

# Kommunikasjonsplan

## 2021-2022

HØRINGSUTKAST

**formaterte:** Skrift: 18 pkt, Fet

**Formatert:** Midtstilt

Vedtatt av forbundsstyret xx.01.21

Siste revisjon xx.01.21

## Innhold

.....	0
Innledning.....	2
1. Prinsipper for kommunikasjonsarbeidet.....	3
2. Kommunikationskanaler.....	4
3. Mål for kommunikasjon i NBBF.....	5
3.1 Publiseringer.....	5
3.2 Klikk og følgere.....	5
3.3 Interaksjon med følgere.....	6
3.4 Svarfrister.....	6
4. Målgrupper.....	6
4.1 Eksterne målgrupper.....	7
4.2 Interne målgrupper.....	7
4.3 Norsk idrett og FIBA.....	7
4.4 Offentlige myndigheter.....	8
5. Inntrykk.....	8
6. Strategi for kommunikasjon.....	9
6.1 Planlagt og helhetlig kommunikasjon på alle nivåer.....	9
6.2 Gjøre basketball mer synlig.....	9
6.3 Feire seiere.....	10
6.4 Engasjere mer.....	10
6.5 Forenkle arbeidet i klubb.....	10
6.6 Vise frem våre verdier og vår visjon.....	10
7. Organisering, roller og ansvar.....	10
7.1 Forbundsstyret.....	10
7.2 Administrative ledelse.....	11
7.3 Utvalg og komiteer.....	11
7.4 Øvrige ansatte i NBBF.....	11
8. Vedlegg til strategien.....	11
9. Referanseliste.....	11
9.2 Rapporter og analyser.....	12
9.3 Inspirasjon.....	12
9.4 Involvering i prosessen.....	12

Innholdet i denne kommunikasjonsplanen må ses i sammenheng med NBBFs:

- Overordnet [strategiplan/langtidsplan](#)
- Profilhåndbok

## Innledning

Kommunikasjon er det sterkeste virkemiddelet for å nå NBBF og norsk baskets fremste mål om ~~186~~ 250 medlemmer i 2024~~2~~.

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

Kommunikasjonsplanen er en av fem utviklingsplaner som er styreforankret.

Norges Basketballforbund

## 1. Prinsipper for kommunikasjonsarbeidet

Visjonen til norsk basket er, **Basketball – mer enn en idrett**. For å kunne strekke oss mot en slik visjon, må vi alle jobbe etter et felles verdsett. NBBF har valgt følgende tre kjerneverdier: **Inkluderende, gøy og målrettet**.

NBBF skal basere all sin kommunikasjon på likeverd mellom kjønnene og på at utøvere og lag av begge kjønn har samme verdi og betydning for NBBF.

### Basketball – mer enn en idrett

For å kunne jobbe mot visjonen, basert på felles kjerneverdier, ønsker NBBF at kommunikasjonsarbeidet 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 alle som har interesse for norsk basket 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 kommunikasjonsarbeid 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, webinarer og møter** er når vi er i dialog med enkeltmedlemmer eller klubber via telefon, epost og skype/teams, eller holder foredrag, ~~avholder webinarer~~, deltar på klubbleder-møter (~~fysiske og digitale~~), på Basketballtinget og når vi møter medlemmene på NBBFs og klubbenes arrangementer. Dette gir oss en mulighet til å kommunisere direkte og dermed både gi informasjon og lytte til enkeltmedlemmer og klubber.
- **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 basert på NBBFs visjon og verdier som bl.a. bidrar til rekruttering og eksponering av basketballsport i Norge. Nettsiden er også et informasjonsmessig samlingspunkt for alle målgrupper til norsk basket.
- **Sosiale medier** er viktige for å kunne møte medlemmer der de er, og fungerer som en viktig lyttepost og inspirasjonskilde i medlemsmassen. Styrken til sosiale medier er at de inspirerer til dialog og åpner opp for dynamisk informasjonsutveksling i langt større grad enn nettsider. For tiden ønsker NBBF å være aktive på Facebook, Twitter, Instagram, ~~Snapchat~~ ~~Tiktok~~ og podcast.
- Der det er naturlig benyttes betalt publisering og videoinnhold for å nå relevante målgrupper.
- **MinBasket** er en applikasjon som skal forenkle arbeidet i klubb og på en enklere måte tilgjengeliggjøre informasjon og tjenester. MinBasket inkluderer alle serier og turneringer som arrangeres i regi av NBBF sentralt og regionalt. Tjenester som lisensbetaling, innmelding av skade, kampanjer og nyhetspush brukes for å nå ut med informasjon og for å forenkle hverdagen for klubber og medlemmer. MinBasket er i stadig utvikling og følger vedtatt målsetning om digital omlegging 2020.

### 3. Mål for kommunikasjon i NBBF

#### 3.1 Publiseringer

Hva	Kanal	Minimum antall	Ansvar
Nyheter fra NBBF sentralt	Basket.no	5 pr. uke	NBBF sentralt
Nyheter fra regionene	Basket.no	1 pr. uke	Pr. region
Nyheter fra NBBF sentralt	Facebook	5 pr. uke	NBBF sentralt
Nyheter fra regionene	Facebook	1 pr. <del>uke</del> måned	NBBF sentralt
Delte nyheter fra basketmiljøet	Facebook	<del>3-1</del> pr. uke	NBBF sentralt
<del>Bilder</del> Publisering	Instagram	3 pr. uke	NBBF sentralt
Nyheter fra NBBF eller delte basketnyheter	Twitter	3 pr. uke	NBBF sentralt
<del>Bilder og snutter</del>	<del>Snapchat</del>	<del>3 pr. uke</del>	<del>NBBF sentralt</del>
Podcast - aktuelle temaer fra basket og idretts-Norge	Podcast	4 pr. år	NBBF sentralt
<del>Kampanjer, konkurranser, «de små historiene»</del>	<del>Tiktok</del>	<del>2 pr. måned</del>	<del>NBBF sentralt</del>

#### 3.2 Klikk og følgere

Hva	Kanal	Minimum økning
Øke antall sidevisninger	Basket.no	10% pr. år
Øke antall følgere	Facebook	600 pr. år
Øke antall følgere	Instagram	500 pr. år
Øke antall følgere	Twitter	150 pr. år
<del>Øke antall følgere</del>	<del>Snapchat</del>	<del>500 pr. år</del>
<del>Øke antall følgere</del>	<del>Tiktok</del>	<del>1500 pr. år</del> <del>500 pr. år</del>

<u>Views + likes</u>	<u>Tiktok</u>	<u>20 000 views pr. publisering, 50 000 likes pr år</u>
Øke antall abonnenter	Youtube	100 pr. år

### 3.3 Interaksjon med følgere

Hva	Kanal	Minimum antall	Ansvar
Konkurransen	Basket.no (basketbarometeret)	1 pr. år	NBBF sentralt
Konkurranser	Facebook	1 pr. kvartal	NBBF sentralt
Konkurranser	Instagram	1 pr. kvartal	NBBF sentralt
<u>Konkurransen</u>	<u>TikTok</u>	<u>1 pr. kvartal</u>	<u>NBBF sentralt</u>

### 3.4 Svarfrister

Hva	Kanal	Når	Ansvar
Spørsmål	Facebook – NBBF sentralt	4 timer innenfor ordinær arbeidstid	NBBF sentralt
Henvendelser	E-post	Innen 1 virkedag	Alle NBBF ansatte

Målene rapporteres på kvartalsvis.

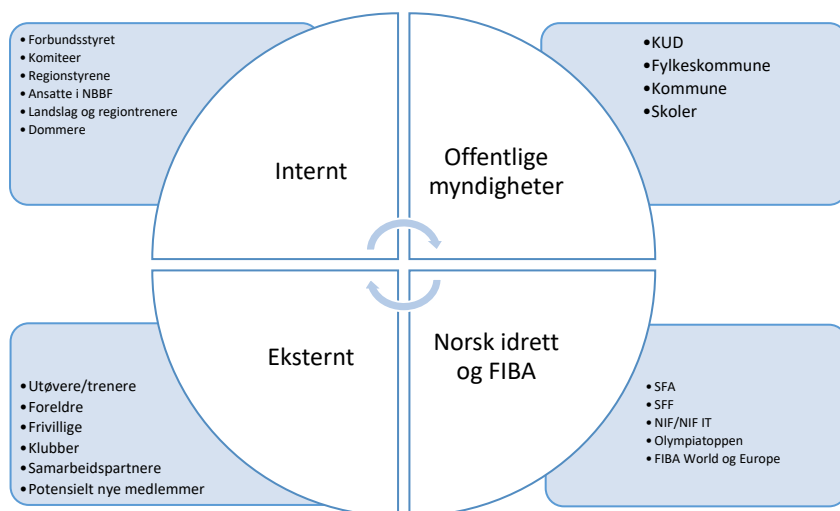
En egen digital strategiplan er utarbeidet i tillegg til ovenstående og den utgjør et vedlegg til denne strategien.

## 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, kommuner, samarbeidspartnere og potensielt nye samarbeidspartnere som de viktigste målgruppene i vårt kommunikasjonsarbeid.

Media er en viktig kanal for å nå ut til riktige målgrupper. En egen mediehåndbok er utarbeidet, den utgjør et vedlegg til denne [strategiplanen](#).



#### 4.1 Eksterne målgrupper

Med 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

Med 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. Dette sikrer 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. Inntrykk

«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 inntrykk.

Målgruppe	Etterlatt inntrykk
Målgruppe 1 - Internt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basketball er inkluderende – gøy – målrettet.</li> <li>- NBBF bidrar til at norsk basket skal ha <del>186</del> 250 medlemmer i 2024.</li> <li>- <del>NBBF tilbyr trenere- og dommere opplæring med tydelige krav og mål.</del> NBBF jobber for god kompetanse på alle nivåer i <u>organisasjonen</u></li> </ul>
Målgruppe 2 - Eksternt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basketball er inkluderende – gøy – målrettet.</li> <li>- <del>NBBF støtter og legger til rette for at klubbene skal kunne drive best mulig.</del> Samarbeid og tillitt skal prege arbeid mellom klubb, region og forbund.</li> <li>- <del>NBBF tilbyr barn og ungdom et tilpasset aktivitets-, konkurranse og spillerutviklingstilbud.</del> NBBF er <u>åpne om og transparente i sitt arbeid.</u></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 <u>hallutfordringen</u> <u>anleggsutfordringen</u> på</li> </ul>

	<p>dagsorden og jobber for <del>mest mulig halltid og gratis halleie for barn og ungdom</del>, nasjonalt krav om flerbrukshaller på alle skoler.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NBBF er førende i arbeidet for mangfold, inkludering og toleranse i idrettsorganisasjonen og bidrar til dette arbeidet 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. Gjøre basketball mer synlig
3. Feire seiere
4. Engasjere mer
5. Forenkle arbeidet i klubb
6. Vise frem våre verdier og visjon

### 6.1 Planlagt og helhetlig kommunikasjon på alle nivåer

Gjennom en god implementering av kommunikasjonsplanen vil vi bruke planen 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.

Dette er viktig for å skape en kultur for god kommunikasjon i arbeidet for å oppnå våre strategiske målsetninger og fordi vi ønsker å unngå at organisasjonen oppfattes som splittet i sin kommunikasjon med interessenter og målgrupper.

### 6.2 Gjøre basketball mer synlig

NBBF ønsker å gjøre basketball til en mer synlig idrett i mediebildet, både hva angår toppidrett, bredde og sportens ildsjeler. Skape begeistring og stolthet over egen idrett. Dette er viktig for å nå de målsetninger som er vedtatt i planen og for å skape en mer målrettet og enhetlig organisasjon.

### 6.3 Feire seiere

NBBF vil løfte frem «alle» som gjør verdifulle tiltak og handlinger som fører NBBF i den retningen som følger vedtatt i overordnet planverk, både via nyhetssaker på basket.no, sosiale medier og på møteplasser i NBBFs regi. Dette er viktig for å skape en kultur som preges av et felles målrettet arbeid for utviklingen av norsk basket og for å unngå at miljøet bruker energi på å bygge hverandre ned.

### 6.4 Engasjere mer

NBBF skal ~~ukentlig~~ dele nyhetssaker fra basketballmiljøet og ta del i den offentlige debatten. NBBF skal aktivt søke skribenter/ressurspersoner i basketmiljøet for å samarbeide om publiseringer på basket.no og delinger på sosiale medier. Dette er viktig for å skape en åpenhetskultur hvor gode historier deles og meninger kan utveksles med mål om utvikling og for å unngå at NBBF skal være en lukket organisasjon.

### 6.5 Forenkle arbeidet i klubb

NBBF skal kommunisere til medlemsklubbene hvilke tiltak og verktøy som kan forenkle og forbedre arbeidet i klubbene. NBBF skal invitere til samarbeid og læring mellom organisasjonsledd, involvering i prosesser, deltakelse i utvalg og innspill i viktige saker. Dette er viktig for å skape et bedre grunnlag for rekruttering og økt aktivitet og for å unngå at klubber bruker mer tid på administrasjon enn nødvendig.

### 6.6 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. Dette er viktig for å skape en enda mer positiv og inkluderende organisasjon og for å unngå at norsk basket skal bli oppfattet som lukket og introvert.

## 7. Organisering, roller og ansvar

Ledelse skjer gjennom kommunikasjon og beslutninger. God lederkommunikasjon innebærer 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. Det er viktig at NBBFs forskjellige organer har dialog seg imellom for å sikre at det er den eller de med best forutsetninger for dialog med forskjellige målgrupper som forestår dialogen i det enkelte tilfellet.

### 7.1 Forbundsstyret

NBBFs øverste organ mellom Basketballtingene er Forbundsstyret. Forbundsstyret skal være tilgjengelig for og bidra til åpen og god dialog med NIF, andre særforbund, andre organer i NBBF, med administrasjonen og med andre relevante målgrupper. I

forhold til media skal Forbundsstyret primært uttale seg om saker om overordnede prinsipielle forhold, herunder forhold som berører målsetningene og verdiene til NBBF. Forbundsstyret skal også være den som primært uttaler seg om saker som behandles av forbundsstyret eller [Arbeidsutvalget](#).

### 7.2 Administrative ledelse

Generalsekretæren, 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 klubber/medlemmer om administrative saker på vegne av NBBF, med mindre det gjelder saker som behandles av forbundsstyret eller [Arbeidsutvalget](#).

### 7.3 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. [Publisering gjøres av fagansvarlig i administrasjonen.](#)

### 7.4 Øvrige ansatte i NBBF

Har ansvar for å vurdere informasjonstiltak generelt, og spesielt innenfor sitt fagfelt. Ansvaret går ut på å vurdere, planlegge og publisere, og der det er naturlig i samarbeid med ansvarlig for kommunikasjon i NBBF og øvrige ansatte som har kommunikasjon og publisering som sin arbeidsoppgave.

## 8. Vedlegg til [strategienplanen](#)

Følgende dokumenter inngår i og supplerer [kommunikasjonsstrategienplanen](#):

#### Vedlegg 1:

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

#### Vedlegg 2:

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

#### Vedlegg 3:

**Digital plan** 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.
- Rapporter fra Basketbarometeret 2016-2020 – mai 2016.
- Internanalyse av kommunikasjon i NBBF – juni 2016.
- Rapport fra spørreundersøkelse om kommunikasjon til klubbene – august 2016.

## 9.3 Inspirasjon

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

## 9.4 Involvering i prosessen

- Medlemsklubber
- Ansatte i NBBF
- Regionstyrene i NBBF
- Tidligere medlemmer av forbundsstyret
- Forbundsstyrene i NBBF i periodene 2016-2018, 2018-2020 og 2020-2022

Utviklet i ~~2016~~20 for Norges Basketballforbund:

av Espen Andre Johansen arbeidsgruppe bestående av ansatte i NBBF, ledet av Espen

A. Johansen

Organisasjonssjef

~~Revidert i desember 2019~~