



Anebyortens Ridklubb

Kommunikationspolicy

Anebyortens Ridklubb vill i sin kommunikation sprida information, skapa förståelse och delaktighet genom att kontinuerligt informera och kommunicera vår verksamhet. Kommunikationspolicyn är ett stöd för att uppnå det syftet. Policyn avser all information och kommunikation där föreningens styrelse, sektioner, förtroendevalda eller anställda står som avsändare.

Den interna kommunikationen ska ge kunskap om vad som sker inom och utom föreningen, den ska också skapa motivation och delaktighet för anställda och förtroendevalda.

Den externa kommunikationen ska ge en samstämd, nyanserad och aktuell bild av Anebyortens Ridklubbs olika verksamheter, skapa kunskap om densamma samt förstärka organisationens trovärdighet.

Detta ska leda till att Anebyortens Ridklubb blir en naturlig samarbetspartner till medlemmarna och att vi i dialogen ges större chans att få in synpunkter angående våra medlemmars behov och önskemål samt att föra ut information från föreningen.

Anebyortens Ridklubb ska profileras som en modernt och framsynt förening. Vår kommunikation ska präglas av öppenhet och tillgänglighet. Uppgiften ställer krav på både personal, styrelse, sektioner, kommittéer och andra förtroendevalda.

Medarbetare och förtroendevalda som representerar Anebyortens Ridklubb vid externa kontakter ska vara medvetna om att föreningens varumärke påverkas av såväl informell och oplanerad kommunikation som av planerad och genomtänkt kommunikation.

Webben är vår huvudsakliga kanal för att till bredare grupper sprida viktig och ofta faktabaserad information, och hemsidan ska snabbt ge tillgång till information av betydelse för alla intressenter.

Sociala medier används för att delge information från hemsidan, förstärka budskap och ytterligare information på vår hemsida. **Se även separat policy för sociala medier.**

Vi svarar inte på frågor från anonyma frågeställare och inte på rena påhopp eller frågor av oförskämd karaktär.

Generellt använder vi ett vårdat men inte byråkratiskt språk.

Hörnstenar i vår kommunikation

Öppenhet

Vi tror att vår verksamhet gynnas av en öppen, klar och snabb kommunikation. Vi välkomnar synpunkter och förslag från våra medlemmar och andra intressenter och strävar efter snabb återkoppling.

Delaktighet

Högt i tak skall gälla i kommunikationen internt inom föreningens organisation både för förtroendevalda och anställda. Vi tror att ett fritt idéutbyte inom organisationen utvecklar verksamheten. De öppna diskussionerna följs av en lojalitetsplikt för föreningens bästa och en respekt för majoritetsbeslut och demokratiska mötesprinciper. Delaktighet skapar engagemang, och god kommunikation är motivationsfrämjande. Vi ser det därför som naturligt att involvera personal och medlemmar i stora delar av vår kommunikation. Inom styrelsen råder i vissa speciella ärenden tystnadsplikt, men som regel ska gälla att personal och förtroendevalda ska få kännedom om varje nyhet av vikt, innan den offentliggörs.

Tydlighet

Vi mottagaranpassar i möjligaste mån vår information, använder fackspråk endast i kontakt med fackfolk och är måna om att uttrycka oss begripligt i vår kommunikation med omvärlden.

Kvalitet

Vår information, internt som externt, ska vara saklig, aktuell, korrekt och relevant för sina mottagare.

Engagemang

Information innebär både rättigheter och skyldigheter för personal, medlemmar, förtroendevalda och andra intressenter. Anställda kan kräva upplysning om vissa uppgifter som berör deras arbete, men anställda och alla övriga intressenter förväntas också själva hålla sig uppdaterade med information som rör hans/hennes intresse- och ansvarsområden.

Tävlingsresultat

Anebyortens Ridklubb vill gärna uppmärksamma alla fina prestationer som föreningens ryttare och kuskar utför ute på tävlingsbanorna.

Uppdateringar förlitar sig på ideella insatser, så vi vill uppmuntra tips på inlägg!

Press och media

Press, radio, TV och webb är till stor del medlemmarnas källor till information. Via massmedia kan Anebyortens Ridklubb nå ut med ett budskap men också utsättas för granskning.

Anebyortens Ridklubbs kontakt med massmedia ska präglas av:

- hög tillgänglighet och beredskap
- öppenhet och tillmötesgående
- ett proaktivt förhållningssätt

Genom att tidigt ta kontakt med massmedier bidrar vi till att information snabbare når ut och blir korrekt. Alla medarbetare och förtroendevalda har enligt lagen om yttrandefrihet rätt att uttala sig i massmedier. Det är dock viktigt att i sina kontakter med massmedier skilja på privata åsikter och de uttalanden som förs fram som företrädare för föreningen.

Ordförande är föreningens talesperson i alla ärenden av policynatur och när det gäller övergripande information om verksamheten inom Anebyortens Ridklubb

Ordförande, ridskolechef, tävlingsledare eller pressansvarig vid tävling besvarar allmänna sakfrågor från medierna eller förmedlar kontakt med den eller de som är mest initierade i de frågor som pressen intresserar sig för..

Språket

Text som sänds ut från Anebyortens Ridklubb ska ha ett klart språk, och vara entydigt för att undvika missförstånd. Anpassa språket efter ämnet och mottagaren.

- Skriv enkelt
- Skriv rätt

Stavfel och språkfel kan göra att mottagaren misstror din och föreningens kompetens även på andra områden. Använd rättstavningsprogram och/eller språkkontroll.

Vid viktiga skrivelser

Låt gärna ytterligare någon person inom styrelse/sektion/kommitté eller någon i personalen korrekturläsa texten innan den publiceras. Om vi citerar eller kopierar annans text ska källan anges. Anebyortens Ridklubb har det yttersta ansvaret för det som publiceras i våra officiella kanaler och det är därför viktigt att källa tydligt anges när vi citerar, kopierar eller på något sätt använder någon annans text.

Har du frågor gällande vår kommunikationspolicy, kontakta:

Johan Hjertberg,

Ordförande

johan@ekotopiavard.se

Anna Zetterlund,

Pressansvarig tävling

anebyork@outlook.com

Kriskommunikation

Vid oförutsedda händelser som kan identifieras som kris är kommunikationen en viktig del.

Följande punkter är viktiga att ta fasta på i kommunikationen vid krissituationer:

- **Ta reda på rätt information**, är informationen knapphändig, utgå från den du har, dra inte egna slutsatser eller sök information från icke tillförlitliga källor. Om krisen rör andra inblandade personer var noga med att ha rätt information om vad som rör dessa, gå inte ut med namn eller personuppgifter utan att ha konfirmerat det med berörda parter innan, alla är oskyldiga tills motsatsen bevisats.

- **Kontrollera dina källor**, vid kriser är det lätt att information kommer från olika håll, informationen kan skilja sig avsevärt och det kan vara svårt att veta vad som är korrekt. Försök att kontakta en källa du litar på, någon som har en tydlig insyn i krisen och någon som du av erfarenhet vet kan ge dig den mest korrekta informationen. Försök att undvika att ta fasta på lösa rykten och spekulationer och om möjligt konfirmera din information med flera tillförlitliga källor. Sociala medier är exempel på kanaler där information lätt omtolkas och egna slutsatser dras, försök att undvika att basera din information på källor i sociala medier.

- **Handla inte i affekt**, vid kriser som rör brott, hot, förstörelse eller andra känsliga frågor är det lätt att bli upprörd och handla i stunden. Även om du är upprörd över det som hänt låt inte det genomsyra kommunikationen i frågan. Tänk gärna efter en gång extra och försök undvika svordomar och förstärkningsord.

- **Ta problemet på största allvar**, minimera inte krisens betydelse, erkänn eventuella fel och be om ursäkt för det som inträffat. Visa respekt, känslor och empati för de som drabbas av krisen.

- **Utse en/flera informationsansvarig/a i den specifika krisfrågan**, utse en eller flera personer som hanterar kommunikationen gällande den specifika krisen, denna/dessa personer ska i största möjliga mån ha rätt information och fakta om händelsen. Meddela också att det är denna/dessa personer som ska kontaktas i frågan. Detta minimerar riskerna att oriktig och otydlig information sprids och förebygger ryktesspridning och spekulationer. Ha gärna en person i din organisation/förening som är ansvarig för kriskommunikationen redan innan olyckan är framme, det gör att personen kan vara förberedd på att möta eventuella frågor när krisen väl dyker upp. Hänvisa till dessa personer i frågor gällande krisen genom hela processen.

- **Vänta inte**, tänk på att kommunicera även när informationen inte är fullständig, strunta inte i att svara utan återkoppla på bästa möjliga vis. Säg hellre att du inte vet mer just nu men att du återkommer när du har mer information.

- **Besvara alla frågor**, svara på vad som stämmer och vad som inte stämmer utifrån den information du har. Försök inte att dölja eventuella problem och brister.

- **Håll samma linje**, försök att kommunicera samma information genom hela krisen till alla intressenter, ändra inte informationen utan att säkert ha konfirmerat att den nya informationen stämmer. Dementera icke korrekt information på ett vänligt och professionellt vis.

- **Var tydlig, korrekt och målgruppsanpassad**, använd ett enkelt och entydigt språk i din kommunikation för att undvika misstolkningar. I kontakten med media kan det vara nödvändigt att förklara vissa facktermer. Tänk på att använda korrekt stavning och grammatik för att behålla trovärdigheten i din kommunikation, undvik överdrivet användande av förstärkningsord och utropstecken. Tänk på att anpassa texten efter den målgrupp den riktar sig till, undvik högtravande språk men var professionell.

- **Be om hjälp**, hantera inte din kris själv, det är viktigt att du rådfrågar andra för att bättre förutspå konsekvenserna av ditt eget beteende. Via Smålands Ridsportförbund kan du få kontakt med personal som kan hjälpa dig i krissituationen.

- **Använd dina kanaler**, använd de kanaler du har tillgång till för att snabbt nå ut med informationen som rör krisen. En hemsida är en bra kanal för att kommunicera och är lättillgänglig för många. Sociala medier är även en lämplig kanal, men tänk då på att andra användare har möjlighet att dela och kommentera informationen vilket kan leda till oönskad och inkorrekt spridning, försök att hålla koll på hur din information sprids och hanteras på aktuellt medie.

- **Vad tydlig i din kommunikation med medier**, journalisternas jobb är att hitta intressanta vinklar för sina läsare. Tänk på att alltid vara förberedd inför ett medieframträdande eller i kontakten med media. Fundera noga kring vilka budskap du vill lyfta fram, be om att få korrekturläsa texten innan den publiceras för att undvika eventuella feltolkningar och osanningar. Reagera snabbt på frågor, kommentarer och osäkerhet. Låt inte media kommunicera åt dig, då finns risken att du hamnar i ett försvarsläge där utgångspunkten är att du har gjort fel.

- **Författa ett statement**, när du samlat tillräckligt med korrekt information sammanställ den och författa ett kortare statement. Frågor att besvara i detta kan vara:

- Vad har hänt?
- Varför hände det? Om frågan går att besvara
- Vilka åtgärder har vi vidtagit?
- Hur ser situationen ut nu?
- Hur kommer situationen fortlöpa?
- Vem kontaktar man i ärendet?

Kommunicera ditt statement i dina kanaler med samma information i samtliga kanaler. Vid frågor kan du då hänvisa till detta statement.

- **Informera i utvecklingen av krisen**, informera via dina kanaler om uppdateringar i krisfrågan, men se till att informationen är korrekt och konfirmerad. Meddela gärna berörda parter och allmänheten när krisen är löst.