



## Ansökan om projektmedel

Projektets namn: Påsksmällen  
Startdatum: 2020-05-01  
Slutdatum: 5/4-2021  
Kontaktperson: Bengt Lindgren

### 1 Sammanfattning

#### 1.1 Projektsammanfattning

Projektet vänder sig till klubbar som arrangerar inomhusträffar i hela Sverige grundidén är att genomföra en dag som annonseras ut via Sociala Medier då man kan prova på och få hjälp med sina egna modeller. Dagen som är vald är Annandag påsk 2021 och målgruppen är 7-25 åringar. Vilket inte kommer att förta den ypperliga möjligheten för generationsöverskridande samarbeten med mentorer.

#### 1.2 Koppling mot effektmål

Flygsport är en växande idrott som får med fler 13-25 åringar. Målgruppen är 13-25 åringar som är eller ska bli intresserade av flygsport. Aktiviteterna ska registreras som LOK-Prova på i de arrangerande klubbarna

### 2 Bakgrund

#### 2.1 Bakgrund

Modellflyget har idag svårt att rekrytera nya medlemmar pga det inte finns allmänna kommunikationer till de modellflygfält som används. Detta medför att det är svårt att rekrytera nya medlemmar. Grundtanken med att boka hallar en specifik dag är att det på våren finns ett intresse att kunna prova och hitta fram till en ny idrott för det stora flertalet. Detta gör att tiden mellan första försöket och att komma igång med ett eget flygande minskar.

#### 2.2 Syfte

Få flera klubbmedlemmar samt att aktivera klubbarna på ett nytt sätt. Genom att göra detta på en gemensam dag så kan vi vinna synergieffekter med att annonsera lokalt och att flera närliggande klubbar kan samverka.

#### 2.3 Mål

Att öka antalet medlemmar i klubbarna

Att varje plats besöks av minst 15 ungdomar (7-25 år) där bägge könen är representerade.

### 3 Jämställdhet

Projektet har ingen utpräglad profil för jämställdhet då syftet är en könsneutral kampanj varvid punkterna 3.1 och 3.2 faller.

Materialet som kommer att användas för promotion av evenemanget kommer att med fördel ha kvinnliga förebilder. Kvinnliga ledare kommer att rekryteras till att vara med i eventet.

Rekryteringen kommer att ske via olika former av direkt och indirekt annonsering till den tänkta målgruppen. Annonserna kommer att vara divergerade gentemot kvinnor och män.

#### 3.1 Projektledning

#### 3.2 Resultatmål med projektet

### 4 Tidplan

Startdatum 01-05-2020

Bokning av hallar i samverkan med klubbarna 15-08-2020

Sociala mediekampanjen börjar den 15-10-2020

Genomförande 05-04-2021

Utvärdering påbörjas 01-06-2021

### 5 Budget

	Kostnader
Administration frakt mm	5 000,00 kr
Antal Hallar	6
Snitttimpris	1 000,00 kr
Timmar i hallen	5,00 kr
Modeller Lusy	10 000,00 kr
Hallhyra	30 000,00 kr
<b>Summa sökta medel från FSF</b>	<b>45 000,00 kr</b>