



SVENSKA
FOTOGRAFERS
FÖRBUND

*Övriga
årsmöteshandlingar
2016*

DAGORDNING FÖR ÅRSSTÄMMAN 2016

- 1/ Öppnande av årsstämman
- 2/ Val av ordförande och sekreterare för årsstämman
- 3/ Val av två justerare tillika rösträknare för årsstämman
- 4/ Fastställande av röstlängd
- 5/ Fråga om stämman är stadgeenligt utlyst
- 6/ Parentation
- 7/ Förbundsstyrelsens verksamhetsberättelse
- 8/ Revisorernas berättelse
- 9/ Fastställande av balans- och resultaträkning
- 10/ Fråga om ansvarsfrihet för styrelse
- 11/ Motioner
- 12/ Fastställande av avgifter
- 13/ Fastställande av budget, handlingsplan och verksamhet 2016
- 14/ Val av ordförande för förbundsstyrelsen
- 15/ Val av ordinarie ledamöter för förbundsstyrelsen
- 16/ Val av suppleanter i förbundsstyrelsen
- 17/ Val av två revisorer och två suppleanter
- 18/ Val av tre ledamöter i valnämnd, varav en sammankallande
- 19/ Avslut

MOTIONER

Inkomna motioner till Svenska Fotografers Förbunds årsstämma 2016

Motion till årsstämman från Klas Sjöberg:

PRISGUIDEN BEHÖVER PRIORITERAS och utvecklas.

Förslaget är att digitalisera guiden samt att på detta sätt göra den dynamisk och påbyggnadsbar med tips om hur man gör affärer, rättighetsfrågor, tekniska artiklar m m.

För att finansiera denna utveckling föreslås att vi utreder hur vi kan utveckla våra kommersiella intäkter t.ex annonser via tidningen F och hemsida.

Tidningen F är idag en kostnad för medlemmarna i storleksordningen 1/3 av medlemsavgiften. Annonsintäkterna till tidningen har på senare år minskat drastiskt.

Digitala plattformar för tidningar är idag en stor marknad för annonser och jag föreslår att tidningen i tryckt form avvecklas till förmån för en digitalisering och utveckling av tidningen. På detta sätt kan vi med en digital tidning nå fler läsare och samtidigt attrahera fler annonsörer.

Klas Sjöberg

Förbundsstyrelsens förslag till årsstämman:

Styrelsen är enig med motionären och ser ett värde i att se över på vilket sätt prisguiden kan moderniseras. Projektet fanns därför med i styrelsen tidigare budgetförslag. Inför 2016 ser vi dock att ekonomin är mer ansträngd än vad tidigare prognoser visat, vilket innebär att vi måste avvakta med den i sammanhanget stora kostnaden att utveckla en ny prisguide tills förbundets ekonomi tillåter detta. Dock har vi en ny genomarbetad och uppdaterad prisguide för SFF som lanserades för bara ett par månader sedan.

Den andra delen motionären tar upp handlar om tidningen.

Att göra om tidningen till en enbart digital version är en mer komplex diskussion som omfattar ekonomi, kommunikation, kontakt med och mellan medlemmar, bildens presentation i Sverige och fotografiets, fotografers och SFF:s status och prestige i samhället, som kräver en djupare diskussion.

Förutom att en omgörning och utveckling av en digital version skulle innebära kostnader som vi idag inte kan överblicka, så är det inte troligt att annonserna skulle öka i en digital F i förhållande till det tryckta, mot bakgrund av den utveckling som mediemarknaden har tagit.

Den digitala annonsmarknaden har förvisso totalt ökat, men en mycket liten del av det kommer de svenska tidningarna till godo. De annonspengarna flödar i dag istället ut till internationella digitalaktörer som Google, Facebook och Schibsted.

1. Generellt kommer de stora annonsintäkterna i dag fortsatt från papperstidningarna och inte digitalannonsering, gäller även för dagspress.

2. En del av de stora mediehusen har lyckats börja få in substantiella summor på digitala annonser, men inte lika mycket som de har tappat.

3. För övrig mindre nyhetspress, landsortspress etc. är den digitala annonseringen marginell. De måste överleva på inkomster från andra affärsmodeller.

4. Väldigt få läsare är beredda att betala för veckotidningar, specialmagasin och magasin i digital utgåva överhuvudtaget. De har en mycket begränsad publik. Dessa tidningar har fortfarande sin publik i printform. Allt från Magasinet Filter, Amelia till Året Runt, vår bedömning är att detta kanske särskilt gäller ett bildupplevelsemagasin som F.

5. Mediekrisen är en annonsmarknadskris, inte en tidningskris.

6. 2014 var första gången tidningarnas inkomster från sina läsare var högre än inkomster från annonser. Ett mediehistoriskt skifte.

Med den erfarenheten av marknaden som finns i dag, skulle en övergång till en digital F av allt att döma vara en dålig ekonomisk affär med ett minskande antal läsare.

I skrivande stund startar även dagspress på nytt tryckta tidningar för att behålla och fånga in nya målgrupper (senast SvD Junior) och kontakt med läsare. Till och med det journalistiska digitalprojektet Blank Spot Project som SFF inledningsvis gav sitt stöd till, startar nu en tryckt tidningsversion för sin kommunikation för att inte förlora ännu fler medlemmar.

Styrelsen har dock i enlighet med motionärens intentioner beslutat på senaste styrelsemötet att uppdrå åt tidningens professionella annons säljare att undersöka förutsättningarna för att utveckla annonsförsäljningen till F och den digitala publiceringen.

Styrelsen är enig med motionären i sak, att prisguiden ska utvecklas, men att detta ska ske när förbundet har de ekonomiska förutsättningarna för detta.

Styrelsen är inte enig med motionären att den tryckta versionen av F ska läggas ned.

Styrelsen yrkar därmed avslag på motionen.

Motion till årsstämman från Magnus Wahman:

VI I SFF BEHÖVER HÖJA KVALITÉN PÅ PRISGUIDEN, anser att den behöver moderniseras

Förslaget är att göra en digital variant av prisguiden som är mer dynamisk och den bör förnyas löpande under året i takt med att nya rön och idéer dyker upp och bestäms. På så sätt blir guiden möjlig att bygga om löpande över tid. Tänker också att den kan innehålla teknisk information samt tips och idéer på olika arbetsmodeller. Man kan löpande även ha hänvisningar till olika avtal samt länkar till andra organisationer var man kan fördjupa kunskaper, t.ex. Skattemyndigheten

För att finansiera denna utveckling föreslås att vi utreder hur vi kan utveckla våra kommersiella intäkter t.ex. annonser via tidningen F och hemsida.

För att öka annonsintäkterna på tidningen F föreslås en

digital upplaga på SFF:s webb som alla kan läsa vid sidan om papperstidningen. De senaste åren har annonsering på internet ökat kraftigt och annonsering i papperstidningar minskat. På detta sätt finns två kanaler att få in annonspengar istället för en.

Förbundsstyrelsens förslag till årsstämman:

Styrelsen är enig med motionären och ser ett värde i att se över på vilket sätt prisguiden kan moderniseras. Projektet fanns därför med i styrelsens tidigare budgetförslag. Inför 2016 ser vi dock att ekonomin är mer ansträngd än vad tidigare prognoser visat, vilket innebär att vi måste avvakta med den i sammanhanget stora kostnaden att utveckla en ny prisguide tills förbundets ekonomi tillåter detta. Dock har vi en ny genomarbetad, förbättrad och uppdaterad prisguide för SFF som lanserades för bara ett par månader sedan.

Den andra delen motionären tar upp handlar om tidningen.

Att göra om tidningen till digital version är en mer komplex diskussion som omfattar ekonomi, kommunikation, kontakt med och mellan medlemmar, bildens presentation i Sverige och fotografiets, fotografers och SFFs status och prestige i samhället som kräver en djupare diskussion.

Förutom att en omgörning och utveckling av en digital version skulle innebära kostnader som vi inte kan överblicka, så är det inte troligt att de digitala annonserna skulle öka i en digital F i förhållande till det tryckta mot bakgrund av den utveckling som mediemarknaden har tagit. (se motions-svar 1). Vissa tidningar/ magasin/ Veckotidningar har ingen, eller drar ner på sin digitala publicering till förmån för den tryckta. Strategin för varje målgrupp och ändamål är olika. En satsning på en digital F måste föregås av en professionell utredning för att se om tillräckligt underlag, ekonomiska och annonsförutsättningar finns. Utrymmet för den konsulttjänsten finns inte budgeten i dagsläget.

Styrelsen har dock i enlighet med motionärens intentioner beslutat på senaste styrelsemötet att uppdra åt tidningens professionella annonsförsäljare att undersöka förutsättningarna för att utveckla annonsförsäljningen till F och den digitala publiceringen.

Styrelsen är enig med motionären i sak, att prisguiden ska utvecklas, och att se över på vilket sätt F i digital form kan fungera som ett komplement till F i tryckt form. Men att detta ska ske när förbundet har de ekonomiska förutsättningarna för detta.

Styrelsen yrkar därmed avslag på motionen.

Motion till årsstämman från Magnus Wahman:

ÖVERSÄTTNING AV PRISGUIDEN TILL ENGELSKA. Kanske även till ytterligare språk då många medlemmar arbetar med kunder och bildköpare utomlands.

Förbundsstyrelsens förslag till årsstämman:

Styrelsen anser att förbundet bör avvakta med en engelsk version av prisguiden.

Som förklaras i svaren till motion 1 och 2 har styrelsen intentionen är att utveckla prisguiden vidare när förbundet har ekonomiska resurser för detta.

En engelsk version kan då komma i fråga. I nuläget finns dock avtalsmallar på engelska att ladda ner på förbundets hemsida.

Styrelsen yrkar därmed avslag på motionen.

FÖRSLAG TILL AVGIFTER

STYRELSEN FÖRESLÅR oförändrad avgift för medlemskap i SFF.

VALBEREDNINGENS FÖRSLAG 2016

FÖRBUNDSSTYRELSEN

Ordförande

Ann-Katrine Almqvist, Stockholm, 1 år

Ledamöter

Anna Hult, Göteborg, 2 år

Maria Steén, Stockholm, 2 år

Suppleanter

Lotta Gyllensten, Malmö, 1 år (fyllnadsval för Lena Lee)

Hendrik Zeitler, Göteborg, 2 år

Göran Ekeberg, Uppsala, 2 år

REVISORER

Ordinarie

Auktoriserad: Michael Christensson, Skeppargatans Revision AB, Stockholm

Förtroendevald: Thomas Sundin, Örebro

Suppleanter

Auktoriserad: Stefan Gustafsson, Skeppargatans Revision AB, Stockholm

Förtroendevald: Johan Okker, Täby

VALBEREDNINGEN

Sittande valberedning lämnar plats för nytt förslag på valberedning på stämman.

FÖRSLAG TILL BUDGET FÖR SFF 2016

Förbundsavgifter	195 000
Summa intäkter	195 000
Styrelsearvoden	60 000
Valberedning	7 000
Förvaltningskostnader	35 000
Övrigt	3 000
Summa kostnader	195 000

SVENSKA FOTOGRAFERS FÖRBUNDS VERKSAMHETSPLAN FÖR ÅR 2016

STYRELSEN FÖRESLÅR STÄMMAN följande verksamhetsplan för år 2016:

Vision

Svenska Fotografers Förbund ska stärka och utveckla yrkesvillkoren för fotografer och höja statusen för det fotografiska bildskapandet.

Mål och syfte

- Höja statusen för yrkesfotografer.
- Samla fotografer inom SFF.
- Främja det fotografiska bildskapandet.
- Mobilisera yrkesfotografer kring våra mål och stärka deras förhandlingsläge på marknaden.

Verksamhetsplan för SFF

Utifrån ovan nämnda vision och syfte för SFF föreslår styrelsen stämman att förbundets verksamhet år 2016 ska inriktas på följande åtta punkter.

1. Medlemsantal

SFF ska genom utveckling av förbundets interna och externa kommunikation samt särskilda aktiviteter se till att fler medlemmar rekryteras.

Målet är att fortlöpande undersöka och möta professionella fotografers behov, en transparent och effektiv kommunikation och att genom detta vända dagens medlemstapp till en ökning av medlemsantalet.

2. Medienärvaro

SFF ska aktivt och löpande kommunicera förbundets kärnfrågor i för ändamålet relevanta mediekanaler.

SFF ska vara uppmärksam och aktivt driva förhandling och påverkansarbete gällande oskäligen avtal.

SFF ska fortsätta att ta plats bland makthavare och medier under Almedalsveckan.

SFF ska aktivt och löpande uppsöka olika forum inom media för att genom systematisk opinionsbildning se till att SFF fortsätter att vara det självklara valet för medierna rörande fotografi.

3. Kompletterande områden för SFF

- SFF ska fortsätta det viktiga arbetet med att
- motverka en osund avtalsmarknad
 - utveckla branschrekommendationer
 - höja prisbild och status för det fotografiska yrket
 - främja ett miljövänligt tänkande
 - arbeta med ett tydligt mångfaldsperspektiv
 - motverka inskränkningar i rätten att fotografera och värna om yttrandefriheten

4. Samarbeten/representation

SFF ska fortsätta att vidareutveckla och intensifiera sina samarbeten med de organisationer, institutioner som bidrar till att stärka SFF:s verksamhet och medlemmarnas ställning.

5. Politisk lobbying

SFF ska genom påverkansarbete i samarbete med organisationer såsom KLYS och andra europeiska organisationer, fortsätta driva viktiga politiska frågeställningar. Lobbying som rör fotografers yrkesstatus och i synnerhet SFF:s medlemmars status ska genomföras genom att sprida kunskap och information.

SFF ska fortsätta arbetet med MU-avtalet, dess implementering och utvidgning, även detta i samarbete med andra organisationer.

6. Ekonomi

SFF ska anpassa förbundets ekonomi så att stabiliteten som råder, kan bibehållas. Trots sviktande annonsförsäljning och minskade medlemsavgifter ska SFF på bästa sätt omsätta ekonomiska medel för ett effektivt arbete i de arbetsgrupper som pågår.

7. Utbildning

SFF ska stödja kvalificerad utbildning av fotografer samt fortsätta att förmedla vidareutbildningar för att höja kompetensutvecklingen hos redan yrkesverksamma.

SFF ska fortsätta att tipsa medlemmar om enstaka kurser i praktiskt företagande såsom; marknadsföring, deklaration, bokföring, tala inför publik, med mera.

8. Priserådgivning

En priserådgivningsgrupp om sex personer kommer att finnas för rådgivning varje förmiddag.

Stockholm den 9e mars 2016

SFF:s styrelse

FÖRSLAG TILL BUDGET SFF SERVICE AB 2016

KONTO	2016	
INTÄKTER		
Serviceavgifter	3 101 200	
Ersättningar från Bonus	4 400 000	<i>Kopieringsersättning till IR, repr. i Bonus Presskopia, upphovrättsligt arbete</i>
Org. bidrag Författarfonden	1 649 000	
Div. försäljning	15 500	<i>Id-kort etc</i>
Kanslibidrag	583 137	<i>Fotoförfattarnas verksamhet i SFF Service AB</i>
Centennium	1 000	
Kurser, föreläsningar	172 000	<i>Föreläsningar, Norrlandsdagarna m m</i>
Fakturerade kostnader	196 000	<i>Norrlandsdagarna kost o logi, stämma</i>
Fotografisk tidskrift	210 000	<i>Annonsintäkter, prenumerationsintäkter</i>
Webb	120 000	<i>Annonsintäkter</i>
Övriga intäkter	199 000	<i>Förvaltningsavgifter Pyramide Norden, övriga bidrag</i>
SUMMA INTÄKTER	10 646 837	
KOSTNADER		
Personal inkl. bikostnader	3 694 169	
Ordförande inkl. soc. avg.	338 800	
Arbetsgrupper	439 500	<i>Prisrådgivning, KLYS, strategi, kommunikation m fl</i>
Bidrag sektionen	1 096 937	<i>Organisationsbidrag Författarfonden</i>
Resor, kost, logi	605 900	<i>Norrlandsdagarna m m</i>
Representation	118 500	
Inhyrda tjänster	1 282 100	<i>Ekonomi, föreläsningar, utbildare, frilans, repro, layout m m</i>
Förvaltningskostnader	70 000	
Bonus IR	2 000 000	<i>Individuell reprografiersättning</i>
Lokalkostnader	644 000	<i>Kansli, externt inkl. städning, underhåll</i>
Hyra inventarier	21 000	
Kontors- och förbrukningsmaterial	84 000	
Marknadsföring	44 000	
Tryck	176 000	<i>Fotografisk tidskrift m m</i>
Porto, tele, frakt	89 000	
Föreningsavgifter	123 200	<i>KLYS, Idea, IFFRO</i>
Licenser försäkringar	17 000	
Övrigt	32 750	
SUMMA KOSTNADER	10 876 857	
RESULTAT	-230 020	