Styrelsens yttrande över inkomna motioner till förbundsmötet 2026-11-18

Motion 1

Från Göteborgs SFK ang avveckling av Nordic Gliding

I förbundet stadgar paragraf 1 anges förbundets målsättning. Styrelsen anser att Nordic Gliding är ett av de viktigaste verktygen vi har för att uppnå de mål som där anges. Se vidare bilaga 1.

Styrelsen yrkar avslag på motionen.

Motion 2

Från Malmö SFK ang gruppförsäkring

Styrelsen förstår inte vad motionären egentligen föreslår.
Segelflyget har en kontinuerlig kontakt med vår primära försäkringsgivare HDI. För ett antal år sedan gjorde vi med HDI ett gemensamt projekt för att undersöka möjligheterna att erbjuda en gruppförsäkring likande den i Norge. Det visade sig att även om det var möjligt att införa en sådan försäkring var det för ett stort antal försäkringstagare inte förmånligt. Vidare att förbundet skulle behöva administrera försäkringen, vilket vi, efter diskussion med norska segelflyget, konstaterade att vi inte har resurser till. Det nuvarande arbetet är inriktat på att t ex inkludera vagnförsäkring i den ”vanliga” kaskoförsäkringen.

Styrelsen anser att motionen med detta är besvarad

Bilaga 1 till motion nr 1

NORDIC GLIDING
Varför vi har Nordic Gliding (NG)

Strategisk sammanfattning

- Hög exponering: NG ger hög trafik och synlighet för sporten
- Demografisk spridning: Högre andel unga och kvinnor bland läsarna än i traditionella klubbmiljöer.
- Ekonomisk effektivitet: Modern digital publicering har minskat kostnaderna avsevärt över tid.
- Inflytande: NG fungerar som en kraftfull lobbyplattform som läses av både myndigheter och politiker.
- Stark annonsplattform: Hög trafik säkerställer ökade annonsintäkter

Ekonomi

Under perioden 2014-2020 publicerade vi sex tryckta tidningar årligen. Beslutet 2020 att övergå till en helt digital modell har varit en framgångsrik strategi, som har skapat betydande besparingar på tryck och porto.

- Kostnadsminskning: Trots hög inflation har Segelflygets bidrag minskat med 43 % från 2020 till 2025 (Inflation inräknad). Om vi hade behållit det tryckta formatet hade dagens kostnader för papper och porto gjort tidningen betydligt dyrare.
- Ökade intäkter: Annonsintäkterna har ökat från cirka 87 000 DKK (2020) till cirka 150 000 DKK årligen. Vi sparar också kostnaden för en extern annonskonsult (cirka 20 000 DKK), eftersom vi nu hanterar detta internt.
- Konkurrenskraftigt pris: Kostnaden per medlem är nu cirka 26 kr/månad – extremt billigt jämfört med andra medier (till exempel kostar Sydsvenskan 169 kr/månad). Det unika nordiska samarbetet är nyckeln till denna låga prisnivå.

Ökad kunskap om sporten

Sporten når betydligt fler människor än tidigare. Där den tryckta tidningen nådde cirka 1 600 svenska piloter är antalet svenska läsare nu 7–10 gånger högre.
Detta säkerställer att kunskapen om sporten och vår politiska agenda sprids långt bortom klubbnivå utan extra kostnader. Ett exempel på räckvidden var den 20 juli 2026, då 6 344 unika besökare läste 11 235 artiklar på en dag.

Mångfald och målgrupper

- Ökad jämställdhet: Medan andelen kvinnor i svenska klubbar ca 6%, utgör de cirka 20 % av läsarkretsen på Nordic Gliding.
- Ung publik: NGs digitala närvaro på sociala medier och YouTube skapar exponering för alla åldrar. Demografin online är mycket jämnare fördelad än i fysiska klubbar, där medlemmarna ofta är äldre.

NG:s added value

- Politiskt inflytande: Myndigheterna läser också NG; Vi sätter relevanta agendor, till exempel genom att ta itu med kritiska "medical cases" hos Transportstyrelsen.
- Dialog med tillverkare: Vi agerar som medarrangör (t.ex. ELSKÅ) och underlättar utlåning av flygplan från tillverkare.

- Erfarenhetsutbyte: Vi stärker samarbetet mellan piloter, klubbar och nordiska länder, inklusive rådgivning om val av nya skolflygplan, bogserflygplan och fondsansökningar.

Angående betalvägg

En studie av en teknisk pay-wall-lösning från 2024 visade att en låst modell skulle vara dyr och administrativt betungande. Slutsatsen är att en betalvägg skulle skada sportens intressen:

- Konfliktande syften: En låst webbplats strider mot våra stadgar för att främja medvetenheten om sporten. Den öppna webbplatsen fungerar som gratis och effektiv reklam.
- Spridning: Bristande möjlighet att dela artiklar försvagar marknadsföringsvärdet.
- Trafik: En stängd webbplats kommer sannolikt att resultera i en betydande minskning av trafiken, vilket kommer att skada både annonsörer och försäljning.

Frågan är därför: Har sporten råd att minska uppmärksamheten på vår viktigaste plattform?

Ekonomisktutfall för NG 2020-2025

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Indtægter						
Salg DSvU	493 030,00 kr.	343 156,00 kr.	342 066,00 kr.	326 388,00 kr.	338 118,30 kr.	312 109,20 kr.
Salg NLF	187 340,00 kr.	138 424,00 kr.	154 239,00 kr.	147 936,00 kr.	154 816,35 kr.	142 907,40 kr.
Salg Segelflyget	469 007,50 kr.	328 152,00 kr.	338 418,00 kr.	325 450,00 kr.	337 155,00 kr.	311 220,00 kr.
Salg Island	7 600,38 kr.	- kr.	- kr.	- kr.	- kr.	- kr.
Annoncesalg	107 075,00 kr.	90 869,00 kr.	86 316,00 kr.	92 401,00 kr.	109 184,00 kr.	137 390,00 kr.
Tilskud Bladpuljen	23 074,85 kr.	- kr.	- kr.	- kr.	- kr.	- kr.
Omsætning i alt	**1 281 635,46 kr.**	**900 601,02 kr.**	**921 039,51 kr.**	**892 175,24 kr.**	**939 274,43 kr.**	**903 627,19 kr.**
Omkostninger						
Porto, distribution blad	- 137 867,34 kr.	- kr.	- kr.	- kr.	- kr.	**- kr.**
Annonce provision	- 21 420,00 kr.	- 19 564,44 kr.	- 16 100,00 kr.	- 11 200,00 kr.	- kr.	**- kr.**
Layout m/moms (Trabolt)	- 414 000,00 kr.	- 414 000,00 kr.	- 411 109,60 kr.	- 414 000,00 kr.	- 414 000,00 kr.	- 432 975,00 kr.
Trykning u/moms indenfor EU	- 94 862,49 kr.	- kr.	- kr.	- kr.	- kr.	- kr.
Artikelskriv u/moms (Trabolt)	- 471 332,00 kr.	- 454 144,00 kr.	- 476 226,51 kr.	- 474 144,00 kr.	- 474 144,00 kr.	- 495 869,00 kr.
Direkte omkostninger i alt	**- 1 139 481,83 kr.**	**- 887 708,44 kr.**	**- 903 436,11 kr.**	**- 899 344,00 kr.**	**- 888 144,00 kr.**	**- 928 844,00 kr.**
Dækningsbidrag	**142 153,63 kr.**	**12 892,58 kr.**	**17 603,40 kr.**	**- 7 168,76 kr.**	**51 130,43 kr.**	**- 25 216,81 kr.**