

# Radioamatørernes Forlags virkefelt

Redegørelse for Radioamatørernes Forlags virkefelt,  
samt for PR og reklame m.v.  
23. marts 2013 - Udkast ver.3

## Indledning, baggrund

Radioamatørernes Forlag (herefter blot Forlaget) blev omdannet til et ApS for efterhånden mange år siden med det formål at samle EDRs kommercielle aktiviteter, så de politisk/hobbybetonede aktiviteter kunne holdes adskilt - primært for til stadighed at holde kontingentet momsrit.

EDR havde på det tidspunkt oparbejdet et salg af f.eks. bøger, hæfter og lignende amatørradio-relevante artikler, og salget havde efterhånden taget et omfang, der omsætningsmæssigt ikke var ubetydeligt i forhold til kontingentindtægterne.

Oprettelsen af ApSet tog lang tid, idet der til stadighed opstod tvivl om nødvendigheden af en sådan selskabskonstruktion og de dermed forbundne startomkostninger og årlige udgifter.

I de første år efter oprettelsen gennemgik selskabet en noget turbulent periode før et passende set-up var fundet; og i mere end 15 år fungerede ApSet efter hensigten med en organisering, finansielt set-up og regnskabspraksis, der nød anerkendelse hos det offentlige og den professionelle revisor.

Da det ultimo 2012 stod klart at Forlaget og Foreningen EDR nu kunne drives som et selskab, uden at risikere moms på Foreningens aktiviteter, og at der derudover ville være en rationaliserings-gevinst ved at samkøre Forlagets og Foreningens regnskaber, besluttedes det at nedlægge ApS med udgangen af 2012 og fortsætte aktiviteterne i EDR regi, med et "handelsudvalg" som styrende organ, nedsat af EDRs Hovedbestyrelse, på linje med EDRs øvrige udvalg.

Som en forudsætning for den fortsatte drift stod det også klart at omsætningen skulle øges væsentligt inden udgangen af 2015. Hvis ikke dette mål kunne nås ville den fortsatte drift ikke være rentabel, og måtte derefter omlægges til kun at omfatte publikationer og produkter fra eget forlag.

## 1. Idegrundlag

Forlagets aktiviteter skal være en medlemservice, men må ikke - på længere sigt - være en udgift for foreningen .

## 2. Målsætninger

Det er Radioamatørernes Forlags målsætninger:

- at håndtere EDRs kommercielle aspekter f.s.v.a. udgivelsen af medlemsbladet OZ og dermed afledede aktiviteter,
- at udgive, tilvejebringe og producere relevant litteratur og software til salg,
- at tilvejebringe relevante komponenter og apparater til salg,
- at primært forhandle egne varemærker/agenturer og drive virksomheden kommercielt uafhængigt af de øvrige aktører på det Danske marked,
- at føre en prispolitik, så der kan drives en forretning på sunde økonomiske principper.
- at føre en annoncepolitik hvor vi altid opgiver pris og væsentlige data på varen.

## 3. Forudsætninger for opfyldelse af målsætningerne

Allerførst skal det konstateres, at Forlaget drives fra EDRs hovedsæde i Odense, hvor indkøb, salg, forsendelse, betaling og fakturering udføres i et velfungerende set-up, men med ret begrænsede tekniske ressourcer og viden, når der opstår f.eks. tekniske spørgsmål eller problemer med det leverede. I det følgende vil der kun blive berørt emner, der skal afklares i forbindelse med salg af varer - ikke set-up'et ang. OZs betaling m.v

For at kunne yde en tilfredsstillende service er det derfor afgørende, at der er mulighed for kontoret i Odense at kunne trække på teknisk ekspertise indenfor de produktgrupper, som Forlaget forhandler - og det er afgørende, at et sådant set-up er på plads, før nye varegrupper tages i sortiment.

Der skal være et regulært hold af 'teknisk ansvarlige', der hver for sig kan og vil

påtage sig opgaven, for deres produktgruppe:

- at behandle tekniske forespørgsler
- at vedligeholde lister over disse ting
- at udarbejde udkast til svar og kommunikation til Forlagets kunder og leverandører
- at initiere udarbejdelsen af PR- og reklamemateriale.

Listen er under stadig udbygning og forandring. Produktchefer o.l.kan typisk være medlemmer af Handelsudvalget, men også personer udenfor denne kreds vil kunne komme i betragtning.

Opdelingen er en blanding af emne- og leverandøropdeling:

Produktområde Teknisk ansvarlig

Annoncering OZ8XW, Flemming

Bøger og boganmeldelser EDRs Kontor fordeler anmeldelserne efter fagområde, til Handelsudvalget og EDRs hovedbestyrelse.

Kabler, stik OZ7IS, Ivan Stauning

VHF antenner (fabrikant F9FT), OZ7IS, Ivan Stauning

Byggesæt t.b.a.

EDR bog/hæfte udgivelser TR - HR - Handelsudvalgets formand.

Forlagets webshop Handelsudvalgets formand og OZ1IZL, Jan.

Økonomi Forlagets formand, EDRs forretningsfører samt bogholderen.

Derudover vil der være brug for en koordinerende indsats i forbindelse med tværgående aktiviteter, f.eks. opdatering af prisliste, annoncemateriale (papir og Internet) etc.

Den indbyrdes kommunikation foregår i Handelsudvalgets lukkede mailgruppe:

[edrforlag@yahoogroups.com](mailto:edrforlag@yahoogroups.com) hvor også der er arkiv over korrespondensen og væsentlig dokumentation. Kontakten til og fra omverdenen foregår via en gruppe mail: [EDR-forlag@edr.dk](mailto:EDR-forlag@edr.dk) hvor kontoret er med, - og hvor ideer og arbejdsopgaver afprøves og kommenteres/gribes af det øvrige Handelsudvalg.

Det er dette forum kontoret og andre kan bruge, når der er opgaver i Handelsudvalget de skal have løst, i stedet for at skulle ringe eller skrive rundt til enkeltpersoner.

#### 4. PR og reklame

Det må anses for ret sikkert, at alle EDRs medlemmer og mange andre radioamatører kender Radioamatørernes Forlag samt dets ydelser på et i hvert fald overordnet niveau. Opgaven består derfor i at fastholde og udvide dette kendskab samt skabe bedre viden om de enkelte ydelser.

Funktionerne for Forlagets annoncering via [edr-forlag.dk](http://edr-forlag.dk) og [www.edr.dk](http://www.edr.dk) bør styrkes i forbindelse med EDRs hjemmeside. Ideelt set bør samme grundmateriale kunne anvendes også til trykte medier, såsom f.eks. prisliste og omtaler til brug ved stævner, arrangementer etc. Det anses for væsentligt, at materialet opsættes spændende, indbydende og følger "design-manualen".

Det er vigtigt at dette materiale er korrekt og jævnligt opdateret. Dertil skal, som tilfældet er med produktcheferne nævnt i afsnit 4, også bruges en annoncechef, der kan sørge for dette.

#### 5. Afslutning, sammenfatning

Med det rette set-up er det sandsynligt, at Forlagets omsætning kan hæves ved at identificere og indarbejde nye ting i produktporteføljen og lade andre udgå; men det vil ubetinget kræve en velfungerende support, så kunderne ikke lades i stikken, samt en passende annoncering.

Sammenfattende er der derfor brug for:

- Teknisk ansvarlige for nye produkter, samt en
- annoncechef, der kan og vil gennemføre opgaverne.