



## Svenska Cykelförbundets kommunikationspolicy

### 1. Bakgrund

Svenska Cykelförbundets kommunikationspolicy utgör grunden för en gemensam syn på intern och extern kommunikation och anger ramarna för vårt arbete med kommunikation. Policyn fastställer Svenska Cykelförbundets syn på kommunikationens syfte och betydelse, ansvar och roller i kommunikationsarbetet och målgrupper och kanaler.

Kommunikationspolicyn kompletteras med en kommunikationsplan, som anger när vi ska göra vad och när det ska vara klart, och kommunikationsstrategi, som talar om hur och var vi ska kommunicera.

### 2. Syfte med kommunikationspolicyn

Dess syfte är att klargöra vad som gäller för vår interna och externa kommunikation så att ett enhetligt förhållningssätt skapas. Dokumentet ska skapa rutiner och ange riktlinjer för vår kommunikation i syfte att underlätta det dagliga arbetet och öka medvetenheten hos vår personal och förtroendevalda. Vår kommunikation ska få personalen att känna delaktighet, arbeta mot uppsatta mål samt driva organisationen framåt.

### 3. Svenska Cykelförbundets kommunikation ska kännetecknas av:

- Ansvarsfullhet
- Professionalitet
- Tydlighet

Ledorden grundar sig i Svenska Cykelförbundets verksamhetsidé: "Genom att vara Professionella, Innovativa, Ansvarsfulla och Framgångsrika erbjuder vi cykelidrott i organiserad form för den cykel och tävlingsintresserade"

- Extern kommunikation

Den externa kommunikationen är ett viktigt hjälpmedel för att sprida kunskap om cykelsporten, skapa opinion samt skapa förtroende och positiva attityder för att locka nya medlemmar, samarbetspartners och sponsorer.

Den är också ett verktyg för att stärka Svenska Cykelförbundets varumärke och öka exponeringen samt möjligheter till dialog med målgrupperna.



- Intern kommunikation

Den interna kommunikationen ska ge kunskap om vad som händer i Svenska Cykelförbundet och göra medlemmar, förtroendevalda och anställda delaktiga i förbundets verksamhet. För att lyckas med det behövs det ansvarstänkande, professionalism och tydlighet samt utrymme för dialog. En väl fungerande intern kommunikation ger även goda möjligheter till en god extern kommunikation.

Grundläggande för all information och kommunikation inom och från Svenska Cykelförbundet är att den ska vara:

#### ***Ansvarsfull***

Arbetet med information och kommunikation ska ske på ett strategiskt och aktivt sätt. Svenska Cykelförbundet har ett ansvar att korrekt information kommer fram vid rätt tidpunkt. Informationen ska vara planerad, aktuell och anpassad till mottagarnas behov.

#### ***Professionell***

Informationen ska vara relevant ur mottagarens perspektiv och vara målgruppsanpassad i budskap, språk och tilltal. Det ska ge ett professionellt intryck.

#### ***Tydlig***

Information från Svenska Cykelförbundet ska vara lätt att känna igen. Den ska vara tydlig och lätt att ta till sig och språket som används ska vara enkelt och korrekt. Fackspråk, interna förkortningar och "kanslissvenska" ska i möjligaste mån undvikas för att underlätta kommunikationen.

Vid framtagande av trycksaker och liknande ska alltid den grafiska profilen följas så att allt material som produceras är tydligt och säljande.

#### **4. Grafisk profil**

Den grafiska profilen ska säkerställa att Svenska Cykelförbundet har en enhetlig layout på allt material och innehåller regler för vilka teckensnitt, logotyper, färger etc. som ska användas och hur de ska användas. Den ska användas vid all grafisk formgivning av förbundets trycksaker, profilmaterial, kontorsmaterial, profilkädror och presentmaterial.

Den grafiska profilen ska bidra till intern och extern identifikation och ska öka Svenska Cykelförbundets igenkänningsfaktor.



## 5. Ansvarsfördelning

Alla anställda har ett informations- och kommunikationsansvar, både när det gäller att införskaffa information, ta del av den, hålla sig uppdaterad och delge den vidare i organisationen. Alla har även ett ansvar att dela med sig av kunskaper, idéer och synpunkter till sina kollegor.

## 6. Kriskommunikation

I händelse av en kris är det viktigt att våra verksamheter kommunicerar på ett tydligt och professionellt sätt. Därför ska Svenska Cykelförbundets framtagna plan för krishantering följas.

## 7. Information

### Externt

I kontakter med externa intressenter och massmedia ska i första hand Generalsekreterare eller styrelsens ordförande uttala sig på förbundets vägnar. Mediekontakter angående styrelsens arbete ska skötas av ordförande i styrelsen. Sportchef, övriga anställda och förtroendevalda kan uttala sig i frågor som rör det egna arbetsområdet.

### Internt

I den interna kommunikationen har alla anställda en viktig roll och det gäller att all personal och förtroendevalda är professionella, serviceinriktade och lättillgängliga.

- Styrelsen beslutar om policyn.
- Förbundets kommunikationsansvarige utarbetar och implementerar policyarbetet i samråd med styrelsen och verksamhetschefen.
- Medarbetare ska följa de interna riktlinjer som gäller för hantering av e-post, telefon och hemsida (dessa finns i dokumentet Informations- och kommunikationsrutiner för anställda och för förtroendevalda).
- Anställda och förtroendevalda har ett eget ansvar att söka information om förhållanden som har betydelse för verksamheten, samt att kommunicera med medarbetare i frågor som rör det egna arbetsområdet.

## Målgrupper

Svensk Cykelförbundets information och kommunikation ska i budskap, språk och tilltal



anpassas efter våra huvudsakliga intressenter:

- Tävlingsaktiva
- Sex grenarna samt motionscyklister
- Interna organisationer såsom föreningar och distrikt
- Överordnande organisationer RF, SOK, UCI med flera
- Samarbetspartners
- Allmänheten
- Media, radio och TV
- Myndigheter och beslutsfattare

Svenska Cykelförbundet Stina Branting

2012-10-18