

Projektredovisning ”Miljöfilm” 102-12 av Naturskyddsföreningen i Malmö

Bakgrund

Syfte: Miljöfrågan är komplex och ständigt aktuell, och alla berörs av den på något sätt. Men miljöfrågor och tillhörande utmaningar är också laddade och kan väcka negativa eller avståndstagande känslor hos vissa individer. Filmfestivalen skapades inte bara för att få ut miljöbudskap utan för att vara en tillfällig plattform där frågor, oro och negativitet kunde få utlopp och bemötas. Och det är ett alternativt sätt att nå vår målgrupp.

För att starta och påskynda befintliga förändringsprocesser (som behövs för att minska vårt ekologiska fotavtryck) krävs bl.a. följande faktorer: Information som ger medvetenhet som leder till kunskap, vilket ofta skapar en vilja till agerande. I dessa processer behövs ofta stöd. Film kan vara ett lämpligt medium som tillsammans med efterföljande dialoger tillhandahåller dessa faktorer.

Mål:

Ny och ökad föreningskännetid, vilket kan leda till nya medlemmar och att fler engagerar sig i Naturskyddsföreningens arbete. Höja aktivitetsnivåer och respekten för miljön i allmänhet. Ge konkreta tips på hur individen lätt påverkar sig själv och sin omgivning - ge förutsättningar till att tanke och ord faktiskt omsätts till handling (detsamma gäller för de politiker vi bjudit in för att svara på eventuella frågor från allmänheten). Målgruppen är ett tvärsnitt av Malmös befolkning, vilka vi hoppas nå via publik marknadsföring samt särskilda inbjudningar till skolor och politiker. Filmerna ska väljas utifrån våra prioriterade arbetsområden, och med hänsyn till året för biologisk mångfald.

Specifika projektmål: 40 deltagare per film. Två nya medlemmar. 1 artikel. 1 annons.

Genomförande

Vi började med att i april kontakta vår tänkta samarbetspartner biograf Spegeln i Malmö – dels för att se vilka möjligheter det fanns att genomföra ett sådant evenemang, dels för att få reda på om de ville hjälpa till. De var positiva och vi satte ett preliminärt datum. Vi avvaktade dock ett definitivt beslut då vi inte var helt överens om deras roll och totalkostnaden för detta (och vi hade ännu inte fått projektbidraget från riks, vilket vi sökte efter förankring inom Malmöstyrelsen och hos Spegeln).

Under sommaren sökte vi finansiellt stöd hos Studieförbundet samt planerade vidare för den tänkta festivalen i november. Våra kontaktpersoner på biograf Spegeln var stundtals osmidiga att arbeta med och inte särskilt generösa, vilket påverkade upplägget av festivalen (totalkostnader samt fördelning av dessa, filmval, gratis inträde eller ej). Vi var även tvungna att anpassa oss efter filmbranschens alla visningstillstånd, distributionsrätter och avgifter. Inte förrän i slutet av september kom vi överens med Spegeln om upplägget (delvis tack vare att vi fick stöd av Studieförbundet och att vår styrelse beslöt att skjuta till extra pengar), och kunde då gå vidare med bekräftelser och väntande göromål. Filmerna som till slut valdes var *Home*, *Underkastelsen* och *Split Estate*. Utöver ovan nämnda faktorer, spelade följande in: *Home* täcker in många saker och är godkänd ur pedagogisk synpunkt; *Underkastelsen* är en tung film som känns lättare om man ser med andra samt har ett ventilerande samtal efteråt och får en stödbroschyr (Cocktaileffekten) med sig hem; *Split Estate* handlar om markexploatering pga gasutvinning, vilket var högaktuellt i Skåne vid denna tidpunkt. Dessutom kunde nätverket Heaven or sHell närvara med personal/expert och material.

När filmerna bekräftats och ett festivalprogram upprättats kunde vi äntligen lägga upp informationen på vår hemsida* och skicka inbjudningar. Upplägget som bestämdes var att ha festivalen en heldag (10 november) då vi tog emot skolklasser dagtid och allmänheten kvällstid. En särskild inbjudan [bilaga 1] gick ut till alla nior och gymnasieklasser i Malmö. En liknande inbjudan [bilaga 2] skickades till ett flertal Malmöpolitiker från båda blocken – dels för att evenemanget är relevant för en politiker, dels för att ge filmbesökarna möjligheter att ställa frågor till lokal beslutsfattare. Till filmvisningarna dagtid bjöd vi även in Fältbiologerna för att bättre fånga upp

eventuella intresserade ungdomar, och till filmvisningarna kvällstid bjöd vi in ämnesexperter som tillsammans med projektledaren (undertecknad) ledde samtalen efter filmerna.

Projektledaren genomförde det mesta med stöd och viss hjälp av styrelsen, och den kommande månaden lades mycket tid på att ordna alla filmer inklusive tillstånd (vi fick hjälp av riks och KemNet med filmen Underkastelsen), detaljplanering av upplägg och innehåll samt marknadsföring. Dessutom skapades ett dokument [bilaga 3] med fördjupningsuppgifter som de besökande skolklasserna kunde ta med sig tillbaka till sin skola. För att underlätta för skolorna kunde de välja mellan två visningar (olika tider, samma film).

För att filmsalongerna inte skulle bli överfulla (antal skolelever dagtid) och för att folk inte skulle riskera att ta sig till biografen i onödan kvällstid skapades ett anmälningsformulär på hemsidan*. Vi valde att inte ta betalt för filmvisningarna - dels för att underlätta för oss själva, dels för att öka antalet besökare (även spontana besökare kvällstid).

Vi använde uteslutande elektronisk marknadsföring för att slippa lägga resurser (tid, pengar, utrymme och förstas miljö) på trycksaker. Utöver våra egna nätverk och kanaler tog vi hjälp av Spegeln och Studieförbundet, och resultatet kan ni se under rubriken Resultat.

* <http://www.naturskyddsforeningen.se/kretsar-lan/skane/malmo/pa-gang/miljofilmfestival/>

Festivaldagen

Dagtid krävdes inte lika stor bemanning som kvällstid eftersom vi inte hade aktiviteter i foajén utan endast ett bord med broschyrer som klasserna kunde ta del av. Utöver biografens personal var endast projektledaren på plats dagtid (och att hyra in en expert för efterföljande samtal kändes onödigt då projektledaren arbetat med liknande). Efter samtalet fick lärarna en tygkasse med fördjupningsmaterial (bl.a. [bilaga 3]) att använda i klassen.

Kvällstid var foajén välfylld och levande - med miljöinformation tillgänglig på flera bord, tre utställare, ett bildspel projicerat på en vägg, en tipsrunda (Biomångfaldsquizet), bemanning samt ekologiska snittar. Vi ville ha en lättsam inramning i arrangemanget för att öka chansen att besökaren lämnar biografen med en positiv inställning som sedan smittar av sig. Samtidigt tog vår bemanning hand om besökarna - allt ifrån att svara på enkla frågor till att fånga upp intresserade och tipsa om kommande evenemang, andra chanser att engagera sig eller hur gå vidare i sin omställningsprocess. För att underlätta kvaliteten i kvällssamtalen valde vi en av de mindre salongerna (dagvisningarna hölls i stora salongen).



Resultat

Vi fick stor exponering på biografen hela 10 november. Fyra filmvisningar med efterföljande samtal. Totalt 144 personer deltog i visningarna och samtalen, och vi fick exponering för ytterligare cirka 20 besökare i foajén. Vi fick tre nya medlemmar (en samma kväll, och ytterligare två som dök upp på vår nästkommande aktivitet).

Det dök upp fem skolklasser (96 besökare), men ingen från Fältbiologerna och inga politiker varken dagtid eller kvällstid. Besöksantalet var något lägre än väntat kvällstid (18 besökare på visning nr 3, och 30 på nr 4), men även övriga besökare till Spegelns ordinarie utbud kunde ta del av vårt utbud i foajén.

Samtalen var goda liksom de muntliga omdömen vi mottog under denna festivaldag. Så även om vi själva kunde önskat en större kvantitet av besökare, är vi nöjda med kvaliteten (och att vi uppnådde de övriga hårda målen). En [text](#) om festivaldagen är publicerad på vår hemsida.

En faktor till det lägre antalet besökare kan vara att marknadsföringen inte höll tillräckligt hög kvalitet. Kvantiteten i marknadsföringen är vi dock nöjda med (se lista nedan samt siddumpningar [bilaga 5]). Sedan finns en ständigt återkommande faktor som evenemangsanordnare i Malmö blir

vare om - att Malmöbon är bortskämd med frekventa gratisevenemang som håller världsklass. Men då film och samtal är bra verktyg, kan vi tänka oss att göra något liknande igen.

Utöver det bifogade materialet och [vår hemsida](#) syntes marknadsföringen i följande sammanhang:

- Studieförbundet och Spegeln's hemsidor
- Miljökollektivet FOT:s [nyhetssida](#)
- Facebook: Naturskyddsföreningen i Malmö (67 medlemmar), Spegeln (1436), Malmö högskola (372), Malmöspionen.se (3210), Kulturcentralen (1511)
- [Heaven or sHell](#)'s nätverk
- [Grön stad](#) publicerade vårt pressmeddelande (sidan 13)
- Sydnytt tog med det i sitt stående inslag Dagens händelser
- Vårt Malmö (tidningen) hade en notis
- [Dygnet runt.se](#) publicerade
- Dessutom gjorde vi ett särskilt e-postutskick till våra medlemmar (ca 1000 st) samt att alla våra medlemmar (ca 3000 st) tidigare fått vårt tryckta program.
- (- Sydsvenskan fick pressmeddelandet, men vi har inte hittat något publicerat)

Ekonomi [bilaga 4]

Budget

I ansökan uppskattade vi: Intäkter 10 000 kr (exklusive egna medel); kostnader 11 000 kr.

Utfall

	Intäkter	Kostnader
Bidrag från riksföreningen	6000	
Stöd från Studieförbundet	2000	
Lokalhyra*		12720
Filmhyra		709
Transport av gods		140
Presenter till talarna		98
Summa	8000	13667

Resultat: Malmökretsen gick själv in med 5667 kronor samt mer än 100 ideella timmar varav de flesta låg på projektledaren.

* Inklusive maskinist, men ändå oväntat hög kostnad.

Bilagor

1. Inbjudan skolor
2. Inbjudan politiker
3. Klassrummet
4. Kvitton
5. Siddumpar (endast i e-versionen)

Jimmy Lindsjö
Uppgiftslämnare och projektansvarig
Ordförande i Malmöstyrelsen

Therése Ehrnstén
Kassör i Malmöstyrelsen