for selv at vurdere hvilket land der vil passe bedst til Det Danske Spejderkorps og korpsledelsens forventninger til et samarbejdsland. Hvis arbejdsgruppen får muligheden for at reagere med det samme vil der ikke opstå en unødvendig pause i kommunikationen og en udsættelse af en endelig beslutning.
Eksekvering	<p>Arbejdsgruppen har kontakt til de pågældende lande, og afventer svar fra dem før, vi kan planlægge turen.</p> <p>Korpsledelsen deltager med et medlem på turen.</p> <p>Efter besøget indstilles det endelige samarbejdsland til beslutning.</p> <p>Målet er, at der er mulighed for dialog med det potentielle samarbejdsland på Europakonferencen</p>
Interesse- og motivation og kommunikation	<p>Der kommunikeres ikke eksternt før det endelige land er besluttet</p> <p>Arbejdsgruppen deltager på Moment for at få indspark til indhold og potentielle medlemmer af arbejdsgruppen, når landet er valgt</p>

Prioriteret liste over mulige samarbejdskorps:

1. Scouting Ireland (Irland)
2. Corpo Nacional de Escutas (Portugal)
3. Les Scouts (Belgien)
4. Suomen Partiolaiset (finland)

Scouting Ireland

Det irske spejderkorps har mange ligheder med vores eget, både i opbygning med korpsledelse, hovedudvalg, divisioner, grupper og grene, men også i det lokale spejderarbejde med ugentlige møder, weekendture osv. De har et samarbejde med Lesotho kørende.

Udvalget forestiller sig et bredt samarbejde med mulighed for erfaringsudveksling mellem korpsledelserne og mellem hovedudvalgene de to lande imellem. Der er gode muligheder for at lave fælles program materiale omhandlende emner som kulturel forskellighed, global ansvarlighed, "Mød Verden" blandt mange andre. Vi forestiller os at dette materiale skal inkludere en grad af udveksling, dette kunne være viden om at andet land for de mindste spejdere og vi forestiller os at det allerede for spejdere omkring 10-års alderen kan indeholde direkte interaktion mellem spejderne f.eks. ved hjælp af skype og planlægning af aktiviteter for hinanden. Vi håber at man grupperne imellem også kan udveksle erfaringer på forskellige niveauer og endda tage på udlandslejr hos hinanden som et alternativ til den traditionelle udlandslejr.

Scouting Ireland har ligesom DDS, arbejdet meget med personlig udvikling, hvilket også kan ses i deres One Programme. De kunne være interesserede i vores erfaring med ungdomskurser som Puf, Plan og Plus, da det ikke er noget de har arbejdet med, men som kunne være spændende også i forbindelse med at få højere inddragelse af unge (som vi selv er ret stolte af).

Et muligt fælles projekt kunne omhandle spiritualitet og/eller duty to others.

Irland har været igennem en RAP proces i forbindelse med udviklingen af deres One Programme som vi kan nyde godt af, og derudover har de gode erfaringer med inddragelse af lokalsamfundet i deres spejderarbejde.

Vi i arbejdsgruppen er overbevist om at Scouting Ireland er det bedste valg for et fremtidigt samarbejdsland grundet alt det ovenstående, korpsets størrelse, den relativt korte distance og det engelske sprog.

Corpo Nacional de Escutas

Det portugisiske spejderkorps har en noget anderledes organisatorisk struktur, dette kan der både være fordele og ulemper ved. De unge i korpset lærer engelsk på samme tid som børn herhjemme gør og vi forestiller os også i dette tilfælde at det ville være muligt med direkte interaktion fra omkring 10-12 års alderen. De er forbundet til den katolske tro. De har samarbejder med andre portugisisk talende lande og de nationale korps indbyrdes.

Det spændende ved CNE er deres erfaring med åndelighed/spiritualitet i deres korps. De har bl.a. udviklet program materiale om bl.a. dette, dog med et fokus på den katolske tro. Specielt interessant er deres

"seniorlandsby" Drave, som bliver drevet af seniorer alene, hvor der bl.a. bliver afholdt fordybelses lejre med personlig spiritualitet som formål.

For at blive leder i CNE er man tvunget til at deltage i et to års kursus med en minimumsalder. Blandt andet derfor har korpset ikke i samme grad en aktiv ungdomsinddragelse som vi selv er stolte af. Dette kunne være et mål med et portugisisk/dansk samarbejde. Deres repræsentant på Partnership Event var især begejstret for vores ungdomskurser.

Dette er arbejdsgruppens anden prioritet da der er masser af interessant stof at tage fat i og deres repræsentant viste stor interesse under Partnership Event. Distancen er dog længere og kommunikationen er sværere og den lille tidsforskel kan have en betydning for hvorvidt grupper vil benytte sig af muligheden for direkte interaktion i de små grene.

Les Scouts

Det fransk talende spejderkorps i Belgien har ikke før indgået i nogen tværkorpslige samarbejdsaftaler, men var meget interesserede i vores tilbud. De har gode erfaringer med deres spiritualitets materiale som de gerne ville dele med os og deres repræsentant var meget interesseret i både vores ungdomskurser, men også vores adventure liga.

De var interesserede i at starte et samarbejde op omhandlende duty to others, hvilket vi ser at begge korps kunne drage fordel af.

Den store udfordring ved Les Scouts er at børnene først lærer engelsk omkring 14 års alderen og derfor ikke har mulighed for at kommunikere direkte med vores spejdere før en alder af 16-18 år.

Deres sene engelsk har fået arbejdsgruppen til at nedprioritere korpset, da der er masser af stof til et fremtidigt samarbejde, men da interaktion på alle niveauer af korpset og grenene er en prioritet fra vores side, vil det ikke opfylde vores forhåbninger.

Suomen Partiolaiset

Det finske korps har mange ligheder med vores eget både i opbygning og arbejde. De er et moderne korps som har fokus på gruppeudvikling og friluftsliv. Deres engelsk er på samme niveau som herhjemme.

De er meget involverede i forskellige samarbejder og har derfor stor erfaring herom. De har i øjeblikket et samarbejde kørende med Senegal som har kørt on/off i op imod 20 år.

Efter mødet med deres repræsentanter på Partnership event er vi kommet frem til at det finske korps og deres hverdag måske er for lig vores egen til at et samarbejde ville give mening med hensyn til kulturel forskellighed.

Finland er på vores prioriterede liste fordi vi kan se en nem mulighed for både erfaringsudveksling og fysisk udveksling. Vi har dog ikke fået respons på vores kontakt i udvalget.

Indstilling til Korpsledelsen

Vedrørende: Divisionslederne

Mødedato: 4. maj 2016

Modtaget på korpskontoret: 27. April 2016

Kommentarer: xxx.

Overskrift	
Drøftelse af vejledning ift. til divisionsledelsernes rolle og beslutning om dialogform	
Fra	Rasmus Damkjær-Ohlsen, korpsledelsesmedlem og Stinne Busted Frederiksen, udviklingskonsulent
Resumé	<p>Korpsrådet besluttede i 2015 at Korpsledelsen fortsætter i 2016-2017 arbejdet med at videreudvikle divisionsledelsernes rolle ved at tage initiativ til:</p> <ul style="list-style-type: none"> • At tydeliggøre divisionsledelsernes formål og kerneopgave i dialog med divisionsledelser og grupper. • At der udarbejdes en ny vejledning og materiale til at støtte divisionsledelsernes arbejde, som står til rådighed senest til korpsrådsmødet 2016. • At der tilbydes nye uddannelser i divisionsledelsesarbejde, herunder bl.a. gruppeudvikling. • At der tilbydes mindst tre årlige møder omhandlende divisionsledelsernes kerneopgave med deltagelse af repræsentanter fra divisionsledelserne, korpsledelsen, konsulenter eller udvalg fra den fælles organisation. • At divisionsledelserne tænkes ind som samarbejdspartnere med relevante hovedudvalg.
Overblik	<p>Dette er 2. behandling af vejledningen, som er udmøntet af korpsrådsmødebeslutningen i 2015 om at udarbejde en vejledning til divisionsledelsernes arbejde. Vejledningen er stadig et udkast, som kan bruges til at gå i dialog med på divisionsledelsesweekenden. Der skal således ikke træffes endelig beslutning, men gives mulighed for at påvirke retning, vinkling og fokus.</p> <p>På korpsledelsesmødet i april 2016 blev der givet positiv tilbagemelding på form og vinkel, med ønsket om en præcisering af at vejledningen skrives primært til divisionsledelserne med et stort fokus på gruppevinklen.</p>
Behandling	<p>Korpsledelsen drøfter vejledning til divisionsledelsernes arbejde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er det de rigtige temaer der bringes op? • Er balancen mellem overordnet redegørelse, metodiske gennemgange og håndgribelige eksempler rigtig? • Er der steder hvor der skal vinkles anderledes? • Er der temaer/emner der savnes? <p>Korpsledelsen drøfter koblingen mellem divisionsledelser og den fælles organisation og tager en foreløbig beslutning, der kan skrives med i vejledningen</p> <p>Korpsledelsen drøfter hvordan dialogen jf. KRM-beslutningen ønskes udført og beslutter en af nedenstående modeller</p>
Indstilling	<ul style="list-style-type: none"> • Korpsledelsen tager vejledningens stadie til efterretning og giver fornødent feedback • Korpsledelsen beslutter at koble divisionsledelser og den fælles organisation sammen i en samarbejdsrelation, hvor den fælles organisation rådfører sig med divisionsledelserne ift. det lokale kendskab og gruppernes situation. Divisionsledelserne orienterer sig om hvad der foregår i den fælles organisation, som de kan formidle og guide grupperne i. • Korpsledelsen vælger at gå i dialog med divisionsledelserne på weekender og møder med disse • Korpsledelsen vælger at gå i dialog med grupper ved en af følgende modeller: <ol style="list-style-type: none"> a) Spørge udvalgte grupper b) Udsende spørgeskema c) Afholde workshops d) Sende vejledningen i høring e) Besøge netværksmøde såsom GL-møder f) Kombination af ovenstående
Formål og strategisk betydning	<ul style="list-style-type: none"> • Divisionsledelsernes opgave er essentiel at få en fælles konsensus om, således at gruppernes udvikling kan understøttes bedst muligt
Andre inddragende	

Baggrund og fakta	<p>Arbejdsgruppen nedsat af korpsledelsen i 2015 afholdte dialoger og workshops med grupper og divisionsledelser, og kom på den baggrund med en opsamling og med forslag til ændringer.</p> <p>Nogle af arbejdsgruppens forslag blev fremført som lov- og beslutningsforslag på KRM2015</p> <p>KRM2015-beslutningerne danner grundlag for det videre arbejde, hvor også arbejdsgruppens notat er inddraget med forslag til konkrete eksempler til en vejledning</p>
Beskrivelse	<p>Vejledningen er vedlagt som bilag</p>
Eksekvering	<p>Taskforcen (Rasmus, Stinne og Hilde) arbejder videre med vejledningen på baggrund af den feedback Korpsledelsen kommer med. Vejledningen vil i nyt udkastform bruges som dialogværktøj på kommende divisionsledelsesweekend 20-22. maj</p>
Interesser, motivation og kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Koblingen mellem den fælles organisation og divisionsledelserne drøftes videre på et formandskredsmøde • Dialogen med divisionsledelserne tages på divisionsledelsesweekenden 20-22. maj • Dialogen med grupperne føres som besluttet • Vejledningen kommunikeres ikke ud før den er endelig besluttet, men offentliggøres dog som bilag til dagsordenspunktet

Status på opdatering af sikkerhedsretningslinjer

Projektet løber i to spor.

1. Der arbejdes med opdatering og synliggørelse af de eksisterende retningslinjer, samt udarbejdelse af nye guides.
2. Afstemning af sikkerhedsretningslinjer med de øvrige spejderkorps ift. Spejdernes Lejr 2017

Projektgruppens fokus er i første omgang at revidere DDS egne retningslinjer, for på denne måde, at have et velfunderet udgangspunkt at møde de andre spejderkorps på. Vi har imidlertid allerede igangsat en undersøgende dialog med de andre korps, som har leveret et indblik i deres retningslinjer på området. På denne måde kan vi afstemme indholdet undervejs.

- Der skal arbejdes med synligheden af sikkerhedsretningslinjerne
 - o Det nuværende materiale ligger to klik væk fra dds.dk forside
 - o Flere indgange i flere medier
 - o Evt. Forbindes med aktivitetsdatabasen
 - o Præsenteres på KRM16
 - o Kampagne i foråret 17
- Der bliver udarbejdet nye korte guides til alle risikoaktiviteter
 - o Det vi har nu, på eksempelvis søområdet er omfattende og tilstrækkeligt - Der bliver således ikke tale om en omfattende revidering af de eksisterende dokumenter
 - o De nye guides skal have et langt mere brugerorienteret perspektiv end tidligere materiale
 - o De nye guides skal gøre at flere spejdere får gode oplevelser med det vi kan kalde risikoaktiviteter
 - o De nye guides skal hjælpe lederne til at forstå, om de er kompetente til at planlægge og afholde en given aktivitet og hjælpe dem til at opnå denne viden om nødvendigt.
- Der bliver udarbejdet en generel beskrivelse, for alle med arrangøransvar i Det Danske Spejderkorps. Fra leder til arrangement eller center.
- Projektgruppen har en løbende dialog med Fjeldgruppen, Søarbejdsgruppen og andre relevante "ekspertgrupper" i Det Danske spejderkorps.

Projektets faser:

Fase 1: Indkredse og afgrænse opgaven – deadline 1. juni

Fase 2: Input fra relevante ekspertgrupper - deadline 1.juli

Fase 3: Produktfase, skrive og udarbejde nyt - deadline 14. september

Fase 4: Produktion og levering - deadline 1. November

Projektgruppen består af:

Christian Tolstrup – Korpskontoret, tovholder

Dieter Toftkjær – Korpskontoret

Mads Godvin – Birkegruppen

Thomas Grandt – Kulsø Spejdercenter

Status på Unge-arbejdsgruppen

Baggrund:

Korpsrådet besluttede i november 15 at nedsætte en midlertidig ungearbejdsgruppe som skal udarbejde forslag om oprettelse af "arbejdsgruppe bestående af unge".

Helt præcist var formuleringen:

"Korpsrådet pålægger Korpsledelsen at oprette en midlertidig arbejdsgruppe, der frem mod Korpsrådsmødet 2016 udarbejder et forslag om oprettelse af af "arbejdsgruppe bestående af unge". Den midlertidige arbejdsgruppe skal bestå af 15-23 årige og skal forsøge at repræsentere ligelig fordeling indenfor aldersspændet samt mellem begge køn. "Arbejdsgruppen bestående af unge" skal ved oprettelse forankres i DDS's fælles organisation. "

Opgaven med de midlertidige arbejdsgruppe er placeret hos DDS Program.

Status:

Den midlertidige arbejdsgruppe tog i første omgang udgangspunkt i Unge – leder – unge Gruppen som havde tilknytning til DDS Program og som havde lavet et arrangement og en workshop i 2015. Projektkonsulent Jette Rasmussen blev tilknyttet som vejleder.

Den oprindelige unge-leder-unge gruppe levede dog ikke op til kravet om ligelig kønsdeling og aldersspænd og er derfor suppleret med 3 yderligere medlemmer, så den midlertidige gruppe nu rummer 8 medlemmer.

Møder og aktiviteter:

1. møde – januar 2016:

Arbejdsgruppen forsøgte at indkredse opgaven og forløbet. Nogle af de elementer der blev nævnt som ønsker var:

- flere arrangementer for unge
- hjælp når man bliver ung i bestyrelsen
- flere kurser for unge
- støtte til unge der deltager i KRM
- mulighed for som ung at komme ud og deltage i internationale aktiviteter med andre unge spejdere
- flere weekend løb
- større brug fra den fælles organisation / kontoret af sociale medier
- flere aktiviteter på tværs af grupperne (f.eks. i divisionerne, eller nationalt)

- i løbet af drøftelserne blev det meget klart for de unge, at der faktisk er mange muligheder for indflydelse og for arrangementer i DDS, men at mange unge ikke kender til mulighederne – så langt af vejen handler opgaven meget om **formidling!**

Som udgangspunkt forestillede den midlertidige arbejdsgruppe at der blev etableret en ungearbejdsgruppe som et udvalg – på lige fod med øvrige udvalg i den fælles organisation.

Mødet blev afsluttet med aftaler om at forsøge at få 4 medlemmer mere i den midlertidige arbejdsgruppe, så denne dækkede bredere. Der blev også etableret en facebook gruppe til løbende kommunikation.

2. møde februar 2016:

På dette møde var der to øvrige deltagere i den midlertidige arbejdsgruppe.

Dette møde handlede primært om at planlægge en workshop på Moment. Formålet med workshoppen var dels at få input til hvilke opgaver ungearbejdsgruppen skulle have og få endnu to medlemmer i den midlertidige arbejdsgruppe.

Workshoppen til Moment blev planlagt som et løb med spørgsmål undervejs. Spørgsmålene gik dels på hvilke arrangementer, ture og rejser unge kunne ønske sig og dels på at finde områder / situationer mv, hvor unge kunne ønske sig mere indflydelse (formel) i DDS.

Som afslutning på mødet blev lavet en opsamling på hvilke nye tanker og ideer den midlertidige arbejdsgruppe havde fået siden første møde.

Der var dels konkrete aktivitetsforslag, men vigtigst måske nogle få hovedemner:

- Opgaven kommer primært til at handle om **formidling**. ("de unge læser ikke magasinerne, de unge bruger sjældent Blåt medlem, lederne i grupperne rådgiver ikke de unge om muligheder")
- At der skal etableres **støtte værktøjer** til de unge. Måske en unge-håndbog, hæfter med velkommen til..., mentor ordninger
- At det måske ikke var hensigtsmæssigt at etablere et ungeudvalg, da de ting man gerne vil lave naturligt ligger i øvrige udvalg (DDS Program, DDS Uddannelse, DDS kommunikation og DDS relationer blev nævnt. Måske var det derfor mere hensigtsmæssigt at **sikre unge repræsentanter i de bestående udvalg**. Og så sikre at de unge repræsentanter mødtes på tværs af udvalgene
- At der er meget forskel på hvad de unge gerne vil. Nogle vil gerne være med til at lave **konkrete aktiviteter**, mens andre ønsker at deltage i **strategiske, overordnede og demokratiske beslutninger**.

Workshop på Moment den 9. april:

Workshoppen blev gennemført med knapt 20 deltagere. Der blev samlet op på, hvad deltagerne mente en ungearbejdsgruppe skulle:

- Skabe netværk mellem unge i bestyrelserne (i gruppen), for at vise dem At bestyrelsesarbejde kan være mega fedt og give inspiration og give indflydelse på lokalområdet
- Talerør for unge ind i den fælles organisation
- Skabe og styre kendskab og fællesskab blandt unge
- Formidle muligheder for unge og unges arbejde, interesser og intentioner i forhold til korpset på lokalt, nationalt og internationalt plan
- Sikre at der udarbejdes vejledninger / håndbøger som beskriver unges muligheder i DDS (på alle niveauer)
 - ➔ Derudover en mængde forslag til konkrete arrangementer og aktiviteter der var ønske om
 - ➔ Der meldte sig endnu et medlem til arbejdsgruppen, så man nu er 8

3. møde ultimo april 2016:

Opsamling af ideer fra Moment.

Begyndende snak om og beskrivelse af ideer til ungearbejdsgruppe eller unges indflydelse i den fælles organisation. Der blev arbejdet med fordele og ulemper ved henholdsvis et "ungeudvalg" eller unge repræsentanter i de etablerede udvalg (med mulighed for at mødes på tværs – ala formandsmøder – og med de unge i KOL som tovholdere, eller ved at lave en mere fleksibel projektorganisation, hvor folk meldte sig til konkrete opgaver og ikke til et løbende udvalgsarbejde.

Der kommunikeres forsat om dette i facebookgruppen.

Fortsat proces:

Den midlertidige arbejdsgruppe mødes igen i maj og juni. I juni ønskes det at der deltager repræsentanter fra DDS Program.

Den midlertidige arbejdsgruppe er opmærksomme på at der forestår et større arbejde for at få udarbejdet et forslag til KRM 16 og sikre beskrivelse af baggrund og hensigt. De er bekendt med frist for forslag mv og flere af dem var igennem proceduren i forhold til KRM 15 (det forslag der endte med etablering af den midlertidige ungearbejdsgruppe).

Forretningsorden for Korpsledelsen i Det Danske Spejderkorps

Korpsledelsens forretningsorden beskriver retningslinjerne for, hvordan Korpsledelsen udfører sit arbejde.

1. Korpsledelsens opgave

Korpsledelsen er mellem korpsrådsmøderne den øverste myndighed i Det Danske Spejderkorps. Korpsledelsen har det overordnede pædagogiske, administrative og økonomiske ansvar for korpsets arbejde. Korpsledelsen har ansvaret for, at korpsets arbejde sker i overensstemmelse med formål, arbejdsgrundlag, værdier, korpsets love og at de af Korpsrådet vedtagne retningslinjer overholdes og at korpsets arbejde opfylder de medlemskrav, som verdensorganisationerne WAGGGS og WOSM stiller (§ 42). Korpsledelsen kan meddele mandat.

Korpsledelsen arbejder efter "Udviklingsplanen frem mod 2020".

Korpsledelsen udstikker rammer og mål efter gældende udviklingsplan

Generalsekretæren implementerer aktiviteter og indsatser sammen med korpsets nedsatte hovedudvalg, udvalg og arbejdsgrupper.

Generalsekretæren sikrer, at Korpsledelsen fremlægges afrapportering omkring aktiviteter, indsatser og projekter efter behov

Korpsledelsen sikrer målopfyldelse i dialog med hovedudvalg og Generalsekretær.

2. Korpsledelsens konstitution

Korpsledelsen består af de 12 valgte medlemmer valgt på korpsrådsmødet. Korpsledelsen er beslutningsdygtig, når en af spejdercheferne og mindst 6 øvrige korpsledelsesmedlemmer er til stede. Spejdercheferne leder Korpsledelsen og har ansvaret for den interne organisering. Korpsledelsen nedsætter udvalg, projektgrupper og lignende efter behov.

3. Habilitet

Såfremt et korpsledelsesmedlem er inhabil¹ i forbindelse med en sag, medvirker vedkommende ikke i behandlingen. Det drejer sig om sager, hvor et medlem har en direkte og individuel, personlig eller økonomisk interesse i en sags udfald ikke bør medvirke ved behandlingen af den pågældende sag.

Korpsledelsesmedlemmer udfører ikke lønnet arbejde, konsulentytelser eller lignende for Det Danske Spejderkorps eller affilierede. Dispensation kan meddeles af Korpsledelsen.

4. Arbejdsdeling

Korpsledelsens arbejde består af en bestyrelsesdel, der varetager korpsets strategiske interesser og en ledelsesdel, der fører tilsyn med korpsets drift.

Korpsledelsen nedsætter udvalg, til understøttelse af arbejdet jævnfør DDS love § 43 og 44. Udvalgene får prioriteter og arbejdsområder i et arbejdsgrundlag der gælder for et eller to år.

Korpsledelsen og udvalg kan nedsætte arbejdsgrupper, som udfører projekter eller løser konkrete opgaver med afgrænset indhold og/eller varighed. Indsatser og projekter hvor flere udvalg inddrages kan placeres i enten hovedudvalg eller direkte under korpsledelsen.

Spejdercheferne udgør sammen med Generalsekretæren den daglige ledelse af Det Danske Spejderkorps.

Generalsekretæren er personalemæssigt ansvarlig for medarbejdere ansat i Det Danske Spejderkorps og har ansvaret for at lede, styre og sikre sammenhæng i det udførende led af korpskontorets leverancer.

¹ Hvornår er man inhabil iht. forvaltningsloven?

Den centrale bestemmelse er lovens § 3, stk. 1. Den fastslår, at man som sagsbehandler er inhabil, såfremt

1) Man har en særlig personlig eller økonomisk interesse i sagens udfald eller er eller tidligere i samme sag har været repræsentant for nogen, der har en sådan interesse. 2) Man er gift, bestået eller besvoret i op- eller nedstigende linie eller i sidelinien så nær som søskendebørn eller andre nærtstående har en særlig personlig eller økonomisk interesse i sagens udfald eller er repræsentant for nogen, der har en sådan interesse. 3) Man deltager i ledelsen af eller i øvrigt har en nær tilknytning til et selskab, en forening eller en anden privat juridisk person, der har en særlig interesse i sagens udfald. 4) (Ikke relevant). 5) Der i øvrigt foreligger omstændigheder, som er egnede til at vække tvivl om vedkommendes upartiskhed. Kilde: DUFs habilitetspraksis.

Generalsekretæren er første kontaktpunkt til eksterne medier i situationer, hvor der forventes en korpsmæssig meningsstilkendegivelse eller kommentarer på en konkret opstået sag i Det Danske Spejderkorps eller i tilknytning til en sådan.

Generalsekretæren indkalder til møde i formandskredsen for de af korpsledelsen nedsatte udvalg og leder møderne. Generalsekretæren er ansvarlig for formandskredsen i samarbejde med udpegede repræsentanter fra korpsledelsen

5. Møder og beslutninger i korpsledelsen

Korpsledelsen holder som udgangspunkt beslutningsmøder holdes 1. onsdag i måneden, bortset fra juni, samt 4 udviklingsmøder årligt. Korpsledelsen bestemmer selv sin mødeform, f.eks. fysiske møder eller telefon-/skype-møder. Det tilstræbes dog at alle korpsledelsesmedlemmer så vidt muligt deltager fysisk i møderne. Der kan indkaldes til ekstraordinære møder i korpsledelsen, hvis dette vurderes nødvendigt.

Korpsledelsens møder er ikke offentlige. Generalsekretæren deltager i korpsledelsens møder. Derudover deltager medarbejdere, udvalgsmedlemmer, administrationschefen fra Spejdernes Administrationsfællesskab samt andre indbudte gæster efter behov.

Spejdercheferne leder korpsledelsesmøderne. Alle medlemmer af korpset kan foreslå sager til behandling af Korpsledelsen ved henvendelse til Generalsekretæren. Generalsekretæren fastlægger dagsorden for korpsledelsens møder i samarbejde med udpegede repræsentanter fra Korpsledelsen

Indstillinger til Korpsledelsen skal følge den af Korpsledelsen vedtagne indstillingsskabelon.

Dagsorden for beslutningsmøder udsendes 7 dage før mødets afholdelse sammen med indstillinger og eventuelle bilag. Korpsledelsen kan træffe en beslutning uden at der foreligger en indstilling, såfremt Korpsledelsen er beslutningsdygtig og ingen korpsledelsesmedlemmer opponerer.

Korpsledelsen kan, udover ved mundtlig dialog, træffe beslutninger ved skriftlig behandling. En beslutning er vedtaget i skriftlig behandling kræver ligeledes godkendelse fra en af spejdercheferne og mindst 6 øvrige korpsledelsesmedlemmer. Korpsledelsen tilstræber at træffe beslutninger i skriftlig behandling så hurtigt som muligt.

Korpsledelsen anstrenger sig for at nå til enighed om en fælles beslutning. Såfremt afstemning er nødvendigt for at konkludere, sker dette med almindelig stemmeflerhed. Ved stemmelighed bortfalder forslaget i den fremsatte form.

6. Udpegninger og Repræsentationer

Korpsledelsen godkender formænd for hovedudvalg, formænd for udvalg og arbejdsgrupper m.v., der refererer direkte til Korpsledelsen og Generalsekretæren. Korpsledelsen godkender repræsentationer udsendt på vegne af Det Danske Spejderkorps.

Ved eksterne repræsentationer for Det Danske Spejderkorps afklares hvert mandat specifikt i forbindelse med personindstillingen eller når relevante informationer foreligger. Ved persongodkendelser afklares mandat og forventningsafstemning med den enkelte ved godkendelsen.

Ved indstilling af personer benyttes personindstillingsskabelonen.

7. Referat af korpsledelsens møder

Der føres referat af alle korpsledelsesmøder.

Referater fra korpsledelsens beslutningsmøder indeholder: Hvem der har været til stede under punkterne, en kort beskrivelse af behandlingen af punktet, herunder en opsummering af de vigtigste argumenter for beslutningen samt beslutningen for de enkelte punkter, herunder økonomiske konsekvenser

Udkast til referat bliver lagt i Korpsledelsens rum til skriftlig behandling på Sharepoint inden for 1 uge efter afholdt møde til kommentering og godkendelse af korpsledelsens medlemmer. På det efterfølgende korpsledelsesmøde tager Korpsledelsen godkendelsen af referatet til efterretning.

Korpsledelsesmedlemmerne bestræber sig på at kommentere og/eller godkende inden for en uge. Efter syv dage er referatet de facto godkendt, såfremt der ikke optræder indsigelser inden

Generalsekretæren sikrer at det godkendte referat senest 2 uger efter afholdelse af et møde i Korpsledelsen offentliggøres på www.dds.dk og arkiveres i sharepoint, hvor også hovedudvalgsformænd har adgang.

Alle korpsets medlemmer har efter referatets godkendelse mulighed for at læse korpsledelsens dagsorden og bilag/indstillinger. Dog undtaget fortroligt materiale.

8. Korpsledelses kommunikation

Udover referaterne udsender Korpsledelsen mindst fire gange årligt en nyhed vedrørende det arbejde, der pågår i Korpsledelsen.

Korpsledelsesmedlemmerne forpligter sig til løbende at orientere hinanden om pågående arbejde, primært i forbindelse med korpsledelsesmøderne men også imellem disse.

Korpsledelsen aftaler internt nærmere spilleregler for ageren på sociale medier både i og udenfor korpset.

Internt i Korpsledelsen er der opmærksomhed på tydeligt at angive samt at overholde deadlines på opgaver og leverancer.

9. Korpsets økonomi

Korpsledelsen fører tilsyn med korpsets økonomi, likviditet, forsikringer og nøgletal. Korpsledelsen fremlægges kvartalsvis afrapportering heraf.

Korpsledelsen fastlægger principper for budgetlægning og følger op på beslutninger der har økonomiske konsekvenser. Korpsledelsen godkender og forholder sig til revisionsprotokollen.

I den daglige ledelse af Det Danske Spejderkorps er Generalsekretæren overordnet ansvarlig for korpsets økonomi.

Korpsledelsen godkender en af Generalsekretæren udarbejdet økonomivejledning der skal tjene til styring af korpsets økonomi og forbrug. Økonomivejledningen skal generelt leve op til kravene om sparsommelighed og bør være inspireret af de offentlige myndigheders anbefalinger samt praksis i organisationer der ligner Det Danske Spejderkorps.

11. Tegningsregler

Korpset tegnes juridisk og økonomisk af en spejderchef i forening med et andet myndigt medlem af Korpsledelsen i henhold til lovenes § 48 (Tegningsregler).

Korpsledelsen har til udvalgsformænd, projektledere og generalsekretær i henhold til arbejdsgrundlag, budget og økonomisk vejledning delegeret kompetence til at tegne på korpsets vegne inden for det område, de er ansvarlige for.

Ved erhvervelse, afhændelse eller pantsætning af fast ejendom kræves dog underskrift af en spejderchef og fire øvrige medlemmer af Korpsledelsen i forening jf. § 48.

12. Gyldighed og vedtagelse

Korpsledelsens forretningsorden er vedtaget den 10. april 2016.

Indstilling til Korpsledelsen

Vedrørende: Prisfastsættelse SL2017

Mødedato: 4. Maj 2016

Modtaget på korpskontoret: 29. April 2016

Kommentarer: xxx

Overskrift	
Indstilling om fastsættelse af deltagerpris for Spejdernes Lejr 2017	
Fra	Korpskontoret, Spejdernes Lejr
Resumé	Spejdernes Lejr er kommet frem til en deltagerpris på 2100 kr. som dækker lejrprisen samt fællestransport.
Overblik	Se baggrundsmateriale.
Behandling	<ul style="list-style-type: none">• Drøftelse og beslutning.
Indstilling	<ul style="list-style-type: none">• Korpsledelsen anbefales at godkende deltagerprisen på 2100 kr.
Formål og strategisk betydning	
Andre inddragede	
Baggrund og fakta	<ul style="list-style-type: none">• 2100 kr. dækker over fællestransport og pladsleje.• Pladslejen udgør 525 kr. som grupperne kan søges lokalt kommunalt tilskud til jf. folkeoplysningsloven. Tilskuddet udgør 65% og betyder en refusion til grupperne fra kommunen på kr. 341,25 pr. deltager.
Beskrivelse	
Eksekvering	
Interesser, motivation og kommunikation	