

Till LUS ting

Reflektion över Lundagårds budget

Hanna Gunnarsson, styrelseordförande Lundagårds styrelse, 2013-01-24

Jag har fått i uppdrag av LUS presidium att inkomma med en beskrivning av och reflektion över Lundagårds budget, till första tinget 2013. Jag kan tyvärr inte själv delta på tinget på grund av andra åtaganden (kommunfullmäktige). Detta dokument bygger till stor del på tidigare dokument inlämnade till LUS ting under tidigare verksamhetsår, skrivna av tidigare styrelser och redaktörer. Lundagårds styrelse har sitt första möte för året 29 januari.

Lundagård ägs av studentkårerna vid Lunds universitet, genom LUS. Ägande och styrning slås fast i LUS styrdokument. LUS ting utser styrelse på ett år och tre heltidsarvoderade redaktörer på två år. De nuvarande redaktörernas förordnande går ut 2013-06-30. Lundagård bör ses som en del av kårernas utbildningsbevakande verksamhet, och bevakar studentlivet och universitet i och kring Lund samt den nationella utbildningspolitiken. Styrelsen är inte involverad i det redaktionella arbetet (skrivandet).

Om Lundagårds budget

Lundagård är en organisatorisk och ekonomisk del av LUS, och har inget eget konto eller organisationsnummer. Lundagårds budget är därför en resultatenhet under LUS, tillsammans med LUS kansli, fanborgen och BoPoolen. Lundagårds styrelse ansvarar för att ta fram förslag på budget under våren, i enlighet med den budgetprocess som beslutas av LUS styrelse. LUS styrelse lägger sedan fram förslag på presstöd och resultatmål till LUS ting, och alltså inte budgetens enskilda konton. Detta resultatmål utvärderas sedan i LUS bokslut. Lundagårds ekonomi (betalning av räkningar och bokföring) sköts tillsammans med LUS övriga ekonomi av ett av LUS styrelse upphandlat ekonomiföretag. Avtal förhandlas av Lundagårds styrelse och skrivs under av LUS ordförande. Lundagårds styrelse ansvarar för kontinuerlig uppföljning av budgeten. Vi är nu i fas med rapporter från ekonomiföretaget och de nya ekonomiska rutinerna LUS har beslutat om verkar vara på plats.

Lundagårds budget genomgick stora förändringar i samband med kårobligatoriets avskaffande. Kårerna valde då att möta avskaffandet genom att satsa på Lundagård. En tredje redaktörspost instiftades, webbredaktören, samtidigt som satsningar gjordes på webben (lundagard.se) och innehåll på engelska. "Totaldistribution" infördes, alla studenter vid Lunds universitet får tidningen idag. Ett samarbete med universitet inleddes där universitet köper prenumerationer till alla anställda och samtidigt sänktes presstödet från kårerna från 24 kronor/medlem till 10 kronor/helårsstudent ("hås"). Läs mer om detta i dokumentet "Perspektiv på tidningen Lundagård".

Lundagårds inkomster och utgifter

Inkomster

Finansieringen av tidningen Lundagård delas in i tre huvudsakliga intäkter: annonser, universitetets prenumerationsavgift samt presstöd från kårerna. Övriga intäkter är prenumerationer samt det Lunds universitet betalar för sin informationssida i tidningen.

Presstödet från kårerna är en del av LUS medlemsavgift. Presstödet är en viktig del av Lundagårds

inkomster, både i absoluta tal och som ett bevis på att kårerna äger tidningen. Presstödet har sedan 2010/2011 varit 10 kr/hås, ungefär 290 000 kronor.

En minskning av presstödet ger tidningen mindre inkomster. En sänkning skulle därför behöva mötas av en höjning av andra inkomster eller minskning av utgifter för att inte riskera tidningens kvalitet. En höjning av presstödet är inte aktuellt.

Universitetets prenumerationer baseras på att Lunds universitet betalar 110 kr per anställd till Lundagård i prenumerationskostnader. Prenumerationerna uppskattas av universitet som ett sätt för de anställda att kunna ta del av vad som händer i studentvärlden och vilka betydande diskussioner som pågår när det gäller framförallt utbildningen. En diskussion fördes i höstas om att minska antalet papperskopior och istället erbjuda universitetets anställda tidningen digitalt. Detta är idag möjligt genom appen "Qiosk" där Lundagård kan läsas digitalt. Universitet har dock inte återkommit i frågan om digitala prenumerationer. Inkomsten från prenumerationerna uppgår till 700 000 kronor och uppdateras årligen beroende på antalet sålda prenumerationer.

Annonsintäkterna är Lundagårds största inkomstkälla. Annonsmarknaden är känslig och påverkas lätt av det ekonomiska läget i samhället. Lundagård har dock nått sina försäljningsmål de senaste åren och tidningen har en stark ställning bland annonsörer som vill nå studenter.

Annonsförsäljningen är beroende av att Lundagård förutsättningar när det gäller tryck-, distribution och personalresurser. En förändring i distribution (upplaga och distributionsmetod), personalresurser (antalet arvoderade) och tryckerimetod påverkar annonsförsäljningen. Annonsförsäljningen påverkar självklart också av tidningens innehåll och redaktionella satsningar på olika teman kan locka till sig annonsörer som är intresserade av just detta. Novischnumret och karriärsbilagan, som redaktionen tidigare år har sammanställt, är exempel på redaktionellt innehåll som är intressant för annonsörer. Inför budgetbeslutet i augusti 2013 tog styrelsen fram en bilaga som beskriver annonsförsäljningen.

Styrelsen har under hösten påbörjat arbetet med upphandling av annonsbyrå, då vårt avtal med Tomat håller på att gå ut. Annonsupphandlingen är viktig, då försäljningen av annonser är beroende av att vi har en bra annonsbyrå som har möjlighet att nå rätt målgrupp för tidningen Lundagård. En diskussion har förts i styrelsen om att sköta annonsförsäljningen internt och därmed inte göra någon annonsupphandling. Kontinuiteten med en annonsbyrå ansågs vara en stor fördel och styrelsen beslutade att inte gå vidare med diskussionen om intern annonsförsäljning.

Metro Student Magazine har det senaste året trätt in på tidningsmarknaden i Lund. Deras inträde påverkade annonsförsäljningen för Lundagård i början av hösten och vårt första nummer, det viktiga novischnumret, gick sämre än tidigare år. Styrelsen bedömer konkurrensen från Metro som ett hot mot vår egen annonsmarknad och har flera gånger bett om kårernas hjälp att inte underlätta för spridningen av Metro Student Magazine bland Lunds studenter och i de lokaler där studenter rör sig. Då Lundagård skickas ut till alla studenter har vi en större spridning än vad Metro har, vilket är ett viktigt argument när det gäller annonsförsäljning.

Nya inkomster

Styrelsen har under året diskuterat vilka typer av nya inkomster som Lundagård kan tänkas ha. En idé som framkommit är ett liknande samarbete med Lunds kommun som vi har med universitetet med den informationssida som universitet köper i varje nummer (till en kostnad av 20 000 kr/nummer). Universitetet är väldigt nöjda med denna sida, som de får fylla med vilket innehåll de

vill (texter om olika saker som är på gång). Vid en första kontakt med Lunds kommun fick vi tyvärr nej till vårt erbjudande, med budskapet att återkomma till kommunens budgetprocess. Den är nu i uppstartande och vi kommer därför lämna in vårt förslag återigen till Lunds kommun. Det går dock inte att räkna in detta som en inkomst i dagsläget.

Styrelsen har även under hösten tillsammans med universitetet planerat en satsning på att nå universitetets alumner. Genom det nätverk som finns ska prenumerationer erbjudas tidigare lundastudenter. Arbetet har inte riktigt kommit igång på grund av förseningar i universitetets alumniutskick.

Utgifter

Tryck. Lundagård utkommer med nio 48-sidiga nummer per år samt två bilagor à 16 sidor, som förutom att ge läsarna mervärde tjänar till att dra in extra annonser. Bilagorna placeras i novischnumret samt i ett av vårens nummer. Lundagård bytte tryckeri sommaren 2011, efter det att det tidigare tryckeriet gått i konkurs. Avtalet med tryckeriet gäller till och med juni 2013. Priser förhandlades precis innan årsskiftet och vi bedömer att vi har ett prisvärt tryckeri som vi också har en god relation till.

Distribution. Lundagård har tre distributörer: Tidningsbärarna, Posten och Bring. Posten och Bring är dyrare än Tidningsbärarna, och ett mål är därför att flytta fler adresser till Tidningsbärarna. Prist med Tidningsbärarna har precis förhandlats om. En höjning av priset har till viss del motverkats av att redaktörerna fick igenom en förändring av portogränserna, så att tidningen vid fler tillfällen hamnar i en längre prisklass än tidigare.

Både tryck och distribution påverkas av tidningens omfattning och upplaga. En minskning av tidningens sidor eller antalet studenter som får tidningen skulle påverka utgifterna för tryck och distribution, men samtidigt också påverka annonsförsäljningen. Det är ibland lockande att minska antalet sidor eller upplaga, eftersom det direkt påverkar priset för tryckeri och distribution (där vi betalar per nummer). Inkomsterna för annonsförsäljning är mer trögrörliga och minskar långsammare, och kan därför ligga kvar på höga nivåer även om utgifterna för tryck och distribution minskar, eftersom de tar lite tid för annonsmarknaden att reagera på tidningens förändrade förutsättningar. Samma resonemang gäller det motsatta, en satsning på tidningen som skulle innebära ökade kostnader i tryck och distribution, möts inte direkt av ökade annonsintäkter. Det är därför viktigt att tänka på både kortsiktiga och långsiktiga effekter av förändringar i tryck och distribution. Styrelsen har inga tankar om att förändra tidningens omfattning/upplaga eller dess distributionsform.

Personal utgörs av tre arvoderade redaktörer samt en deltidsarvoderad styrelseordförande. Arvodet för redaktörerna bestäms av LUS ting till samma arvode som för LUS presidium. De arvoderade redaktörerna ansvarar för kontinuiteten och det dagliga arbetet på redaktionen, handleder de ideella skribenterna och fotograferna samt arbetar med frågor som rör tidningens ekonomi, tryck och distribution. Då redaktörerna är de som känner verksamheten och branschen bäst, har de oftast bäst relationer med våra externa parter (annonsbyrå, tryckeri och distributörer) och är drivande i de förhandlingar och långsiktigt utvecklingsarbete. Posten som webbredaktör infördes då ägarna och styrelsen ville göra en stor satsning på webben. Långsiktigt ska webbredaktören finansiera sig själv med hjälp av webbannonser. Så är inte ännu fallet, men webbannonseringen ökar sakta men säkert. Snabba uppdateringar på webben ofta är en förutsättning för många besökare, vilket ligger till grunden för webbannonsering. Webbredaktören

behövs för att koordinera webbarbetet. Redaktör och biträdande redaktör leder arbetet på redaktionen vid sidan om eget skrivande i tidningen. Arbetsbelastningen på redaktionen är hög, precis som på många andra ställen i studentlivet, och de heltidsarvoderade är nödvändiga för att ge stabilitet till och koordinera det iddella arbetet. Minskning av antalet arvoderade skulle direkt påverka arbetet på redaktionen och därmed möjlighet att göra en tidning av hög kvalitet. Möjligheter skulle kunna finnas att befria redaktörerna från fler delar av det icke-redaktionella arbetet (arbetet bakom kulisserna) men det skulle kräva en betydligt mer aktivt arbetande styrelse. Vi har under de senaste två mandatperioderna haft svårt att tillsätta en komplett styrelse vid valtinget, vilket skulle krävas om styrelsen skulle ta över mer av ledningen på dessa områden.

Övriga utgifter

Ordförandearvode. Lundagårds styrelseordförande har enligt gammal tradition ett styrelsearvode, som uppgår till 17 000 kr per år. Detta är en budgetpost som inte har diskuterats den senaste tiden, men som sittande styrelseordförande planerar jag att ta upp arvodet till diskussion. Jag ser ordförandeposten i Lundagårds styrelse som ett ideellt och hedersamt uppdrag, och som sådant behöver det inte arvoderas. Visserligen innebär det, som många andra uppdrag, en del arbete, men inte så att det motiverar ett arvode. Detta är dock inte en fråga som har diskuterats varken i Lundagårds eller LUS styrelse. Att stryka posten styrelsearvode skulle innebära ett relativt stor minskning av utgifterna.

Ekonomihantering. Lundagårds ekonomihantering är fortfarande en osäker utgift. Det nya ekonomisystemet (inköpta tjänster istället för anställd på LUS) har varit igång mindre än ett halvår och det är alltför tidigt att dra några slutsatser, varken ekonomiskt eller verksamhetsmässigt. Efter lite inledande problem har rutinerna nu börjat sätta sig.

Övriga personalkostnader. Under de senaste två åren har Lundagård utökat bevakningen på Lundagard.se kraftigt. Dessutom har tidningen, med stöd i ett beslut av kårerna, skaffat en engelsk webb för internationella studenter gjord av internationella studenter. Detta har inneburit en ökning av antalet medarbetare. Utgiftsposterna för fikakostnader m.m. får därför anses vara slimmade. Lundagårds redaktion består av ideellt arbetande studenter, precis som i övriga delar av studentlivet. Den enda ersättning man får är, förutom erfarenhet och en bra rad i CV:et, fika och ibland även mat som tack för sitt arbete. Det är viktigt att kostnaderna för fika och mat inte springer iväg eller blir lyxigt, men det är samtidigt viktigt för att visa uppskattning. Styrelsen har under året inte haft några kostnader för fika.

Jag hoppas att denna sammanställning kan ge er en bild av de diskussioner som pågår i Lundagårds styrelse kring budgeten och de ställningstaganden som finns att göra. Vi återkommer med ett budgetförslag till tinget den 28/2.

Bilagor

Lundagårds budget 2012/2013, reviderad 2012-11-20

"Prognos för annonsförsäljning", framtagen till budgetbeslutet i augusti 2012

"Perspektiv på tidningen Lundagård" - bakgrund till de ekonomiska besluten 2010

"Kompendium Lundagårds ekonomi och styrning" (ursprungligen framtaget november 2011)