



1. Erfaringer

Hvad har klubben gjort indenfor kommunikation? Hvad har erfaringerne været? List i punktform.

- **Emails/opslag;**

Erfaring: Emails/opslag blev hurtigt glemt.

Initiativ(er): Via emails 'rammer' vi en bred læserskare, og det er et nemt og hurtigt medie at anvende. Erfaringen viser dog, at HBK ikke har været dygtige nok til at kommunikere via emails – et forbedringspunkt, vi vil arbejde på.

Opslag i hallen fungerer kun for dem, der kommer i hallen regelmæssigt.

I lyset af ovenstående, skal emails og opslag understøttes af brugen af digitale medier (Facebook og hjemmeside). Da ikke alle bruger Facebook, er det vigtigt, at vi både kommunikerer via Facebook og via hjemmesiden. Medlemmerne kan nemt og hurtigt tilgå disse medier via mobiltelefonen.

- **Medlemsblad;**

Erfaring: HBK har haft et medlemsblad. Det blev ikke læst, så man besluttede at bruge hjemmesiden som det primære medie.

Initiativ(er): Den Kommunikationsansvarlige i HBK har pr. september 2016 introduceret HBKnyt, som er klubbens nyhedsbrev. Dette erstatter det fysiske medlemsblad. Samtidig fungerer hjemmesiden som HBK's primære medie.

- **Hjemmesiden er ikke opdateret;**

Erfaring: Folk gad ikke at besøge hjemmesiden. Hjemmeside set-up er en udfordring, IT system svært at bruge, tekniske udfordringer.

Initiativ(er): I august 2016 introducerede vi en ny og opdateret hjemmeside. Der har været undervisning i brugen af hjemmesiden, som 'ejes' af den Kommunikationsansvarlige i HBK.

- **Facebook og hjemmeside;**

Erfaring: Mange forskellige grupper. Ikke centralt besluttet, hvad hjemmeside og Facebook skal bruges til. Den enkelte afdeling har selv besluttet dette.

Initiativ(er): Vi har oprettet en officiel HBK Facebook side, hvor både bestyrelsen og de respektive udvalgsformænd kan opdatere. Samtidig består de Facebook grupper, der er lavet i de respektive afdelinger. Der er udstukket retningslinjer til brugen af den officielle Facebook side. Hvad angår hjemmesiden, er det meldt ud, at ansvaret for opdatering af hjemmesiden ligger hos udvalgsformændene og hos bestyrelsen. Udvalgsformændene er ansvarlige for at orientere den Kommunikationsansvarlige om, hvilke personer, der skal have adgang til at opdatere både hjemmeside og Facebook side.

- **Henvendelser til bestyrelsen;**

Erfaring: Lidt usikkert, om der bliver handlet.

Initiativ(er): Der er oprettet en mailgruppe til bestyrelsen: bestyrelsen@hbk.dk

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB



Skriver man til denne adresse, modtager alle bestyrelsesmedlemmer beskeden. Den person, der er ansvarlig for det område, der henvises til i mailen, er ansvarlig for at besvare mailen.

- **Hvem sidder i bestyrelsen;**

Erfaring: Mange ved ikke, hvem der sidder i bestyrelsen.

Initiativ(er): Information findes på hjemmesiden under Klubben / Bestyrelsen.

Bestyrelsens sammensætning er annonceret på hjemmesiden, på Facebook samt i HBKnyt. Der udarbejdes en oversigt over bestyrelsesmedlemmer og deres respektive opgaver. Oversigten hænges op i hallen og publiceres via klubbens digitale medier.

- **Annoncere i avisen;**

Erfaring: Vi ved ikke, om det virker.

Initiativ(er): Bestyrelsen har besluttet at spare annoncering væk og i stedet gøre brug af hhv. Facebook og hjemmesiden, da vi mener, at vi har større gavn af dette.

- **TV Øst;**

Erfaring: Regionen er ikke godt dækket.

Initiativ(er): HBK's formand og den kommunikationsansvarlige har på et møde hos Nordvestnyt erfaret, at TV Øst kun kommer ud ved *helt* særlige lejligheder. Vi kontakter TV Øst, når vi har en historie/begivenhed, der er relevant.

Hvad har især virket? (List max. 1 år gamle eksempler på god kommunikation i punktform) – angiv hvorfor det har virket. Hvad er eksemplerne (fakta) på at tidligere kommunikationsstrategier har virket? Hvor har klubben rykket sig markant?

- **Officiel HBK Facebook side;**

Adresse: <https://www.facebook.com/www.hbk.dk/>

Baggrund: I maj 2015 fik HBK en officiel Facebook side, der blev oprettet af Helle Frøslev (Administrator), som var nyvalgt Kommunikationsansvarlig i HBK. Hovedansvaret for siden såvel som Administrator rollen ligger hos den Kommunikationsansvarlige.

Før maj 2015 havde HBK ikke en officiel Facebook side, men der har i længere tid eksisteret Facebook grupper i hhv. ungdoms-, senior-, og veteranafdelingen. Her deler man relevante informationer i de respektive afdelinger, hvilket fungerer godt.

Formål: De respektive afdelinger samt bestyrelsesmedlemmer deler nyheder og relevante informationer på HBK's officielle Facebook side med henblik på at øge kommunikationen på tværs af klubben. Derfor er udpegede udvalgsmedlemmer (efter aftale med udvalgsformændene) i senior- og veteranafdelingen samt bestyrelsesmedlemmer med Facebook profil blevet oprettet som Redaktør. Det betyder, at de kan poste nyheder osv. på siden. Pr. oktober 2016 er det dog udelukkende senior afdelingen, der gør brug af dette. Der er ingen Redaktør for

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB



ungdomsafdelingen, som ikke ønsker denne rolle, idet man ikke kan lægge nyheder op som sig selv, men 'kun' som Holbæk Badminton Klub (OBS! Der står 'Oprettet af...' under opslaget).

Den Kommunikationsansvarlige har skrevet til de respektive udvalgsformænd og opfordret til at dele informationer, nyheder m.m. på siden og har ligeledes opfordret til at sende navne på personer, der skal have Redaktør rettigheder. Status: Der kommer mere og mere aktivitet på siden, hvilket er positivt.

- **HBK hjemmeside;**

Adresse: www.hbk.dk

Baggrund: Før maj 2015 stod primært én person for at opdatere HBK's hjemmeside. Flere personer havde adgang til at opdatere siden, men fandt det meget svært, og derfor undlod de fleste at foretage opdateringer. Af samme årsag fremstod hjemmesiden uopdateret, og meget få brugte siden.

I august 2016 fik HBK en ny hjemmeside. Hovedansvaret for hjemmesiden ligger hos den Kommunikationsansvarlige. Dog ligger ansvaret for opdatering af hjemmesiden nu både hos de respektive udvalgsformænd (ungdom, senior, motion, veteran) samt hos HBK's bestyrelsesmedlemmer.

Kursus i brugen af den nye hjemmeside fandt sted i august 2016, og der var repræsentanter til stede fra samtlige udvalg samt fra bestyrelsen.

Hjemmesiden er udviklet i et samarbejde mellem HBK og [ClubPeople](http://ClubPeople.com) (T: 42470014, E: contact@clubpeople.com). Hvis du har problemer i forbindelse med opdatering af hjemmesiden, så klik på [Vejledninger](#).

Formål: Hjemmesiden skal bruges til at søge og finde relevante informationer, nyheder og andet relevant, som til enhver tid skal være opdaterede. Det overordnede formål er at øge kommunikationen på tværs af klubben såvel som til eksterne interessenter.

Status: Siden fremstår opdateret og moderne. Der er fortsat lidt for 'stille' på siden, men vi arbejder på at udbrede brugen af hjemmesiden.

- **Nyhedsbrev HBKnyt;**

Nyhedsbrevet findes på www.hbk.dk under Klubben / HBKnyt.

Baggrund: For mange år siden havde man et klubblad i trykt format. Det blev besluttet at nedlægge dette klubblad og i stedet kommunikere til klubbens medlemmer via hjemmesiden. I september 2016 publicerede klubbens Kommunikationsansvarlige HBKnyt, som er HBK's nyhedsbrev. HBKnyt bliver publiceret månedligt, umiddelbart efter bestyrelsesmødet, der finder sted den anden torsdag i måneden.

Formål: Formidle informationer fra bestyrelsen til klubbens medlemmer og øvrigt interesserede.

Status: Første udgave blev publiceret i september 2016. Det blev lagt op på hjemmesiden som nyhed, og nyhedsbrevet ligger tilgængeligt på hjemmesiden. Derudover blev publiceringen annonceret på HBK's Facebook side. For at 'ramme' flere læsere, vil HBKnyt fremadrettet også blive sendt til klubbens pr. email via Conventus. Dette sker fra og med oktober 2016 udgaven.

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB



2. Afklaring og målsætning

A. Målgruppe(r):

På kort sigt (1-2 år) prioriteres de interne interessenter og på længere sigt (3-5 år) de eksterne interessenter.

B. Afklaring

Hvor er de gode "rollemodeller"? Hvad gør de klubber, der gør det godt i forhold til kommunikation? Hvilke medier og teknologier anvender de?

- Solrød Strand Badmintonklub, Greve Strands Badmintonklub, Hillerød Badmintonklub, Lillerød Badmintonklub er gode 'rollemodeller'.
 - Man får svar på alt relevant på deres hjemmeside.
 - Deres Facebook sider bliver ofte opdateret, og som hovedregel kommer der opdateringer fra klubbens forskellige afdelinger.
 - De er gode til at annoncere resultater, både fra holdkampe og fra individuelle turneringer.
 - De er gode til at promovere både bredde-, motions- og elitespillere.
 - Der bliver bragt 'sjove' indfald på Facebook siderne.
 - De tilføjer billeder på alle posts på Facebook.

C. Mål

Hvilke mål opstilles på kort sigt på kommunikationsområdet (1-2 år - angiv måned/år). Målene skal være rensset for handlinger. Handlingerne placeres under afsnittet strategi.

Kommunikation – Kort sigt	
Hvilke kommunikative mål opstilles på kort sigt (1-2 år - angiv måned/år). Målene skal være rensset for handlinger.	Strategi Hvilke konkrete handlinger/ aktiviteter skal føre frem til opfyldelse af målet. Angiv år/måned for hver handling/aktivitet
1. Medlemmerne oplever, at klubbens hjemmeside er velfungerende (august 2016) 2. Klubbens medlemmer oplever, at de bliver orienteret om, hvad der	<ul style="list-style-type: none"> • Officiel HBK Facebook side introduceret (maj 2015) • Ny HBK hjemmeside (august 2016) • HBKnyt (nyhedsbrev) publiceret (september 2016)

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB

Kommunikation – Kort sigt	
Hvilke kommunikative mål opstilles på kort sigt (1-2 år - angiv måned/år). Målene skal være rensset for handlinger.	Strategi Hvilke konkrete handlinger/ aktiviteter skal føre frem til opfyldelse af målet. Angiv år/måned for hver handling/aktivitet
sker i bestyrelsen (august 2016)	<ul style="list-style-type: none"> Oversigt over bestyrelsens medlemmer og arbejdsopgaver publiceres (november 2016)

3. Organisatorisk**A. Vision omkring kommunikation****Hvad er klubbens vision for kommunikationsområdet?**

Vores vision på kommunikationsområdet er:

“Vi stiler efter at have et kommunikationsniveau, hvor størstedelen af medlemmerne ved, hvad der foregår i klubben og hvor vi er på vej hen”.

B. Organisatoriske mål for kommunikationsområdet.

Hvad er de organisatoriske mål omkring kommunikation på kort sigt (1-2 år - angiv måned/år)? Målene skal være rensset for handlinger. Handlingerne placeres under afsnittet strategi.

Organisatoriske mål for kommunikation – kort sigt	
Hvilke organisatoriske mål opstilles på kort sigt (1-2 år - angiv måned/år). Målene skal være rensset for handlinger.	Strategi Hvilke konkrete handlinger/aktiviteter skal føre frem til opfyldelse af målet. Angiv år/måned for hver handling/aktivitet
1. Alle bestyrelses- og udvalgsmedlemmer (indbyrdes) mener, at kommunikationen er velfungerende (august 2016)	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikationsansvarlig i bestyrelsen er udpeget (april 2015) Hver afdeling har en ansvarlig med de rette kompetencer, som ajourfører spillerlister (maj 2016) Kommunikation som fast punkt på bestyrelsesmøder (maj 2015)

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB



Organisatoriske mål for kommunikation – kort sigt

Hvilke organisatoriske mål opstilles på kort sigt (1-2 år - angiv måned/år). Målene skal være rensset for handlinger.	Strategi Hvilke konkrete handlinger/aktiviteter skal føre frem til opfyldelse af målet. Angiv år/måned for hver handling/aktivitet
	<ul style="list-style-type: none"> • Referater fra bestyrelsesmøder er tilgængelige i Dropbox for bestyrelsesmedlemmer (juli 2016) • Politikker ligger på hjemmesiden (august 2015) • Strategier ligger på hjemmesiden (august 2015) • Kommissorier ligger på hjemmesiden (august 2015) • Revision af kommunikationsstrategien (oktober 2016)

C. Ressourcemæssige krav

Hvilke kompetencer er nødvendige i forhold til realisering af kommunikationsstrategien?.

Ansvar for kommunikationsstrategien er placeret i bestyrelsen og er godkendt i bestyrelsen. I kommissoriet for bestyrelsen er beskrevet de nødvendige kompetencer.

Hvilke andre ressourcer, teknologier (f.eks. SMS-service) skal være til rådighed for realisering af kommunikationsstrategien? Hvordan vil klubben gøre brug af sociale medier? (f.eks. Facebook)

I maj 2015 fik HBK en officiel Facebook side.

I august 2016 fik HBK en ny hjemmeside.

Der er ikke båndbredde til introduktion af flere sociale medier (oktober 2016).

D. Økonomi

Hvilke økonomiske ressourcer (budget for kommunikation de kommende 5 år) kræver det at realisere en kommunikationsstrategi og hvordan skal de skaffes? Hvad er de nødvendige prioriteringer?

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB



År ↻	2015	2016	2017	2018	2019
Nøgleposter ⊕					
Hjemmeside	0	1.350,00 kr. ex. moms Konsulentytelser ifm. opsætning og design 1.245,00 kr. ex. moms Licens (inkl. opsætning/design) 249 kr. per måned x 5 (aug-dec)	2.988 kr. ex. moms 249 kr. x 12 måneder (jan-dec)	2.988 kr. ex. moms 249 kr. x 12 måneder (jan-dec)	2.988 kr. ex. moms 249 kr. x 12 måneder (jan-dec)
I alt kr.	0	2.595,00	2.988,00	2.988,00	2.988,00

E. Kommunikation**Hvordan ønsker klubben at håndtere pressen og nyhedsformidling samt sponsorer og interessenter (interne/eksterne interessenter)?**

- **Pressen;**

Formanden - og kun formanden - håndterer sager og udtaler sig om emner, der vedrører politiske beslutninger i HBK regi. Formanden står således for al kommunikation med Holbæk Kommune, herunder Borgmesteren og andre politiske interessenter.

Den Sportsansvarlige udtaler sig om emner, der vedrører holdkampe, spillere, træning, resultater og sportslige initiativer i øvrigt.

Udvalgsformændene - ungdoms-, senior-, veteran- og motionistformanden håndterer pressen for deres respektive område. Dette gøres i samarbejde med de udvalg, de har sammensat i deres eget område.

Den Kommunikationsansvarlige kan udtale sig i mindre udstrækning, men henviser til de relevante personer i klubben, der kan udtale sig uddybende.

- **Nyhedsformidling;**

Bestyrelsen orienterer klubbens medlemmer via nyhedsbrevet HBKnyt, som publiceres månedligt. Derudover orienteres via hjemmesiden, emails fra Conventus og Facebook til klubbens medlemmer. Referater fra generalforsamlinger ligger tilgængelige på hjemmesiden.

Udvalgsformændene for ungdoms-, senior-, motionist- og veteranafdelingen orienterer om nyheder, resultater, nye tiltag og aktiviteter for deres egen

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB



afdeling. Dette sker via klubbens tilgængelige medier.

- **Sponsorer;**
Sponsorudvalget håndterer alene af sponsorer.
- **Interessenter - interne og eksterne;**
Bestyrelsen håndterer overordnet interessenter, der har relation til politiske beslutninger og helt overordnede emner i HBK regi.
Den Sportsansvarlige håndterer interessenter hos Nordvestnyt, hvis emnet er af sportslig karakter.
Den Sponsoransvarlige håndterer eksisterende sponsorer og/eller virksomheder, der udviser sponsormæssig interesse i HBK.

Hvordan kommunikeres beslutninger fra bestyrelsen og udvalg ud i organisationen?

- Efter hvert bestyrelsesmøde udsendes relevante punkter til klubbens medlemmer via nyhedsbrevet HBKnyt. Nyhedsbrevet sendes ud pr. mail via Conventus og lægges på hjemmesiden. Samtidig orienteres der via Facebook om, at et nyt HBKnyt er publiceret.
- Efter generalforsamlinger lægges referat herfra på hjemmesiden.

Hvordan skal klubbens designmanual se ud? (breve, sponsorkontrakter, referater, pressemeddelelser, e-mail, brochurer, nyhedsbreve, hjemmeside, logo m.v.).

Klubben har ingen designmanual, og der er ikke lavet planer for en sådan. På grund af mange andre initiativer, har dette ikke været en prioritet. Der bør udarbejdes en designmanual, men pr. oktober 2016 er der ikke ressourcer til dette.

Hvordan brandes klubbens kommunikationsstrategi løbende? (hvordan gøres den synlig og tilgængelig?)

Kommunikationsstrategien brandes ved at *bruge* den i kommunikationen. Dette gøres via kommunikationsaktiviteter på HBK's kommunikationsplatforme. Ved at fortælle, hvad der sker i klubben, oplever medlemmerne at blive orienteret. Kommunikationsstrategien ligger på hjemmesiden.

4. Overordnet handlingsplan

Hvem gør hvad, hvornår i de enkelte år. Herudover opstilles mål for hvert år.

Hvad (beskriv opgaven)	Hvornår (år/måned)	Hvem (én person til hver opgave)	Status

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK BADMINTON KLUB

Hvad (beskriv opgaven)	Hvornår (år/måned)	Hvem (én person til hver opgave)	Status
Kommunikation som fast punkt på bestyrelsesmøder	Maj 2016	Det bestyrelsesmedlem, der udarbejder dagsorden	OK
Ungdoms-, senior-, veteran- og motionist-afdelingen har udpeget en tovholder	Maj 2016	Kommunikationsansvarlig	OK
Politikker på hjemmesiden	Maj 2016	Kommunikationsansvarlig	OK
Valg af hjemmesidesystem præsenteres i bestyrelsen	Juni 2016	Kommunikationsansvarlig	OK
Referater fra bestyrelsesmøder er tilgængelige (for bestyrelsen) i elektronisk format (Dropbox)	Juli 2016	Bestyrelsesreferent	OK
Ny hjemmeside	Aug. 2016	Kommunikationsansvarlig	OK
HBK's medlemmer mener, at de bliver orienteret om, hvad der sker i bestyrelsen	Aug. 2016	Kommunikationsansvarlig	I gang
Kommissorier på hjemmesiden	Aug. 2016	Kommunikationsansvarlig	OK
Deling af information fra bestyrelsesmøder sker via HBKnyt	Sept. 2016	Kommunikationsansvarlig	OK
Nyhedsbrev publiceret	Sept. 2016	Kommunikationsansvarlig	OK
Revision af kommunikationsstrategien	Okt. 2016	Formand og Kommunikationsansvarlig	OK
Udarbejdelse af designmanual	I løbet af 2017	Kommunikationsansvarlig	Ikke igangsat