



NLFs anbefalinger og erfaringsoverføring for

## **PR, informasjon og mediahåndtering ved arrangement**

v 1.0, 2. februar 2016 , Rolf Liland

Konkurranser og mesterskap er en sentral del av et NIF-særforbunds aktiviteter. Utøvere legger mye tid og penger i å bli gode nok til å kvalifisere og å kjempe om medaljene. Arrangører gjør sitt ytterste for å lage et strømlinjeformet og minneverdig arrangement. Sikkerhet for utøvere og publikum gjennomsyrrer hele arbeidet fra start til slutt.

Samtidig er NLFs konkurranser i tillegg til breddeidretten noen forbundets sterkeste virkemidler i kampen om tilgang på arenaer (flyplasser, luftrom, tillatelser, goodwill), om sponsormidler og ikke minst i å fange interessen blant nye medlemmer, deltakere og frivillige arrangører som kan bære idrettsgrenene våre videre.

Et godt gjennomført arrangement, med et gjennomtenkt media/sosiale medier-arbeid, vil ha møtt publikum, deltakere og ansvarlige på hjemmebane. I tillegg vil det ha gitt deltakere og medaljevinnere god og positiv oppmerksomhet i sine lokalaviser og i nettsamfunnene, og det vil ha gitt politikere og lokale beslutningstakere et positivt inntrykk av luftsport, noe som kan komme godt med i forskjellige saker.

Til sist er konkurranser og andre arrangementer en fin måte å møte publikum ansikt-til-ansikt, forklare sporten, og kunne trekke til seg mulige fremtidige kursdeltakere.

For å hjelpe arrangører i å enkelt men effektivt skape en positiv oppmerksomhet før, under og etter arrangementet, er denne policyen og disse tipsene utarbeidet av forbundsstyret.

Veiledning for arrangører og medieansvarlige sitt for- og etterarbeid ved forbundets, seksjoners og klubbers forskjellige konkurranser, mesterskap og andre idretts- og publikumsarrangement som profilerer luftsport.

### **Hensikten er å positivt profilere:**

- luftsport og idrettsgrenen — for samfunnet, nærmiljøet og nye medlemmer,
- arrangement og arrangør — for sponsorer, nærmiljøet og andre klubber,
- enkelt-deltakere og vinnere sentralt og i sine hjemmemiljøer (dripdown) — for sine nærmiljøer, sponsorer, luftsportmiljøet og andre klubber,
- materiell og nyvinninger — for samfunnet og for medlemmer,



**samt å motivere:**

- deltakere,
- fremtidige deltakere,
- frivillige medhjelpere,
- fremtidige arrangører,
- nåværende og fremtidige sponsorer

til innsats for og under arrangementet, og til neste arrangement

**ved å effektivt utnytte det positive profilerings- og rekrutteringspotensialet luftsportsarrangementer har, gjennom bruk av:**

- NLFs egne websider,
- arrangørens vanlige websider,
- arrangementets egne websider,
- idrettens websider lokalt, regionalt og nasjonalt
- nasjonalt og evt internasjonal fagpresse,
- nasjonal, regional og lokale mediekanaler (nettavis, avis, blader, TV, radio, lokalradio m.m.)
- sosiale medier med spredningsmulighet (p.t. Facebook, Twitter, Instagram m.m.).

I søker veiledningen å få orientert flest mulig potensielle deltakere, medhjelpere, sponsorer og tilskuere ved gjennom bruk

**1. Forarbeidet**

a. Når stevnet/arrangementet/mesterskapet/kurset er blitt tidsbestemt:

- i. Utnevnt ansvarlige for profilering, websider og PR/informasjon.
- ii. Bekjentgjør arrangementet med spesifikk og beskrivende informasjon som hendelse: f eks "NM i fallskjermhopping, Bømoen, Voss, 13.-18.oktober 2019, [www.skydivevoss.no](http://www.skydivevoss.no), [www.fallskjerm-nm2019.no](http://www.fallskjerm-nm2019.no), #fallskjermnm2019" inn på gjeldende kalendre, f eks:
  1. NLFs webkalender
  2. Seksjonens egne kalendere.
  3. "Socialflight" og andre luftfart- og luftsportsrelaterte kalendre.
  4. "Hva skjer"-kalendre i lokal- og regionalaviser, nettaviser, NRKs distriktssider og lignende.
  5. Idrettskretsen og lokalkommunens arrangementskalendre.
  6. Lokalt næringsforum sine informasjonssider.



7. Facebook som en inviterbar "event".
  8. Twitter og Instagram. Lag emneknagger tidlig, både generiske som #norgesluftsportforbund #fallskjerm #paragliding #vossparagliderklubb #hordalandidrettskrets #idrett #luftsport #flymedoss #flynytt #frittfall #airsports osv, og arrangementsspesifikke som f eks #nmmikrofly2016 #kongepokal #starmoen #elverumkommune #visitelverum #mikroflyseksjonen #presisjonsflyging og direkte som @norgesluftsportforbund @frittfall @flynytt
  9. Internasjonale luftsportkalendre.
  10. Andre kalendre.
- b. Opprett en Dropbox med logoer, bilder og pressemeldinger, som kan benyttes av journalister og andre som kan komme til å skrive om arrangementet.
- c. Inviter sportsavdelingen i lokalavisen samt NRKs distriktskontorer til orienteringsmøte om arrangementet, og fortell hvilke muligheter det er til å være med (tandem, observatør eller lignende) eller til å få utøvere til å dele filmklipp med media. Vis eksempler på god filming fra andre arrangementer.
- i. Fortell også journalistene om rekorder man kanskje kan komme til å slå, og om spesielle profiler/lag som skal være med; f eks verdensmestere, spennende outsiders, ungdomslag, lokale lag eller enkeltutøvere man kan ønske å profilere.
  - ii. Forbered et "fact sheet" med informasjon om idretten;
    1. sportsgrenen,
    2. konkurranseformen det skal konkurreres i,
    3. tidspunkter og sted for arrangementets deler,
    4. dårligværsplaner,
    5. om det skal deles ut kongepokal,
    6. om det er personer som det kan tas kontakt med, eller gjøres forhåndsintervjuer med,
    7. om utstyret utøverne bruker (beskrivelse, hastigheter, spesielle features og lignende) og hvordan de kan kjenne igjen enkeltutøvere de ønsker å følge



8. kontaktpersoner før, under og etter arrangementet, med kontaktinformasjon (tlf og epost)
  9. kontaktperson dersom det mot formodning skulle skje en alvorlig hendelse
  10. relevante lenker til arrangementet, informasjonssider, filmer og til seksjonens websider.
- iii. Avtal hvordan pressemeldinger og bilder kan sendes til redaksjonene.
  - iv. Om ikke annet er opplyst, anbefales tekst sendt i Word-format, uformatert og uten bilder.
  - v. Bildetekster skrives for seg selv etter pressemeldingen. Bruk samme filnavn i billedteksten som på bildene. Oppgi fotografens navn, detaljer om hva man ser, og bekreft at fotografen gir tillatelse til å bruke bildet.
  - vi. Om ikke annet er oppgitt; send bildene digitalt i originaloppløsning, og som JPG eller TIFF-filer. Normal DPI for blader er 300, for aviser 150 og for nettaviser 72 dpi, men sender du i størst oppløsning, så trenger du ikke å tenke på dette.
  - vii. Hvis bildene er for store til å sende på e-post, kan du sende dem på en minnepinne, eller legge i en Dropbox-mappe, som du legger ved lenken til i en mail eller på fact sheet'et.
- d. Ha et tydelig kontaktpunkt for media ved hendelser/ulykker. Normalt er dette hovedinstruktør i arrangørklubben, eller en utpekt fagperson i stevneledelsen. Navn/nummer henges i sekretariat og lagres på nøkkelpersoners telefoner, slik at media raskt kan penses til rett person.
    - i. Media får ofte tips om hendelser før den skadede har hatt anledning til å kontakte familien, eller ved alvorlige ulykker, før pårørende formelt er varslet av politiet. Oppgi derfor aldri navn eller opplysninger som kan identifisere forulykkede til media.
    - ii. I saker med høy mediaaktualitet kobles seksjonens fagsjef eller eventuelt NLFs sekretariat inn på et tidlig tidspunkt. Disse er en del av klubbens varslingsliste ved ulykker.
  - e. For å trekke publikum og deltakere til stevnet eller arrangementet, er det viktig å være aktiv i sosiale medier helt fra arrangementsdatoen er bestemt. Legg ut nyheter om sosiale tilstelninger, om demonstrasjon av



utstyr, kurs som planlegges under stevnet, og andre nyheter som måtte dukke opp. Tenk også på hva familier som kommer tilreisende til arrangementsstedet kan få med seg i tillegg.

- i. Bruk gjerne korte webfilmer med klipp fra tidligere konkurranser for å illustrere for publikum hva konkurransen går ut på.
  - ii. Facebook-gruppen "NLF media- og profileringseksempler" på <https://www.facebook.com/groups/887436808030114/> har eksempler på filmer og andre profileringer fra luftsport/luftfart.
  - iii. Luftsportsuke-filmen viser bredde i arrangement, og den sosiale faktoren for utøvere og besøkende:  
<https://www.youtube.com/watch?v=tPVxmKKNK9c>
  - iv. Bruk gjerne Facebook, Twitter, Snapchat-kanal og liknende sosiale medier aktivt.
  - v. Vurder samarbeid med parallelle arrangementer. Dersom stevnet "kolliderer" med andre større arrangementer kan dette snus til gjensidig nytte. Nordsjørittet i Rogaland går "alltid" parallelt med Sola Airshow. I 2012 gikk også Mods sin reunion-konsert av stabelen samme helg. De tre arrangementene brukte etter avtale hver sine kanalvalg til gjensidig profiler både før og under arrangementene. Etter avtale kan en f eks bruke bannerflyging, fallskjermdemo og lignende for å promotere luftsport på andre arrangement. Lag i så tilfelle et faktaark til arrangøren.
- f. Ved promotering av grunnkurs vil tidsfaktoren kunne være kortere, men vær allikevel tidlig ute med å kalenderfeste kurset og kontaktpersoner, slik at potensielle deltakere gjøres oppmerksom på kurset på et tidlig tidspunkt.
- i. Spredningseffekten er stor gjennom sosiale medier, og ved å "tagge" medlemmer, vil disse ofte dele nyheter og informasjon med sine egne vennekretser gjennom sine sider.
  - ii. Plakater til kurs kan man søke å henge opp i kantiner på relevante skoler, på bussholdeplasser, oppslagstavler på butikker, og på oppslagstavler på nærliggende og/eller relevante arbeidsplasser, avhengig av hvilke demografiske grupper man ønsker å nå.
  - iii. Aviser og nettaviser ønsker gjerne vinklinger som er raske å publisere og som genererer "klikk" på sakene. Om man ønsker flere kvinner eller ungdommer, eller spesielt inviterer andre demografiske grupper til kurset, vil det kunne være lett å



promotere gjennom disse kanalene. Inviter gjerne til intervju, men ha forberedt faktaark som journalisten i størst mulig grad kan klippe tekst fra.

g. Ved flydager og flystevner er mengdeinformasjon over et stort område viktig. Mange stevner har hatt et underutnyttet publikumspotensial, fordi en ikke har lagt stor nok vekt på markedsføringen. Vurder bl a målrettet fokus på:

i. Generelle og spesielle målgrupper, som

1. familier,
2. fly- og luftsportsinteresserte,
3. ansatte med familier i flybransjen,
4. fotografer,
5. motorinteresserte,
6. sportsinteresserte,
7. spesielle gjester, som eldre og uføre,
8. de generelt interesserte, som velger det mest spennende hver helg,

ii. Målområder

1. nærmiljøet,
2. store byer i landsdelen,
3. mindre steder i landsdelen,
4. den spredte befolkningen i landsdelen,
5. spesielle målgrupper- eller -områder i resten av landet,
6. områder i utlandet,

iii. Markedsføringskanaler

1. aviser og nettaviser,
2. lokale, regionale og nasjonale ukeblader, månedsmagasiner o.l,
3. nasjonale fagblader (tekniske, historiske, ukeblader)
4. featureprogrammer på radio og fjernsyn,
5. internettkanaler og sosiale media

h. Det anbefales også å kontakte økonomiansvarlige, publikumsansvarlige og stevneledere ved tidligere års flystevner og flydager, for å få råd om best mulig profilering og uttelling for denne.

## **2. Like før konkurransen/stevnet**

- a. Påminningsrunde til journalister og fotografer som kan tenkes å dekke stevnet.
- b. Avtale adresser som pressetekst og bilder kan sendes til.



- c. Sende fact sheet og kontaktinformasjon til stevneleder og mediaansvarlig på nytt.
  - d. Påminning til publikum gjennom sosiale medier.
  - e. Klargjøring av stoff til deltakeres lokalaviser, lokalradioer og NRK-kontorer (for å profilere den enkelte deltakeren og hans/hennes klubb i sine hjemlige mediekanaler):
    - i. En pressemelding der tekst om den aktuelle deltakeren kan legges inn. Inneholder:
      1. Spesifikk del etter en mal som kan innehold:
        - a. Navn, alder, bosted og yrke.
        - b. Luftsportsbakgrunn og tidligere resultater.
        - c. Forventninger til denne konkurransen.
        - d. Bilder av deltakeren (ett portrett, ett med utstyr, og ett i luften/i aktivitet) og evt laget.
        - e. Informasjon om deltakerens lokale klubb.
      2. Generell del som er felles for pressemeldinger for alle deltakerne:
        - a. Om sporten.
        - b. Om konkurransegrenen.
        - c. Om mesterskapet og arenaen.
        - d. Om sporten globalt sett.
        - e. Om Norges Luftsportforbund (stikkord: ca 18 000 luftsportutøvere 250 luftsportklubber i Norge, historikk fra 1909, organiserer i dag motorflygere, mikroflygere, seilflygere, fallskjermhoppere, hang- og paragliderpiloter, speedridere, modellflygere og ballongflygere; kårer 27 norgesmestre og deler ut to kongepokaler i året; NLF er et særforbund i Norsk Idrettsforbund, har sikkerhetssystemer godkjente av Luftfartstilsynet, utdanner både til grunnkurs fra 15-16 årsalderen og til avanserte kurs, og opererer flere luftfartøyer enn all sivil og militær luftfart ellers i landet til sammen.)
      3. Kontaktdelen
        - a. Utøverens telefonnummer og epostadresse.
        - b. Arrangørens telefonnummer og epostadresse.
        - c. [post@nlf.no](mailto:post@nlf.no)
3. Under stevnet
    - a. Oppdatér websider med resultatet



- b. Tips lokalaviser om deltakere fra deres distrikt som ligger an til gode plasseringer.
- c. Legg fortløpende ut oppdateringer, bilder og film på sosiale medier og på stevnets hjemmesider. Tag deltakere, arrangementet, arrangørklubb, hjemmeklubb og seksjon/forbund. En dedikert sosial-media-ekspert vil kunne oppdatere Facebook, Twitter, Instagram og lignende fortløpende i dagene og timene før arrangementet, og ikke minst underveis, og på den måte skape enda større deltakelse. Det vil også være en oppdateringskanal for tilbud, reklame, operative meldinger og liknende under stevnet. "Morosomme" innslag som en stemningsrapport fra dokøen og et varsel om kort kø i vaffeltelt sør, vil også bidra til å skape engasjement.
- d. Ha en nødplan ifht eventuelle hendelser.
  - i. Bruk standard fraseologi:
    - 1. "Ulykke" ved dødsfall eller varige skader.
    - 2. "Uhell" ved hendelser med personskader som beinbrudd og lignende
    - 3. "Hendelse" om reservetrek, punkteringer og lignende.
  - ii. NLFs granskningskommisjoner vil undersøke evt ulykker innen fallskjerm, hg/pg, mikrofly og modellfly. Statens havarikommisjon undersøker ulykker med motorfly, seilfly og ballong. Politiet kan gjøre egne granskninger.
  - iii. NLFs varslingsplan trer i kraft ved ulykker, og presse henvises til fagsjef og/eller hovedinstruktør, ihht varslingsplanen.
  - iv. Vær måteholden med bruk av sosiale medier ifht uhell og ulykker, med tanke på den forulykkede, pårørende og granskningen.
- e. Fotografér fra premieutdelingen, og send en kort story med sitater, bilder og resultatliste med navn (for eksempel «NMfallskjerm2019seremoniOleNilsen.jpg» i billedfilens navn):
  - i. Lokale og regionale aviser, radio og tv-stasjoner (sport og lokalnyheter).
  - ii. NRKs distriktskontor.
  - iii. Lokalaviser og -radiostasjoner på deltakernes hjemsted.
  - iv. Seksjonens webredaktør og magasinredaktør (f eks Flynytt, Fri Flukt. Fritt Fall osv.)

#### **4. Etter stevnet/kurset/arrangementet**





- a. Skriv en erfaringsmelding til NLF ([post@nlf.no](mailto:post@nlf.no)) med kopi til eget seksjonsstyre, NLFs aktivitetskonsulent, egen arrangementsledelse og arrangør for neste arrangement i seksjonen. Legg gjerne med eksempler på oppfangede presseklipp, og forbedringsforslag til denne veiledningen.
- b. Skriv en stevnerapport til seksjonsbladet, med kopi til arrangørklubbens medlemmer, med takk for innsatsen.
- c. Få laget en video på 2-4 minutter, med klipp fra stevnet, intervjuer og liknende, som kan brukes for å befeste arrangementet hos de som var til stede, og som promoteringsfilm for sponsorer og arrangører av senere arrangementer.

Innspill og forslag til forbedringer av guiden bes sendt til [post@nlf.no](mailto:post@nlf.no).

RoL – Bodø 12/12-2015



Arrangementets navn NM i Fallskjermhopping 15. – 20. august 2019

**Stevneleder:** Gudrun Skiple, tlf +4798765432, [ranveig@skiple.no](mailto:ranveig@skiple.no)

**Stevnets kontaktinfo:**

post@nmfsk2019, [www.nmfsk2019.no](http://www.nmfsk2019.no), [www.skydivevoss.no](http://www.skydivevoss.no), Twitter: @nmfsk2019, IG: NMFSK2019

**Presse- og medieansvarlig:** Lars-Geir Øyeflaten, tlf +4798765432, [lars@raundalen.no](mailto:lars@raundalen.no)

**Sosiale medier-ansvarlig:** Kjell-Arild Kvitno, tlf +4754329876, [nils@nmfsk2019.no](mailto:nils@nmfsk2019.no)

**Lokalmedieoversikt**

	Telefon redaksjon	Telefon sport	Epost direkte	Dropbox
Avisa Hordaland	+47xxxxxyyy			
Bergens Tidende	+47xxxxxyyy			
Bergensavisen	+47xxxxxyyy			
NRK Hordaland	+47xxxxxyyy			
Voss nærradio	+47xxxxxyyy			
Radio Bergen	+47xxxxxyyy			
Bergen Radio	+47xxxxxyyy			
Hardangerluro	+47xxxxxyyy			
Radio Sogn	+47xxxxxyyy			

**Deltakerliste:**

Navn	Gren og lag	Utstyr	Alder	Klubb	År aktiv	Personlige pressemeldinger	Kontaktinfo
Ole Olsen	FS-4 Norgies 4	Sabre 2	28	Bergen FSK	12	<a href="mailto:nyheter@bt.no">nyheter@bt.no</a> <a href="mailto:sporten@bt.no">sporten@bt.no</a> <a href="mailto:sporten@ba.no">sporten@ba.no</a> <a href="mailto:post@fanaposten.no">post@fanaposten.no</a> nyheter@radiobergen.no <a href="mailto:sport@hordaland.no">sport@hordaland.no</a> <a href="mailto:hordaland.idrettskrets@nif.no">hordaland.idrettskrets@nif.no</a> <a href="mailto:post@bergenfallskjermklubb.no">post@bergenfallskjermklubb.no</a>	<a href="mailto:ole.olsen@fake.no">ole.olsen@fake.no</a> <a href="https://twitter.com/oleskydiveolsen">@oleskydiveolsen</a> +47123456789



Referanse 1:

Sak 036/15 Eventuelt

- a) PR og informasjon ved arrangement
- b) Luftsportsuka 2016

**Vedtak:** a) Luftsportspresidenten skal utarbeide et forslag til hvordan NLF gjennom en veiledning for arrangører og medieansvarlige sitt for- og etterarbeid ved forbundets, seksjoners og klubbers forskjellige konkurranser, mesterskap og andre idretts- og publikumsarrangement best kan profilere luftsporten,

---

Protokoll styremøte NLF 04/2015, 2. september

Side 4

---

*idrettsgrenen, arrangementet, vinnere, enkeltutøvere og materiell, med tanke på positiv profilering nasjonalt, lokalt, i fagpresse og i idretten, i den hensikt å styrke luftsportens profil, lokale og nasjonale forankring, og den enkelte deltaker sine prestasjoner. Forslaget søkes presentert for styret innen 1. november 2015, for ferdigstilling og innføring i sentral manualsamling innen 1. januar 2016.*



Referanser fra NLFs langtidsplan 2015-2017:

### 03. Anlegg

Tilgang til flere anlegg egnet for utøvelse av luftsport er under utfordring fra eksterne interessenter, og det er erfaringsmessig utfordrende og tidkrevende å opprette nye anlegg. Tilgang på hensiktsmessige anlegg er en forutsetning for et høyt aktivitets- og sikkerhetsnivå. Eksterne premissfaktorer inkluderer bl a:

- Lov om motorferdsel i utmark
- Konesjonskrav til alle typer flyplasser
- Begrenset tilgang til flyplasser i befolkningstette strøk
- Offentlig byråkrati og lokalpolitiske hensyn
- Opinion blant publikum



## 07. Breddeidrett

NLFs klubbers aktivitet er i betydelig grad å betrakte som rekreasjon og konkurransefri sport som fordrer et høyt kunnskaps- og ferdighetsmessig kompetansenivå, samt en høy grad av konsentrasjon i sammensatte og komplekse aktiviteter. Utøverne gis store utfordringer, spenning og naturopplevelser. Forbundets oppgave er å gi klubbene best mulig rammebetingelser slik at et tverrsnitt av befolkningen kan drive disse aktivitetene i sikre former på en enkel og kostnadseffektiv måte. Seksjonene ivaretar de faglige oppgavene innen sin idrett. De ulike delelementene i arbeidet skal i størst mulig grad



### **Jevnere kjønnsfordeling**

Samtlige luftsportsgrener kan utøves av begge kjønn, på like vilkår.

Styret vil påvirke klubbene til aktivt å rekruttere underrepresentert kjønn inn i sporten. Jevn kjønnsfordeling har en positiv innvirkning på klubbmiljøene, og klubber og seksjoner har et ansvar for å tilrettelegge for sosial trivsel og faglige muligheter for alle.

Klubber, seksjoner og forbundet skal følge NIFs reglement om kjønnsfordeling i styrer, komiteer, utvalg og ved representasjon.

### **Integrering av funksjonshemmede**

Forbundet har inngått avtale med Norges Idrettsforbund om å legge til rette for luftsport for funksjonshemmede. Forbundet forplikter seg til å gi tilbud til alle grupper funksjonshemmede, tilpasset lokale muligheter og behov, og med hensyn til sikkerhet og idrettens egenart. Videre skal det drives rekrutterings-, informasjons-, holdnings- skapende og kompetanserettede tiltak på alle nivåer. Den positive markering luftsport har gjort på idrettens arenaer hvor idrett for funksjonshemmede er i fokus, skal fortsette.

Forbundet vil være klubbene behjelpelig ved formidling av kunnskaper og erfaringer slik at mennesker med funksjonshemming kan delta i luftsportsaktiviteter på lik linje med øvrige medlemmer. Forbundet vil videre arbeide for at tilgjengelige eksterne midler tilflyter klubber som har behov for økonomisk støtte i dette arbeidet.

Forbundet og klubbene skal i sin kommunikasjon utad gjøre oppmerksom på at luftsport er tilgjengelig for mennesker med funksjonshemming.

### **Arrangere luftsportsuker**

For å gi medlemmer mulighet til å prøve andre luftsportgrener, og stimulere til samarbeid på tvers av aktiviteter og seksjoner skal det årlig arrangeres en luftsportsuke for medlemmer. Arrangementet skal ha en sosial og faglig profil, konkurranser og skal kunne arrangeres forskjellige steder i landet.



## 09. Barn, ungdom og rekruttering

### Mål

NLF skal være en mottakende og utviklende organisasjon som tilbyr en attraktiv fritidsaktivitet for barn og ungdom, med å tilføre faglige og sosiale kunnskaper, ferdigheter, holdninger og mestring, som leder til en sikker og utviklende luftsportskompetanse, med overføringsverdi til skole, studier og yrkesliv.

- Tilby aktiviteter for barn og ungdom i alle seksjoner og klubber
- Tilby introduksjonsturer innenfor aldersgrensene
- Innhenting av ekstern støtte til utviklende ungdomsarbeid
- Realisere konseptet "grunnskole for luftfarten" i samarbeid med andre aktører
- Kvalifisere interesserte ungdommer for faglige og organisatoriske oppgaver og verv
- Benytte barn og ungdommers kompetanse innen rekrutterings- og moderniseringstiltak for å fremstå med aktuelle aktiviteter for nye utøvere