

KOMMUNIKATIONSPOLICY

Kommunikationspolicy för Svenska Skyttesportförbundet fastställd 2022-02-26

Innehåll:

Övergripande mål

Kommunikationskanaler och målgrupper

Officiella uttalanden/utskick och mediakontakter

Spelregler

Roller

Valet av kanal

SvSF:s profil

Kommunikationsplan

Svenska Skyttesportförbundet (SvSF) har ett stort ansvar för skyttesporten som idrottsrörelse och i detta arbete är kommunikation i olika former ett viktigt verktyg. I nästan all vår verksamhet ingår kommunikation och det är viktigt att se till att vi har resurser, använder oss av relevanta kommunikationskanaler, att vi planerar kommunikationsverksamheten och ser till att våra målgrupper har relevant information och insyn i vår verksamhet.

Övergripande mål

Målet med kommunikationen är att vi vill stärka SvSF och skyttesporten som varumärke. Vi vill visa att skytte är en attraktiv idrott för alla och att vårt förbund kännetecknas av *gemenskap, ansvarstagande, rättvisa, demokrati och jämlikhet*. Dessutom vill vi ge ett professionellt och framåtsträvande intryck.

SvSF:s Kommunikation **kännetecknas av öppenhet, trovärdighet** samt att vi bedriver vår verksamhet aktivt och med en *hög servicenivå*. Detta visar vi bland annat genom att vi uttrycker oss på ett för utomstående begripligt sätt, att informationen från SvSF är samstämmig oberoende av vem som är uppgiftslämnare och att vi förser media med snabb/relevant information så att de i sin tur kan ge vår idrott en rättvisande bild. Vi ska eftersträva en proaktiv kommunikation där SvSF sätter agendan i de frågor vi vill lyfta.

Kommunikationspolicyn **syftar** till att vägleda och bidra till att SvSF ger en samlad bild av organisationen till våra målgrupper. Den syftar dessutom till att utgöra ett stöd i kommunikationsplaneringen för verksamheten.

Kommunikationskanaler och målgrupper

För vår kommunikation använder vi följande kommunikationskanaler:

- Hemsida Massmedia/press
- Sociala medier (Facebook, Instagram, YouTube)
- Skyttesportappen
- Nyhetsbrev och utskick via e-post
- Massmedia/press
- Möten



Våra målgrupper är:

- Föreningsmedlemmar/aktiva och ledare
- Potentiella föreningsmedlemmar och tillkommande föreningar
- Föreningar och SDF
- Anställda/Förtroendevalda
- Tävlingsarrangörer
- Media
- Opinionsbildare/politiker
- Allmänheten
- Marknad/Sponsorer (inkluderar såväl våra förevarande partners/sponsorer samt presumtiva)

Kommunikationen till våra **målgrupper** fördelar sig till största del genom följande **kanaler**.

Kommunikationskanal Målgrupp	Massmedia Press	Hemsida	Sociala medier	Brev och utskick via e-post	App	Möten
Medlemmar/aktiva & ledare		X	X	X	X	X
Potentiella föreningsmedlemmar	X	X	X			
Tillkommande föreningar	X	X	X			
Föreningar/SDF		X	X	X	X	X
Anställda/förtroendevalda		X		X	X	X
Tävlingsarrangörer		X	X	X	X	X
Media	X	X	(X)	X		(X)
Opinionsbildare/politiker	X	X	X	X		(X)
Allmänheten	X	X	(X)			
Marknad/sponsorer	X	X	X	X	X	X

(X) = kanalen används inte primärt för kommunikation med berörd målgrupp men används/skulle kunna användas i vissa fall.

Marknad och sponsorer

Våra kommersiella huvudparters, som vi har gällande samarbetsavtal med, ska prioriteras exponering på vår hemsida, i våra nyhetsbrev samt i våra sociala mediekkanaler.



Exponering utöver detta (t ex vid tävlingssammanhang) ska ske enligt de åtaganden som upprättats i respektive avtal. Exponering av våra övriga samarbetspartners ska endast ske i specifikt sammanhang (t ex en tidsbegränsad aktivitet i skyttesportappen). Denna kategori av partners ska erbjudas exponering på hemsidan, dock med en underordnad plats från våra kommersiella huvudpartners.

Officiella uttalanden/utskick och mediakontakter

Vid **officiella utskick** rekommenderas att kommunikátören ges möjlighet att titta över språk och därigenom säkra budskapet. Kontakter med media ska följa de ståndpunkter styrelsen har i ämnet. Det går alltid att hänvisa till förbundsordförande och kommunikátör i kontakter med media. Om det råder oklarheter gäller alltid att hänvisa till styrelseordförande eller av ordföranden utsedd person. Vi är en organisation och ska kommunicera utåt som en enig organisation.

När man umgås med **media** är det viktigt att skilja på sina egna åsikter och de åsikter som förbundet har. Yttrandefriheten och meddelarfriheten ska inte inskränkas, men den som uttalar sig för SvSF måste respektera förbundets ståndpunkter. Detta för att media inte ska tvivla på att tjänstemän och förtroendevalda är lojala mot de beslut som tas inom förbundet. Vi möter media med en öppen och positiv attityd och om det dyker upp felaktigheter eller missvisande uppgifter i media ska de korrigeras snarast möjligt.

För att samordna, följa upp och säkerställa budskap gäller att kommunikátören kontaktas innan kontakt tas med media och om det inte är möjligt, direkt efter att kontakten skett. När någon anställd/förtroendevald kontaktas/kontaktats av media i någon fråga ska kommunikátören alltid informeras. Likaså om det föreligger risk för att media kan tänkas ta kontakt i något ämne. Pressmeddelanden går alltid via kommunikátören.

Spelregler

Som komplement till kommunikationspolicyn har SvSF tagit fram dokumentet Spelregler för aktiva och ledare inom SvSF som är ute på landslagsuppdrag.

Roller

Inom SvSF finns en strategisk roll och en service-roll. Den strategiska rollen innebär bland annat ansvar för utarbetande och tillämpning av policyn, strategisk informationsplanering, samordning av informationsverksamhet och ett aktivt arbete med opinionsbildning. Service-rollen innebär bland annat att vara internkonsulter i informationsfrågor, producera och hjälpa till vid produktion av informationsmaterial samt ansvara för bevakning av internationella tävlingar och allmän omvärldsbevakning som kan vara intressant för skyttesporten och dess medlemmar.

Ansvar för att göra uttalanden i skyttepolitiska frågor ligger, i första hand, hos förbundschefen eller person utsedd av styrelsen. I fall dessa inte är anträffbara uttalar sig ordföranden.

För sektionsrelaterade frågor hänvisas till sektionerna alternativt så kontaktas sektionsordförande för inhämtande av information.

Sakupplysningar och fakta lämnas med fördel ut av den person som har kunskap i ämnet, vare sig det är en anställd tjänsteman, styrelseledamot eller utsedd ledare.

Vid olycka eller annan kris hänvisar vi till *Handlingsplan vid extraordinär händelse*.



Valet av kanal

Dialogen och det personliga mötet är alltid viktigast.

Kommunikationen ska öka kännedomen om SvSF och vår verksamhet och förmedla att vi är en öppen och professionell organisation med framåtanda. För att förmedla detta använder vi våra kanaler.

Massmedia/press

- Dagspress
- Branschtidningar
- Magasin/veckopress
- Radio
- TV

För att visa våra idrottsliga framgångar men även vårt politiska engagemang och hållbarhetsarbete använder vi oss av massmedia/press genom pressmeddelanden och personliga kontakter. Det är viktigt att vi i vår kommunikation inte glömmer bort lokal media.

Hemsida

Vår hemsida är ett av våra viktigaste fönster och ska leva upp till höga kvalitetskrav och ständigt vara uppdaterad med den senaste informationen.

Sociala medier

För att nå alla målgrupper ska vi kommunicera via de sociala medieplattformar som våra målgrupper främst använder sig av. Skyttesportappen innehåller ett antal funktioner som kan vara både till nytta och nöje för alla skyttar ute i landet.

Brev och utskick

Vid stora informationskampanjer som kräver att föreningar, SDF och/eller medlemmar får information adresserade direkt till personen använder vi oss av brev och utskick. SvSF strävar dock efter att vara miljövänliga och skickar främst brev och utskick via e-post. Vi har som mål att månadsvis skicka ut nyhetsbrev via e-post.

Möten

Intern information sker ofta via möten, både på kansli-, styrelse- och distriktsnivå. Möten via Zoom, Teams eller andra digitala media är ofta lämpliga alternativ för att hålla ner kostnader. Vi bör vårda våra relationer med befintliga sponsorer, makthavare, media och även attrahera nya kontakter, genom exempelvis fysiska möten. Personliga möten sker även på tävlingar/träningar/läger där vi möter aktiva, ledare, familjemedlemmar, allmänhet och media.

SvSF:s profil

Vi har en grafisk profil för SvSF. Profilen innehåller en logotyp, brevmallar, pins, flaggor och övrigt profilmaterial som ska användas när anställda, förtroendevalda eller medlemmar är ute på evenemang för att öka igenkännandet av vår organisation. Den grafiska profilen reglerar våra riktlinjer för hur våra symboler och begrepp ska användas, färg och form på trycksaker, webbsidor och annat presentationsmaterial. Det ger SvSF en tydlig identitet och vara vägledande vid all kommunikation.

Kommunikationsplan

Kommunikationsplan: Rapporter om mästerskap och större tävlingar finns. En kommunikationsplan som löpande uppdateras ska finnas.