

LUNDAGÅRD

EKONOMI OCH STYRNING

2014-09-15

Texten är framtagen av Lundagårds styrgrupp och syftar till att vara ett informations- och diskussionsmaterial för tidningens ägare (studentkårerna i Lund). Dokumentet tar upp de frågor som Lundagårds styrelse ansvarar för, alltså inte frågor som rör det redaktionella innehållet eller redaktionens arbete. Texten får gärna spridas till intresserade i studentvärlden! För mer information och aktuella siffror och beslut, kontakta ordforande@lundagard.se

1. Lundagårds ekonomi

inkomster och utgifter

presstödet

inkomster från Lunds universitet

2. Styrningen av Lundagård

kårens ägandeskap

styrelsens sammansättning

styrelsens uppdrag

tidningens uppdrag

3. Bakom kulisserna

tryckeri

distribution

annonser

4. Det redaktionella oberoendet

vad innebär det?

val av redaktörer

5. Vidare läsning

viktiga tidigare beslut

budget 14/15

Lundagårds uppdrag

Ur LUS reglemente (2.7)

"Tidningens främsta uppgift är att bevaka och granska LUS och studentkårernas verksamhet, studentnationer, Akademiska föreningen, övriga studentföreningar samt Lunds universitet. Dessutom har tidningen i uppgift att bevaka för studenterna viktiga händelser och skeenden lokalt, nationellt och internationellt."

"Tidningen har som primär målgrupp samtliga studenter vid Lunds universitet. Tidningen ska eftersträva att publicera för internationella studenter viktiga texter på engelska."

"Medlemskårena genom LUS betraktar tidningen Lundagård som ett av de viktigaste sätten att nå ut till samtliga studenter med både information och aktuell debatt om studentlivet och studentrelaterade frågor."

1. Lundagårds ekonomi

Ur LUS reglemente (2.7.)

"För att delfinansiera tidningen får Lundagård varje år ta i anspråk en del av LUS medlemsavgift. Denna summa fastställs av LUS ting i budgetbeslutet"

"För att garantera både en kvalitativ produkt och en relativ obundenhet inför ägarna bör tidningen vara väl understödd om finansiering från annonsförsäljning är svag. Ambitionen är att annonsintäkter ska täcka kostnaderna för tidningen."

Inkomster och utgifter

Se aktuell budget för exakta siffror

Inkomster	summa, cirka	
Presstöd från kårerna	300 000	10 kr/hås (helårsstudent)
Prenumerationer Lunds universitet	700 000	110 kr/anställd
Informationssida Lunds universitet	160 000	20 000 kr/nummer
Annonsintäkter, tidning	målet är 1 000 000	
Annonsintäkter, webb	målet är 100 000	
Utgifter		
Tryck	700 000	
Distribution	580 000	
Löner, redaktörer (inkl arb.giv.avgifter)	570 000	
Hyra, redaktionen	50 000	AF-borgen, vån 3,5
Omkostnader, redaktionen	120 000	resor, reportage, fika, telefoner, kontorsmaterial, utbildningar, datorer och redigeringsprogram
TS-kontroll, Kia-index	18 000	Upplagekontroll tidn+webb

Presstödet

Som anges ovan, utgörs en del av Lundagårds intäkter av ett presstöd från kårerna, som betalas via LUS (samtidigt som medlemsavgiften till LUS). Presstödet och medlemsavgiften till LUS brukar fastställas vid samma tillfälle. Presstödet är ett tecken på kårernas ägandeskap av tidningen, men behövs också för att tidningen inte kan gå runt på bara intäkter från annonsering. Sedan 2010/2011 (obligatoriets avskaffande) har presstödet varit 10 kronor per hås. Året innan dess, 2009/2010, var presstödet 24 kronor per medlem.

2. Styrningen av Lundagård

Kårernas ägandeskap

LUS stadga (kap 11)

"Tidningen Lundagård är en del av LUS verksamhet och svarar inför LUS styrelse för sin icke redaktionella verksamhet"

LUS reglemente (1.3.1.)

"(...) Som komplement till verksamheten har LUS huvudmanaskap för Sveriges äldsta studenttidning – Lundagård. Tidningens uppgift är att bevaka och granska studentkårerna, universitetet, nationerna och övriga studentverksamheter."

LUS reglemente (2.7)

"Medlemskårerna genom LUS betraktar tidningen Lundagård som ett av de viktigaste sätten att nå ut till samtliga studenter med både information och aktuell debatt om studentlivet och studentrelaterade frågor. För att åstadkomma detta sänds den tryckta tidningen till samtliga studenter vid Lunds universitet."

"Medlemskårerna har via LUS rätt att utnyttja sammanlagt en helsida i varje nummer av Lundagård för sina ändamål. Detta utrymme disponeras fritt av LUS för debatt och information om egen och medlemskårens verksamhet."

Kårernas ägandeskap av Lundagård innebär följande:

- LUS ting utser Lundagårds styrelseordförande samt styrelseledamöter (ett år)
- LUS ting utser Lundagårds redaktörer (två år)
- LUS ting fastställer Lundagårds ekonomiska resultatmål (varje år)
- LUS ting godkänner Lundagårds bokslut (varje år)
- Kårerna delfinansierar Lundagård genom presstödet (beslut i budgeten)
- Lundagårds och LUS ordförande företräder tillsammans tidningens intressen, Lundagård har inget eget organisationsnummer (är alltså ingen egen juridisk person). En av redaktörerna är ansvarig utgivare¹
- LUS är arbetsgivare för redaktörerna, och därmed ansvarig för deras arbetsmiljö m.m.
- LUS och kårerna får disponera en hel sida i varje nummer för egen information till studenterna.

För att kunna vara goda ägare och utföra ett gott ägandeskap krävs:

- God och aktuell kunskap om Lundagårds ekonomi och styrning
- Intresse för och vilja att utveckla tidningen Lundagårds organisation och verksamhet, utanför det redaktionella innehållet.
- En fulltalig styrelse för Lundagård med ledamöter som är beredda att lägga ner tid på sitt uppdrag och har tillräckliga kunskaper och kontakter för att fullgöra uppdraget.
- Kontinuerlig diskussion och dialog mellan kårernas företrädare och Lundagårds styrelse i frågor som rör Lundagårds styrning och ekonomi.

¹ Alla tryckta och inspelade medier, som verkar under tryck- och yttrandefriheten, måste enligt lagen ha en ansvarig utgivare. Denna person ansvarar för det som trycks i tidningen och är den som kan ställas ansvarig för brott mot tryck- och yttrandefriheten eller upphovsrätten.

Ägarstämmor

Under verksamhetsåret 2012/2013 inrättade LUS en fokusgrupp om tidningen Lundagård. En av fokusgruppens rekommendationer var att inrätta "ägarstämmor", där kårerna, LUS och Lundagård kan diskutera olika aspekter på ägandeskapet av Lundagård och tidningens ekonomi.

Ägarstämmor ska ske minst en gång per termin, men oftare om det finns intresse och behov.

Styrgruppens sammansättning

Styrgruppen består av

- 1 ordförande som representerar kårerna
- 4 ledamöter som representerar kårerna.
- Lundagårds redaktör/ansvarig utgivare
- 2 ledamöter som representerar redaktionen – *exklusiv nomineringsrätt för redaktionen!*
- LUS presidium är ständigt adjungerade.
- Lundagårds andra redaktör samt webbredaktör är ständigt adjungerade

Styrgruppen utses på ett år, med mandatperiod 1 juli – 30 juni

Styrgruppens uppdrag

I LUS stadga (11.4) framgår att styrgruppens skyldigheter är

- att avlägga detaljbudget till tinget i samband med övriga organisationens budgetarbete,
- att komma med förslag på resultatmål och förslag på presstöd.
- att ansvara för strategisk utveckling, löpande uppföljning och revidering av tidningens ekonomi inom beslutat resultatmål,
- att löpande informera LUS styrelse och ting om Lundagårds ekonomi samt
- att ansvara för arbetsledning av tidningen Lundagårds redaktörer.

Styrelsen arbetar med det som inte är redaktionellt arbete (d.v.s. att skriva, fotografera och redigera själva tidningen). Det handlar framförallt om kontakter med externa parter (tryckeri, annonsbyrå, distributörer) och ägarna (kåerna), göra kontinuerlig budgetuppföljning (efter varje nummer), förhandla avtal (med tryckeri, distributörer, annonsbyrå, m.m.) och fattar beslut om mindre strategiska satsningar. Vartannat år bereder styrelsen valet av nya redaktörer och föreslår dessa för LUS ting. Lundagårds styrelse representerar ägarna, alltså kårerna genom LUS.

Lundagårds styrelse är en arbetande styrelse, där ledamöterna deltar i olika arbetsgrupper som till exempel arbetar med annonsavtal, tryckeriavtal, distributionsavtal, budget och kontakt med ägarna.

Utöver detta fattar **LUS styrelse** årligen beslut om antalet nummer som Lundagård ska ge ut. LUS styrelse är också arbetsgivare för redaktörerna och därmed ansvarig för bland annat deras arbetsmiljö.

3. Bakom kulisserna: Produktion och distribution

Tryckeri

Lundagård trycks av V-tab tryckeri i Vimmerby. Tryckeriavtalet löper på ett år, och innebär låsta papperpriser, något som är mycket bra eftersom papperpriserna är en mycket stor kostnad när man trycker en tidning. Den optimala målsättningen är att varje nummer av Lundagård ska ha 48 sidor, men för att minska kostnaderna kommer Lundagård ha färre sidor det kommande året (något nummer med 48 sidor, annars 40 eller 32 sidor), vilket såklart är tråkigt då det innebär färre artiklar men samtidigt minskar både tryck- och distributionskostnaderna.

Distribution

LUS reglemente (2.7.)

"Tidningen har som primär målgrupp samtliga studenter vid Lunds universitet. Tidningen ska eftersträva att publicera för internationella studenter viktiga texter på engelska."

"Medlemskåren genom LUS betraktar tidningen Lundagård som ett av de viktigaste sätten att nå ut till samtliga studenter med både information och aktuell debatt om studentlivet och studentrelaterade frågor. För att åstadkomma detta sänds den tryckta tidningen till samtliga studenter vid Lunds universitet."

På LUS ting våren 2010, inför obligatoriets avskaffande, fattades några stora strategiska beslut om Lundagård. Ett av dem var att Lundagård ska **distribueras till alla studenter** ("totaldistribution"), oavsett om de är medlemmar i en kår eller inte. Beslutet att distribuera Lundagård till alla studenter bekräftades på LUS budgetting i juni 2013. Det finns ett par viktiga argument för totaldistribution:

Bred läsekrets

Genom totaldistributionen får Lundagård en bred läsekrets av studenter i olika ålder, studieämnen och intressen. En bred läsekrets är grunden för att tidningen ska nås av nyheter och tips från olika delar av studentlivet och universitetet, då läsekretsen i hög grad påverkar tidningens innehåll, både direkt (genom att nya skribenter tillkommer) och indirekt (genom bland annat tips).

Lundagårds särställning inom studentmedierna

Ingen annan nyhetskälla i Lund når lika många studenter varje månad, med en upplaga på mellan 35 000 och 40 000 ex. Lundagård är med totaldistributionen inte en medlemstidning utan en tidning av allmän karaktär. Lundagård står därmed inte på någons sida och har inte heller en viss studentgrupp i åtanke, vilket är en viktig del för tidningens trovärdighet.

Betydelsen för annonsförsäljningen

Totaldistribution är det som särskiljer Lundagård från andra medier (framförallt Metro Student) i vår närhet. En annons i Lundagård når studenter i olika åldrar, med olika framtidsplaner och oavsett om studenten har valt att aktivt bli medlem i något eller valt att prenumerera.

Distributionen blir dessutom enklare i studentbostadsområdena, eftersom inga brevlådor måste plockas ut i utdelningsprocessen.

Genom att Lundagård delas ut till alla studenter får tidningen en mer allmän ställning, och ska alltså inte ses som en medlemstidning för studentlivet (kårer och nationer har istället sina egna medlemstidningar). Men trots detta har kårerna möjlighet att använda Lundagård som en marknadsföringskanal, framförallt genom att använda LUS-sidan för att presentera sin verksamhet.

Annonser

Annonsförsäljningen är Lundagårds viktigaste, men också den mest osäkra, inkomstkällan. De senaste åren har annonsmarknaden varit mycket osäker, då det allmänna ekonomiska läget har gjort att företag och organisationer varit mer försiktiga med sina marknadsföringsbudgetar. Lundagårds annonsförsäljning har drabbats hårt av detta, vilket ger effekter på verksamhetsåret 13/14. En stor annonsupphandling gjordes av Lundagårds styrelse under våren 2013, men gav tyvärr inte alls det resultat vi hade hoppats på. Trots att vi kontaktade alla annonsbyråer vi kunde hitta, och påbörjade diskussioner med ett par stycken, var det ingen byrå som ville skriva avtal med Lundagård. Ett nytt annonsavtal skrevs därför med samma byrå som Lundagård använt under många år: Tomat. Tomat är baserade i Lund och har lång erfarenhet av arbete med studentorganisationer både i Lund och i andra städer. Tomat säljer även annonser till andra stora studenttidningar i landet. Priset för annonser, och möjligheten för Tomat att ge rabatter, bestäms av Lundagårds styrelse. Studentorganisationer har rabatt och LUS får två gratis 1/8-annonser varje termin.

En nyhet i det nya annonsavtalet är att kårerna, som ägare, har möjlighet att sälja annonser till Lundagård utan att gå via annonsbyrån Tomat. Detta var ett önskemål från kårerna i avtalsförhandlingen och är en möjlighet för de kårer som har egna kontakter att hjälpa Lundagård och Tomat i annonsförsäljningen. Det ska dock påpekas att kårerna inte bör bli aktiva annonsförsäljare för Lundagård då det riskerar att leda till förvirring om vem som är den huvudsakliga annonsförsäljaren för Lundagård.

Annonspriser tidningen

Baksida 25 000:-

Sid 2 23 500:-

Helsida 21 000:-

Halvsida 13 000:-

Kvartsida 8 500:-

Stor streamer 10 000:-

Liten streamer 7 000:-

1/8 sida 4 800:-

1/16 sida 3 500:-

Annonspriser webben

Toppbanner 9 000:-/månad

Sidobanner 4 500:-/månad

Redaktionell banner 5 000:-/månad

4. Det redaktionella oberoendet

Ur LUS reglemente (2.7)

”Varken LUS styrelse eller tidningens styrelse äger rätt att påverka det redaktionella innehållet.”

”Tidningen Lundagård är ett utskott under LUS vars självständighet är viktig för organisationen”

Vad innebär det redaktionella oberoendet?

Det redaktionella oberoendet är en grundläggande journalistisk princip för tidningar som inte är medlemstidningar, och går ut på att tidningens redaktionella innehåll (artiklar, krönikor, ledare, foton m.m.) inte bestäms av tidningens ägare utan av dess redaktion och redaktörer. Det är på samma sätt inte tidningens styrelseordförande som är ansvarig för innehållet, utan tidningens (chef)redaktör.

Det redaktionella oberoendet garanterar att tidningen kan publicera nyheter, reportage och bedriva granskande verksamhet utan att riskera censur från ägarna. På så sätt möjliggörs granskning av såväl ägarna som olika delar av samhället. Medierna möjlighet att arbeta fria från styrning av det redaktionella innehållet brukar anses vara en av demokratiska grundprinciperna.

Tidningen Lundagårds redaktionella oberoende slås fast tydligt i LUS reglemente: Varken LUS, kårerna eller tidningens styrelse har rätt att påverka tidningens innehåll. Som representant för kårerna kan man alltså inte kontrollera huruvida Lundagård skriver, eller inte skriver, om en viss sak. Alla sådana beslut fattas av tidningens redaktion och redaktörer. Varken LUS, kårerna eller styrelsen får läsa artiklar eller ta del av annat innehåll i tidningen innan den har gått i tryck, om inte något annat har överenskommits mellan en enskild journalist och den som blivit intervjuad.

Val av redaktörer

Lundagårds redaktörer väljs på en mandatperiod av två år. Valet sker av LUS ting, och Lundagårds styrelse agerar valberedning. Styrelsen ansvarar för hela valberedningsprocessen, från utlysning av posterna till att intervjua och föreslå kandidater. I det senaste valberedningsarbetet (våren 2013) ingick representanter från Lundagårds styrelse, Lundagårds redaktion och ytterligare en representant från kårerna. I valberedningsprocessen intervjuas kandidaterna om sina kunskaper och erfarenheter av journalistiskt arbete, ekonomi och avtalsfrågor samt kunskaper och erfarenheter av studentlivet i Lund.

5. Viktiga tidigare beslut

2014-10-15 (LUS ting)

ändring av beslut i mars, angående utlysning av antalet redaktörer

- att två heltidsarvoderade uppdrag som redaktörer [utlyses] för mandatperioden 2015-2017 samt ett heltidsarvoderat uppdrag som redaktör [utlyses] för halva mandatperioden 2015-2017 (150701-160630)
- att frågan om tillsättande av den tredje redaktörer [diskuteras] på ting innan 5 oktober 2015

2014-03-12 (LUS ting)

minskning av antalet redaktörer

- att utlysa endast två redaktörsposter mandatperioden 2015-2017.

2013-06-10 (LUS budgetting)

Bekräftelse av totaldistribution och avbeställning

- att **ha** fortsatt totaldistribution av tidningen Lundagård
- att **uppdra** åt Lundagårds styrelse att tillse att alla studenter ges möjlighet att avbeställa tidningen och att detta tydliggörs på hemsidan.

Budgetbeslut

- att fastställa resultatmålet för LUS resultatenhets 02 "Lundagård" för verksamhetsåret 2013/14 till 15 332 kr
- att Tidningen Lundagård **får** ta del av 10 kr/HST från LUS medlemsavgift verksamhetsåret 2013/2014
- att **uppdra** åt Lundagårds styrelse att senast februari 2014 göra en utredning av antalet redaktörer med förslag på hur organisationen skulle kunna anpassas efter att ha två redaktörer
- att **uppdra** åt Lundagårds styrelse att till LUS ting 1 verksamhetsåret 2013/14 ta fram ett underlag med förslag på annonsandelskrav för tidningen Lundagård.

Reglementesändring angående titlar

- att Lundagårds biträdande redaktör **byter** titel till redaktör
- att **ändra** reglementet 2.7.1 och 2.7.1.1-2.7.1.3 i enlighet med motionen och Clara Lundblads yrkande (lägga till avsnittet "2.7.1.3 Redaktör som är ansvarig utgivare" med följande lydelse "En redaktör har ansvar för att vara ansvarig utgivare för Lundagård, Lundagard.se och Lundagard.net.")

Fokusgruppen om Lundagård

- att **uppdra** åt Lundagårds styrelse att implementera rekommendationerna och redovisa detta för tinget senast den 31 oktober 2013 (bland annat inrättande av ägandestämmor).

Per Capsulam-beslut, LUS styrelse 2013-06-03 (*antalet nummer*)

- att Lundagård 2013/14 ska ges ut i sju nummer **eller** att Lundagård ska dra ner på kostnaderna för tryck och distribution jämfört med 2012/13 med en summa motsvarande två nummer (300 000 kr)

Nytt annonsavtal med Tomat juni 2013

- Kårerne kan sälja annonser till Lundagård utan att gå via annonsbyrån Tomat

2012-08-27 (LUS ting 1)

- att resultatmålet för Tidningen Lundagård för verksamhetsåret 2012/2013 blir -15 000 kr.
- att uppdra åt LUS styrelse och Lundagårds styrelse att inkomma med ett preliminärt budgetförslag för verksamhetsåret 2013/2014 innehållande ett resultatmål om +15 000 kr eller högre för Tidningen Lundagård.
- att mötessekreteraren noterar i protokollet att kårernas gemensamma intention är att fastställa ett resultatmål för Tidningen Lundagård verksamhetsåret 2013/2014 +15 000 kronor eller högre.

2011-05-30 (LUS ting 6)

- att resultatmålet för Lundagård för verksamhetsåret 2011/2012 sätts till -100 000 kronor;

2010-04-27

- Beslut om **"totaldistribution"** - tidningen skickas till alla studenter vid Lunds universitet (istället för att bara skickas till medlemmar). Se beskrivning ovan.
- Beslut om budget som innebar en **halvering av prestödet** från kårerna: från 24 kr/hås (2009/2010) till 10 kr/hås, samt ett budgeterat minusresultat på 182 900 kr
- Beslut i budget om att inrätta en tredje heltidare på Lundagård, **webbredaktören**, och därmed en stor satsning på webbtidningen både i antalet artiklar som publiceras och möjligheten att höja kvaliteten på dessa.

2010-05-25 (valting 2)

- Den första webbredaktören väljs, med en mandatperiod på ett år (de två andra redaktörerna valdes 2009, med en mandatperiod på två. Alla redaktörerna sitter nu på två år, tillsammans).

2009-10-07

- Inrättande av Lundagårds fonderade medel: *"att etthundra åttio tusen (180 000) kronor av LUS kapital ska utgöra Lundagårds fonderade medel från och med 2010-07-01."*