



NORGES  
**BASKETBALL**  
FORBUND

# **Kommunikasjonsplan**

## **2023-2024**

Vedtatt av forbundsstyret 03.12.22

**Innhold**

.....	0
<b>Innledning</b> .....	2
<b>1. Prinsipper for kommunikasjonsarbeidet</b> .....	3
<b>2. Kommunikationskanaler</b> .....	4
<b>3. Mål for kommunikasjon i NBBF</b> .....	5
<b>3.1</b> Publiseringer.....	5
<b>3.2</b> Klikk og følgere.....	5
<b>3.3</b> Interaksjon med følgere.....	5
<b>3.4</b> Svarfrister.....	6
<b>4. Målgrupper</b> .....	6
4.1 Eksterne målgrupper.....	7
4.2 Interne målgrupper.....	7
4.3 Norsk idrett og FIBA.....	7
4.4 Offentlige myndigheter.....	7
<b>5. Inntrykk</b> .....	8
<b>6. Strategi for kommunikasjon</b> .....	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
<b>7. Organisering, roller og ansvar</b> .....	10
7.1 Forbundsstyret.....	10
7.2 Administrative ledelse.....	11
7.3 Utvalg og komiteer.....	11
7.4 Øvrige ansatte i NBBF.....	11
<b>8. Vedlegg til planen</b> .....	11
<b>9. Referanseliste</b> .....	12
<b>9.2</b> Rapporter og analyser.....	12
<b>9.3</b> Inspirasjon.....	12
<b>9.4</b> Involvering i prosessen.....	12

Innholdet i denne kommunikasjonsplanen må ses i sammenheng med NBBFs:

- Overordnet langtidsplan
- Profilhåndbok

## Innledning

Kommunikasjon er det sterkeste virkemiddelet for å nå NBBF og norsk baskets fremste mål om 18 250 medlemmer i 2024.

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.

Kommunikasjonsplanen beskriver hva forbundet ønsker å oppnå med sin interne og eksterne kommunikasjon. 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 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 klubbmøter (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. De regionale temasidene er spisset med informasjon rettet mot medlemmene. 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. Dokumenter organiseres ved at de knyttes til de respektive temasidene, ikke i et felles dokumentarkiv.
- **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, Tiktok, LinkedIn 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.

### 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 NBBF sentralt	Facebook	5 pr. uke	NBBF sentralt
Publisering	Instagram	3 pr. uke	NBBF sentralt
Nyheter fra NBBF eller delte basketnyheter	Twitter	3 pr. uke	NBBF sentralt
Podcast - aktuelle temaer fra basket og idretts-Norge	Podcast	4 pr. år	NBBF sentralt
Kampanjer, konkurranser, «de små historiene»	Tiktok	2 pr. måned	NBBF sentralt

#### 3.2 Klikk og følgere

Hva	Kanal	Minimum økning
Øke antall sidevisninger	Basket.no	10% pr. år
Rekkevidde (antall personer som har sett innhold)	Facebook	Snitt på 25.000
Rekkevidde (nådde kontoer)	Instagram	Snitt på 3500
Tweet-visninger	Twitter	Snitt 6000 per måned
Views + likes	Tiktok	10 000 views pr. publisering, 50 000 likes pr år
Følgere	Youtube	100 per år

#### 3.3 Interaksjon med følgere

Hva	Kanal	Minimum antall	Ansvar
Konkurranser/høringer	Basket.no (basketbarometeret)	1-4 pr. år	NBBF sentralt
Konkurranser/høringer/diskusjoner	Facebook	1 pr. kvartal	NBBF sentralt
Konkurranser	Instagram	1 pr. kvartal	NBBF sentralt
Konkurranser	TikTok	1 pr. kvartal	NBBF sentralt

### 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 plan er utarbeidet i tillegg til ovenstående og den utgjør et vedlegg til denne strategien.

### 3.5 Måling av medias redaksjonelle omtale

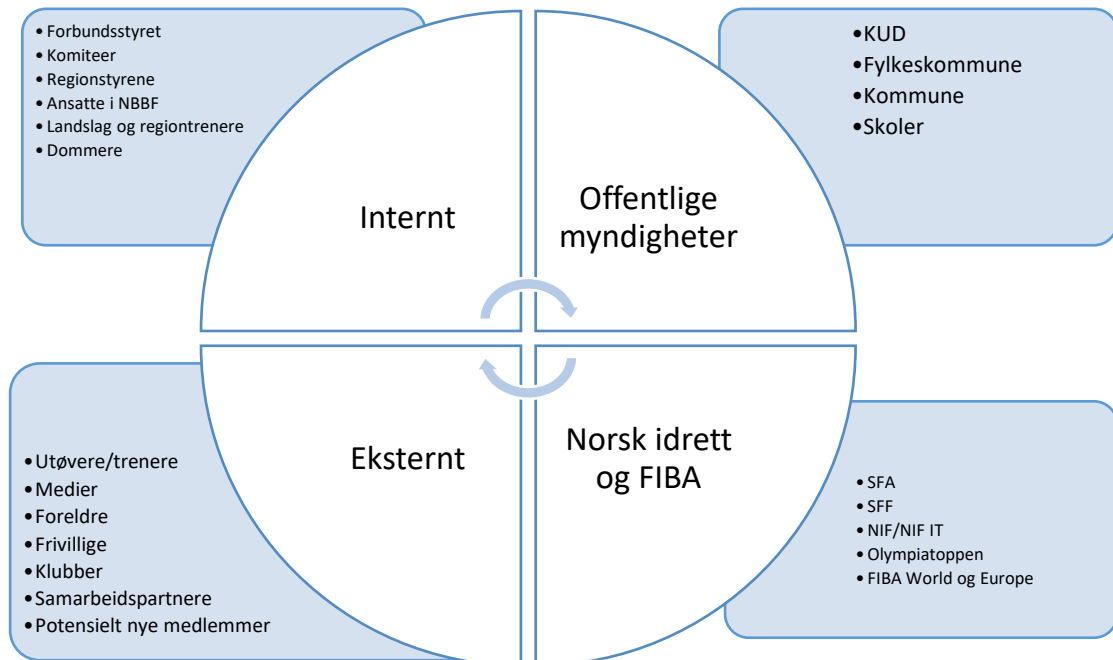
NBBF har per i dag ikke målt medieoppmerksomhet rundt våre aktiviteter. Det er vel så viktig å måle som egne kanaler. Og helt nødvendig om det skal være noen mening i å sende pressemeldinger og følge opp media. NBBFs styre må vurdere om det kan settes av penger til en avtale med Opoint, MyNewsDesk eller liknende aktør, for å ivareta slike målinger. Media må defineres som en viktig ekstern målgruppe, og hvordan og hvor mye de omtaler oss må måles.

## 4. Målgrupper

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

Vi definerer klubber, medlemmer, potensielt nye medlemmer, kommuner, medier, 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 mediehandbok er utarbeidet, den utgjør et vedlegg til denne planen.



#### 4.1 Eksterne målgrupper

Med eksterne målgrupper menes personer, medier, bedrifter og klubber og miljøer som NBBF allerede har en relasjon til, som man ønsker å inngå et samarbeid med, eller man ønsker å rekruttere til basketball, eller som man ønsker at skal få en relasjon til basketball.

#### 4.2 Interne målgrupper

Med interne målgrupper menes personer som er tilknyttet NBBF på forbundsnivå, enten via frivillig engasjement eller ansatte.

#### 4.3 Norsk idrett og FIBA

NBBF skal ha et aktivt kommunikasjonsforhold til norsk idrett og FIBA, og 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 mer enn en idrett Gjennom basketball opplever medlemmer og aktive i vår idrett noe som er mer enn selve den sportslige utfoldelsen. Dette er inkludering, fellesskap og mestring.</li> <li>- Basketball er inkluderende – gøy – målrettet.</li> <li>- NBBF bidrar til at norsk basket skal ha 18 250 medlemmer i 2024.</li> <li>- NBBF jobber for god kompetanse på alle nivåer i organisasjonen</li> </ul>
Målgruppe 2 - Eksternt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basketball er inkluderende – gøy – målrettet.</li> <li>- Samarbeid og tillitt skal prege arbeid mellom klubb, region og forbund.</li> <li>- NBBF er åpne om og transparente i sitt arbeid.</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 anleggsutfordringen på dagsorden og jobber for nasjonalt krav om flerbrukshaller på alle skoler.</li> <li>- NBBF er førende i arbeidet for mangfold, inkludering og toleranse i idrettsorganisasjonen</li> </ul>

	og bidrar til dette arbeidet i det norske samfunn.
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. Det skal regelmessig sendes basketnyheter til lokalmedia for å sikre jevnlig mediesynlighet.

#### 6.2.1 Utvikle profil og visuell identitet

Som del av arbeidet med å gjøre sporten mer synlig må NBBF utvikle og dyrke det grafiske arbeidet rundt NBBFs sportslige produkter. Synliggjøringen av våre øverste serier, landslag, 3x3 og UNM forsterkes veldig av at de har egne grafiske profiler.

### 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](https://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 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](https://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. 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, arbeidsgrupper, prosjektgrupper 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 Eksterne ressurser

## 7.5 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 planen

Følgende dokumenter inngår i og supplerer kommunikasjonsplanen:

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
- 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
- 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 2020 for Norges Basketballforbund:

av arbeidsgruppe bestående av ansatte i NBBF, ledet av Espen A. Johansen  
Organisasjonssjef