

# HØRINGSBOK

# KOMMUNIKASJONSSTRATEGI 2016 - 2020



## Innhold

<b>INNLEDNING</b> .....	<b>3</b>
<b>1. PRINSIPPER FOR KOMMUNIKASJONSARBEIDET</b> .....	<b>4</b>
<b>2. KOMMUNIKASJONSKANALER</b> .....	<b>5</b>
<b>3. MÅL FOR KOMMUNIKASJON I NBBF</b> .....	<b>6</b>
3.1 PUBLISERINGER .....	6
3.2 KLIKK OG FØLGERE .....	6
3.3 INTERAKSJON MED FØLGERE .....	6
3.4 SVARFRISTER .....	6
<b>4. MÅLGRUPPER</b> .....	<b>7</b>
4.1 EKSTERNE MÅLGRUPPER .....	7
4.2 INTERNE MÅLGRUPPER .....	7
4.3 NORSK IDRETT OG FIBA .....	7
4.4 OFFENTLIGE MYNDIGHETER .....	8
<b>5. BUDSKAP</b> .....	<b>8</b>
<b>6. STRATEGI FOR KOMMUNIKASJON</b> .....	<b>9</b>
6.1 PLANLAGT OG HELHETLIG KOMMUNIKASJON PÅ ALLE NIVÅER .....	9
6.2 TYDELIGGJØRE GENERALSEKRETÆRENS ROLLE .....	9
6.3 GJØRE BASKETBALL MER SYNLIG .....	9
6.4 FEIRE SEIERE .....	9
6.5 ENGASJERE MER .....	9
6.6 FORENKLE ARBEIDET I KLUBB .....	9
6.7 VISE FREM VÅRE VERDIER OG VÅR VISJON .....	10
<b>7. ORGANISERING, ROLLER OG ANSVAR</b> .....	<b>10</b>
<b>8. VEDLEGG TIL STRATEGIEN</b> .....	<b>10</b>
<b>9. REFERANSELISTE</b> .....	<b>11</b>
9.2 RAPPORTER OG ANALYSER .....	11
9.3 INSPIRASJON .....	11
9.4 INVOLVERING I PROSESSEN .....	11

Innholdet i denne kommunikasjonsplanen må ses i sammenheng med NBBFs:

- Overordnet strategiplan
- Profilhåndbok

## Innledning

Kommunikasjon er det sterkeste virkemiddelet for å nå NBBF og norsk baskets fremste mål om 16 250 medlemmer i 2022.

Kommunikasjon er med på å skape selve organisasjonen. Identitet, eierskap og tilhørighet skapes med godt kommunikasjonsarbeid. De ansatte og tillitsvalgte i NBBF har derfor en viktig jobb i det daglige kommunikasjonsarbeidet.

Daglig kommuniserer NBBF, enten internt, rettet mot spesifikke målgrupper eller generelt med allmenheten. Vi er tilgjengelig både fysisk og på digitale plattformer, dagsorden settes av et bredt spekter mennesker som sammen representerer mangfoldet i NBBF.

Kommunikasjonsstrategien beskriver hva forbundet ønsker å oppnå med sin interne og eksterne kommunikasjon. Strategien gir en oversikt over hvordan NBBF skal bruke kommunikasjon som virkemiddel for å nå våre målsetninger.

Norges Basketballforbund

## 1. Prinsipper for kommunikasjonsarbeidet

For å opprettholde og videreutvikle vårt gode omdømme har NBBF tre kjerneverdier: **inkluderende – gøy – målrettet**. Våre verdier bidrar til at vi når vår visjon, det er dette vi strekker oss etter hver dag.

### Basketball – mer enn en idrett

Vårt kommunikasjonsarbeid skal preges av at vi er:

- **Åpne**  
Åpenhetskulturen skal skapes ved at NBBF i alle sammenhenger er åpne om sitt arbeid, sine disponeringer og de valg som gjøres. Vi skal invitere til åpen og god dialog med og mellom medlemmer og klubber for å sikre en god kultur i vår idrett. Vi skal ikke frykte resultatet av åpenhet.
- **Tydelige**  
Vi skal ta initiativ til å sikre god og nødvendig informasjonsformidling til medlemmene og ha rask responstid.
- **Faktabaserte**  
Vår kommunikasjon skal være profesjonell og basert på fakta etter systematisk evaluering av våre aktiviteter og innspill fra våre medlemmer.

Mer om selve måten vi driver vårt kommunikasjonsarbeidet på fremgår av punkt 6.

## 2. Kommunikasjonskanaler

Som hovedregel benytter NBBF i dag digital kommunikasjon med våre interessenter og målgrupper. En stor del av kommunikasjonen vil likevel fortsatt skje i form av brev, i møter og på telefon. Informasjonen skal være åpen, tydelig og faktabasert, med gjenkjennelig profil og godt språk.

NBBF sine primære kommunikasjonskanaler:

- **Personlig kontakt og møter** er når vi er i dialog med enkeltmedlemmer eller klubber via telefon, epost og skype, eller holder foredrag, deltar på klubbledermøter, på Basketballtinget og når vi møter medlemmene på våre klubbens arrangementer. Dette gir oss en mulighet til å kommunisere direkte og i større grad sikre at budskapet er mottatt og forstått.
- **www.basket.no** er forbundets hjemmeside og den digitale hovedplattformen for nyheter og informasjon om norsk basket. Basket.no skal være en moderne og inspirerende kanal som bidrar til rekruttering og synliggjøring av vår visjon og våre verdier.
- **Sosiale medier** er avgjørende for at vi skal treffe medlemmene med fersk informasjon. Man treffer NBBF på facebook, twitter og instagram.  
*Det er laget en egen digital strategi som vedlegg til denne strategien.*
- **Yammer (idrettens chatteforum)** for ansatte i NBBF for å knytte tettere relasjoner og dele viktig informasjon og nyheter.

### 3. Mål for kommunikasjon i NBBF

#### 3.1 Publiseringer

Hva	Kanal	Minimum antall
Nyheter fra NBBF sentralt	Basket.no	3 pr. uke
Nyheter fra NBBF regionalt	Basket.no	3 pr. uke
Nyheter fra NBBF sentralt og regionalt	Facebook	3 pr. uke
Delte nyheter fra basketmiljøet	Facebook	3 pr. uke
Bildepublisering	Instagram	3 pr. uke
Nyheter fra NBBF eller delte basketnyheter	Twitter	3 pr. uke

#### 3.2 Klikk og følgere

Hva	Kanal	Minimum økning
Øke antall klikk	Basket.no	10 % pr. år
Øke antall følgere	Facebook	500 pr. år
Øke antall følgere	Instagram	200 pr. år
Øke antall følgere	Twitter	100 pr. år

#### 3.3 Interaksjon med følgere

Hva	Kanal	Minimum antall
Konkurransen	Basket.no (basketbarometeret)	1 pr. år
Konkurranser	Facebook	1 pr. kvartal
Konkurranser	Instagram	1 pr. halvår
Debatt	Facebook	1 pr. måned

#### 3.4 Svarfrister

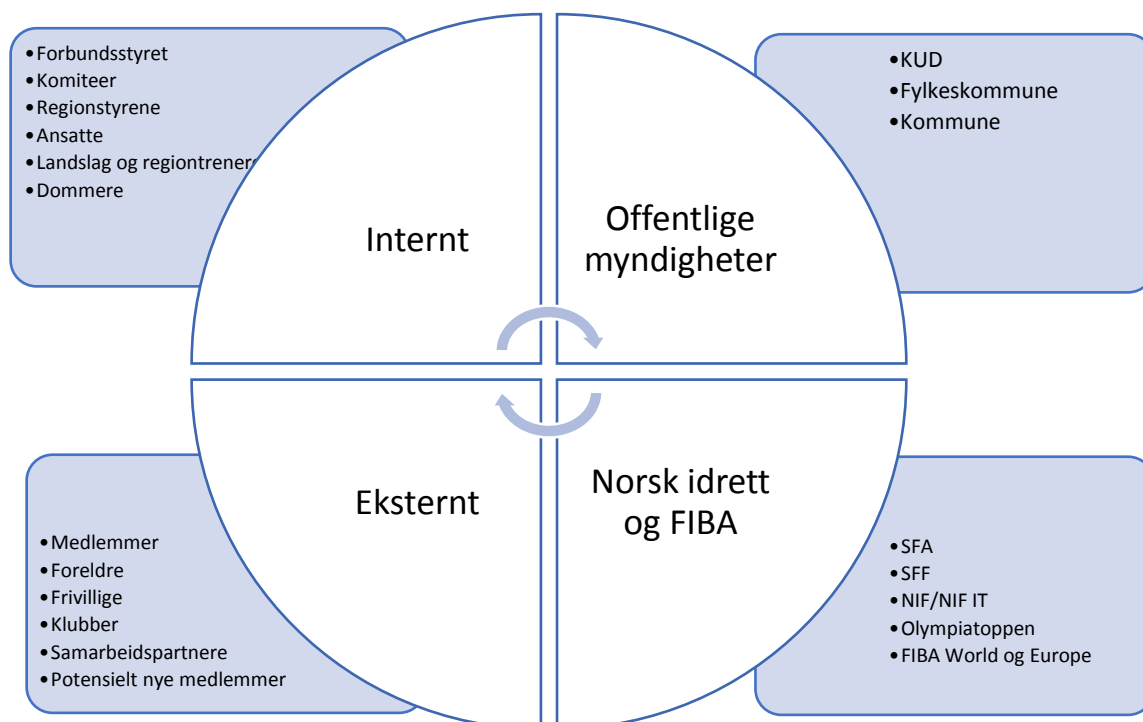
Hva	Kanal	Når
Spørsmål	Facebook	Innen 24 timer på virkedager
Henvendelser	E-post	Innen 1 virkedag

Målene rapporteres på kvartalsvis

## 4. Målgrupper

I kommunikasjonen med de ulike målgruppene skal det tas bevisste valg i forhold til hvem vi vil nå ut til og hva vi vil oppnå.

Vi definerer klubber, medlemmer, potensielt nye medlemmer og kommunene som de viktigste målgruppene i vårt kommunikasjonsarbeid.



Media er ikke lagt inn som en egen målgruppe da de er et verktøy for å nå ut til riktig målgruppe. Etterhvert som antall samarbeidspartnere økes er det naturlig at denne målgruppens betydning økes.

### 4.1 Eksterne målgrupper

Eksterne målgrupper menes personer, bedrifter og klubber som NBBF allerede har en relasjon til, som man ønsker å inngå et samarbeid med, eller man ønsker å rekruttere til basketball.

### 4.2 Interne målgrupper

Interne målgrupper menes personer som er tilknyttet NBBF på forbunds nivå, enten via frivillig engasjement eller ansatte.

### 4.3 Norsk idrett og FIBA

NBBF skal ha et aktivt kommunikasjonsforhold til Norsk idrett og FIBA i den forstand at man skal engasjere seg i de spørsmål som er viktig for utvikling av idretten generelt og basket spesielt. For å sikre at våre interesser vedrørende rammebetingelser ivaretas og at man i felleskap bidrar til å utvikle idretten til det beste for fremtidige generasjoner.

#### 4.4 Offentlige myndigheter

NBBF skal være aktive i kommunikasjonen med offentlige myndigheter for å synliggjøre idrettens behov, utfordringer og muligheter, lokalt og nasjonalt.

## 5. Budskap

«Basketball – mer enn en idrett» er NBBFs visjon.

Vårt arbeid skal preges av våre verdier som er **inkluderende – gøy – målrettet**, målsettingen for NBBF i årene som kommer er å rekruttere flere barn i aldersgruppen 6-12 år, kommunikasjonen med medlemmene må i stor grad understøtte dette.

Vår kommunikasjon skal gi følgende etterlatt budskap.

Målgruppe	Etterlatt budskap
Målgruppe 1 - Interne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basketball er inkluderende – gøy – målrettet.</li> <li>- NBBF bidrar til at norsk basket skal bestå av 16 250 medlemmer i 2022.</li> <li>- NBBF tilbyr trenere- og dommere opplæring med tydelige krav og mål.</li> </ul>
Målgruppe 2 - Eksterne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basketball er inkluderende – gøy – målrettet.</li> <li>- NBBF støtter og legger til rette for at klubbene skal kunne drive best mulig.</li> <li>- NBBF tilbyr barn og ungdom et tilpasset aktivitets-, konkurranse og spillerutviklingstilbud.</li> <li>- NBBF er profesjonelle i sitt uttrykk i møte med personer og bedrifter.</li> </ul>
Målgruppe 3 – Offentlige myndigheter	<ul style="list-style-type: none"> <li>- NBBF bidrar til å sette hallutfordringen på dagsorden og jobber for mest mulig halltid og gratis halleie for barn og ungdom.</li> <li>- NBBF er førende i arbeidet for mangfold, inkludering og toleranse i idrettsorganisasjonen og i det norske samfunn.</li> </ul>
Målgruppe 4 – Norsk Idrett og FIBA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- NBBF er engasjert i utviklingen av norsk idrett.</li> <li>- NBBF er engasjert i utviklingen av basketball nasjonalt og internasjonalt.</li> </ul>



## 6. Strategi for kommunikasjon

NBBF ønsker å gjøre følgende strategiske grep for utviklingen av kommunikasjonen rundt norsk basket.

- 1. Planlagt og helhetlig kommunikasjon på alle nivåer.**
- 2. Tydeliggjøre Generalsekretærens rolle.**
- 3. Gjøre basketball mer synlig**
- 4. Feire seiere**
- 5. Engasjere mer**
- 6. Forenkle arbeidet i klubb**
- 7. Vise frem våre verdier og visjon**

### 6.1 Planlagt og helhetlig kommunikasjon på alle nivåer

Ved god implementering av kommunikasjonsstrategien vil vi bruke strategien aktivt i kommunikasjonsarbeidet i hele organisasjonen. Alle skal vite hvordan vi kommuniserer og alle skal bidra til god kommunikasjon. Budskapene skal være åpne, tydelige, faktabaserte og bygge opp under vår visjon og våre verdier.

### 6.2 Tydeliggjøre Generalsekretærens rolle

Generalsekretæren skal uttale seg til media og medlemmene via de kanaler og møteplasser som NBBF har i mye større grad enn tidligere.

### 6.3 Gjøre basketball mer synlig

Gjøre basketball til en mer synlig idrett i mediebilde, både hva angår toppidrett, bredde og sportens ildsjeler. Skape begeistring og stolthet over egen idrett.

### 6.4 Feire seiere

Løfte frem «alle» som gjør verdifulle tiltak og handlinger som fører NBBF i den retningen som følger vedtatt strategi, både via nyhetssaker, SoMe og på andre møteplasser.

### 6.5 Engasjere mer

NBBF skal ukentlig dele nyhetssaker fra basketballmiljøet og legge til rette for diskusjoner samt ta del i den offentlige debatten.

### 6.6 Forenkle arbeidet i klubb

NBBF skal kommunisere til medlemsklubbene hvilke tiltak og verktøy som kan forenkle arbeidet i klubb. NBBF skal invitere til samarbeid mellom organisasjonsledd, involvering i prosesser, deltakelse i utvalg og innspill i viktige saker.

### 6.7 Vise frem våre verdier og vår visjon

Bruke kommunikasjon til både å vise frem våre verdier og vår visjon, vise hvordan disse etterleves og løfte frem eksempler på at det er realiteter og ikke bare slagord. Være stolte av de som etterlever dem.

## 7. Organisering, roller og ansvar

Ledelse skjer gjennom kommunikasjon og beslutninger. God lederkommunikasjon betyr tydelige budskap, sunn tilbakemeldingskultur og involvering av ansatte og tillitsvalgte i relevante prosesser. NBBF ønsker at de forskjellige organene har en god og åpen dialog med hverandre og med klubber/medlemmer for å bygge opp under samarbeid, felles forståelse og oppnåelse av felles mål.

### Forbundsstyret

NBBFs øverste organ mellom Basketballtinget er forbundsstyret. Forbundsstyret uttaler seg om overordnede prinsipielle forhold som berører målsetninger og verdiene til NBBF samt om de saker som behandles av styret eller arbeidsutvalget.

### Administrative ledelse

Generalsekretæren (primært) eller den ansatte som generalsekretæren utpeker har det overordnede ansvaret for kommunikasjon i NBBF. Det er generalsekretæren som primært uttaler seg til media og forbundets medlemmer på vegne av NBBF.

### Utvalg og komiteer

Har ansvar for å vurdere informasjonstiltak innenfor sine områder. Informasjonshensyn skal inkluderes i samtlige utvalgs- og komiteers mandater og skal koordineres med andre organer der det er naturlig.

### Øvrige ansatte i NBBF

Alle medarbeidere har et selvstendig ansvar for kommunikasjon, spesielt innenfor sitt fagfelt.

## 8. Vedlegg til strategien

Følgende dokumenter skal bidra til å supplere kommunikasjonsstrategien:

### Vedlegg 1:

**Mediehåndbok** som er grunnlag for vår mediekontakt og styrking av vårt omdømme.

### Vedlegg 2:

**Krisekommunikasjonsplan** som beskriver beredskapstiltak for informasjonsvirksomheten ved større ulykker og kriser.

### Vedlegg 3:

**Digital strategi** som beskriver hvordan og hva som skal kommuniseres på digitale plattformer.

## 9. Referanseliste

### 9.2 Rapporter og analyser

- Rapport fra spørreundersøkelse om internkommunikasjon – januar 2016.
- Rapport fra spørreundersøkelse om nåsituasjonen for basket.no – mai 2016.
- Rapport fra spørreundersøkelse om fremtidens basket.no – mai 2016.
- Rapport fra Basketbarometeret 2016 – mai 2016.
- Internanalyse av kommunikasjon i NBBF – juni 2016.
- Rapport fra spørreundersøkelse om kommunikasjons til klubbene – august 2016.

### 9.3 Inspirasjon

- Norges Skiforbund – Espen Graff
- Norges Golf forbund – kommunikasjonsplan
- Norges Rytterforbund – Geir Andre Dalhus
- Ressurspersoner i Norges idrettsforbund
- Ressurspersoner i basketballmiljøet
- Kommunikasjonsforeningen – kurs og kommunikasjon.no

### 9.4 Involvering i prosessen

- Medlemsklubber
- Ansatte i NBBF
- Regionstyrene i NBBF
- Hans Eric Prestårhus og Hans Erik Johansen fra forbundsstyret
- Forbundsstyret i NBBF

Utviklet i 2016 av:

Espen Andre Johansen

Prosjektleder for kommunikasjon og forretningsutvikling