
Kommunikationsstrategi for DBwF 2024-25



På baggrund af workshop i DBwF's K-udvalg

En strategi bliver til

Vi har været gennem disse 3 steps for at få lagt en strategi for kommunikationen i DBwF

Strategien – 3 sider der sætter retning

EN OVERSKRIFT/NAVN

Del I – Virksomheden

- Beskriv den aktuelle situation
- Sæt ord på den overordnede strategi (forretningsstrategien)
- Stil skarpt på de vigtigste udfordringer
- Beskriv jeres målgrupper

Del II - Organisationen

- Stil skarpt på organisationen
- Beskriv de rammer der er for kommunikationen
- Skab dig et overblik over kanalerne

Del III – Kommunikationen

- På denne baggrund, hvad er så retningen for arbejdet med jeres kommunikation?
- Hvilke konkrete indsatser vil I gennemføre?
- Hvilke mål skal I sætte, så I ved om I lykkes?


Del 1

A large, dark rock formation with a natural archway stands on a sandy beach. The ocean is visible through the arch, with waves crashing against the base of the rock. The sky is overcast and grey.

Hvad er vi **sat i verden for**
og **hvad vil vi** gerne
som forbund?

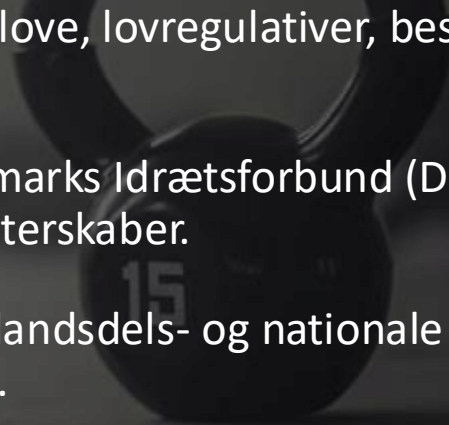
Det strategiske udgangspunkt

Danmarks Bowlingforbund (DBwF) er dedikeret til at fremme og højne bowlingsporten som en respekteret idræt i Danmark. Gennem samling af landets bowlingaktiviteter og varetagelse af sportens interesser på alle niveauer - lokalt, regionalt, nationalt og internationalt.

The background image shows two hands, one on the left and one on the right, holding white bowling rings. The hands are wrapped in white tape and have red wristbands. The background is dark with a subtle light flare in the top left corner.

Mission

Mission: Vores mission er at styrke og udvikle bowlingsporten ved at:

- **Styrke sporten:** Vi arbejder for at styrke sporten gennem ensartede love, lovregulativer, bestemmelser og spilleregler.
 - **Afholde mesterskaber:** Vi er ansvarlige for afholdelsen af de af Danmarks Idrætsforbund (DIF) godkendte Danmarksmesterskaber såvel som lokale, regionale og landsdelsmesterskaber.
 - **Arrangere stævner og turneringer:** Vi organiserer lokale, regionale, landsdels- og nationale stævner og turneringer for at fremme konkurrencen og engagementet i sporten.
 - **Medvirke til internationale aktiviteter:** Vi bidrager til afholdelse af internationale aktiviteter på dansk grund og styrker derved Danmarks position inden for bowlingsporten på verdensplan.
- 
-

Vision

Vision: Vores vision er baseret på vores værdigrundlag af respekt, sammenhold, dialog og udvikling. Vi stræber efter at:

- **Udvikle unikke bowlingaktiviteter:** Vi udvikler og markedsfører unikke bowlingaktiviteter for at tiltrække flere medlemmer og skabe et stærkt fundament for atleter, der kan præstere på højt nationalt og internationalt niveau.
 - **Løbende uddannelse:** Gennem løbende uddannelse af atleter, trænere og ledere sikrer vi, at alle føler sig bedst muligt rustet til at varetage dansk bowlings interesser på alle niveauer.
 - **Flad organisationsstruktur:** Vi skaber en flad og enkel organisationsstruktur, der muliggør hurtig handling og maksimal værdi for medlemmernes bidrag.
 - **Ansvar for bevægelse:** Vi tager ansvar for at bevæge bowlingsporten fremad og sikre dens udvikling og trivsel.
-

Situations-analysen (SWOT)

Hvordan går det lige nu i DBwF?

Godt og skidt? Fremgang og modgang?

STYRKER

Social, kompleks sport, en sport man kan dyrke i mange år

SVAGHEDER

Lille niche sport, en dyr sport at starte i, manglende synlighed og misforståelser/dårlig tone i sporten

MULIGHEDER

Inkludere alle, lokale medier

TRUSLER

Miste medlemmer

Målgrupper

Hvilke målgrupper skal DBwF favne?

Side 1

Målgruppe	Målgruppes behov	Organisationens/dine behov
Damer	Socialt kun for damer	Have sin berettigelse som dame-bowler. Så turneringsformerne blive tilpasset behovet
Klubbestyrelser/Bredde	Information fra organisationen og diverse udvalg	At informationerne og aktiviteter bliver synlige for alle klubmedlemmer
Ungdom/Børn	Sociale aktiviteter	Fastholdelse af dem som medlemmer
Klubbestyrelser/Bredde	Information fra organisationen og diverse udvalg	At informationerne og aktiviteter bliver synlige for alle klubmedlemmer
Para-udøvere	Inklusion	Organisationen vil gerne vise at vi er rummelige
Elite	De skal have speciel information fra forbundet, der kun vedrører dem	At de gør sporten positivt synlig i offentligheden

Målgrupper

Hvilke målgrupper skal DBwF favne?

Målgruppe	Målgruppes behov	Organisationens/dine behov
Udvalg	Klare retningslinjer og deadlines fra organisationen	At vi overholder de deadlines og retningslinjer, der er udstukket
Haller	Rettidig og hurtig information fra organisationen, samt gensidig dialog	Fleksibilitet, og et holdbart samarbejde
Senior	Målrettet aktiviteter der underbygger de enkelte atletes behov.	Engagerede og aktive bidragsydere til sporten
Pensionister	Sociale aktiviteter udelukkende til denne målgruppe – inkl. kaffe	At klubberne har det godt
Potentielle medlemmer	Nem adgang til information om hvor man kan bowle i klub	At de bliver medlemmer

Side 2

Analysen: DBwF's vigtigste kommunikations- udfordringer i 2024-25



1. Vi er indimellem på **bagkant med forbundets kommunikation til klubberne**, hvilket betyder, at der til tider opstår u hensigtsmæssige misforståelser og rygtedannelse, og at medlemmerne bliver utilfredse med DBwF (intern kommunikation).



2. **DBwF opleves ikke som en åben organisation**, hvor frivillige har lyst til og kan bidrage med at kommunikere om vores fælles sport til gavn for klubberne og sporten (intern + ekstern kommunikation).



3. **Bowlingsporten er ikke kendt i den almene offentlighed**, men opfattes af mange som en sjov aktivitet til polterabends eller andre festlige lejligheder (ekstern kommunikation/synlighed).

Del 2

A large, dark rock formation with a natural archway stands on a sandy beach. Waves are crashing through the arch, creating white foam. The background shows a hazy sea and distant hills under a grey sky.

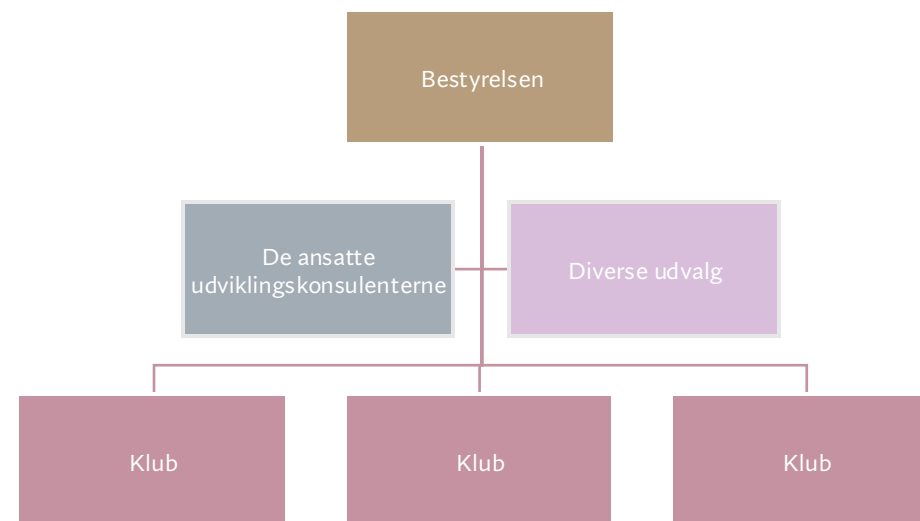
Hvad er vores **organisatoriske udgangspunkt**
for at kommunikere om det,
vi er sat i verden for,
og det vi gerne vil?

Hvem i organisationen kommunikerer?

Hvordan kommunikerer vi mellem ansatte, frivillige og medlemmer?

Hvordan skal information strømme?

Organisationen



Eksisterende rammer for DBwF's kommunikation

Det strategiske udgangspunkt

Mission

Vision

Kommunikationspolitik for intern
kommunikation – bowlingens kultur,
takt og tone

Værdier – Respekt, dialog,
sammenhold og udvikling.

Manualer – politiker for div. platforme
i tidligere kommunikationsstrategi

Kanaloverblik

Hvilke kanaler har vi nu?

Hvem henvender de sig til?

Hvordan bliver de brugt lige nu?

Kanal	Målgruppe	Frekvens
Facebookside	Voksenmedlemmer +35 år	
Facebook-grupper	Senior Børn & unge Træner	
Instagram	Medlemmer 13-35 år – herunder kvinder	
Youtube	Børn & unge	
Hjemmeside	Klubber, frivillige	
Emails	Klubfrivillige	
Nyhedsbrevet Bowleren	Klubfrivillige og medlemmer generelt	

Del 3

A large, dark rock formation with a natural archway stands on a sandy beach. Waves are crashing through the arch, creating white foam. The background shows a hazy sea and distant hills under a grey sky.

Hvordan skal vi **kommunikere**
om det vi er sat i verden for,
og det vi gerne vil?

K-strategien: DBwF's vigtigste kommunikations- prioriteter i 2024-25



1. Vi ønsker at **styrke forbundets kommunikation til klubberne** ved at være på forkant med forbundets kommunikation til klubberne (ikke på bagkant), så vi undgår u hensigtsmæssige misforståelser og unødig rygtedannelse (intern kommunikation).



2. Vi ønsker at **gøre DBwF til en mere åben organisation**, hvor flere frivillige både har lyst til og kan bidrage med at kommunikere om vores fælles sport til gavn for klubberne og sporten (intern + ekstern kommunikation).



3. Vi vil gerne **udbrede kendskabet til bowlingsporten** – med fokus på at bowling er en konkurrencesport, men samtidig også en meget social sport (ekstern kommunikation/synlighed).

Ny procedure for nyhedsstrøm fra DBwF til klubberne

Den omvendte tragt

Forbundets officielle kommunikationskanaler følger en struktureret tragt, der sikrer effektiv spredning af nyheder og information til relevante interessenter.

Tragten består af følgende faser:

- **Klubservice og licensliste**

- Nyheder kommunikeres først ud til de nærmeste medlemmer, herunder licenserede spillere og klubformænd. Disse nøglepersoner kan videredistribuere nyheden internt i deres respektive miljøer.

- **Hjemmeside**

- Efter at nyheden er blevet delt med de nære medlemmer, lægges den op på forbundets hjemmeside. Dette sikrer, at nyheden er tilgængelig for alle med interesse i forbundets aktiviteter og initiativer + nyhed kan medtages i nyhedsbrev.

- **Facebook (FB)**

- Endelig offentliggøres nyheden på forbundets Facebook-side med et link til nyheden på hjemmesiden. Dette udvider rækkevidden af nyheden og giver medlemmerne mulighed for at interagere og dele indholdet.

Ny procedure for **planlægning af den løbende kommunikation i DBwF**

Redaktionsmøder

1. Der afholdes redaktionsmøde hver måned/hver 2. måned, hvor DBwF's kommunikation planlægges 1-2 måneder frem.

Contentplan

2. Der arbejdes med udgangspunkt i en indholdsplan/contentplan, hvor alle DBwF's aktiviteter i årshjulet er skrevet ind.

Eksempel på en contentplan

Contentplan for DSqF's Sociale Medier

Need-to-opslag:
Markeret med gul

Nice-to-opslag:
Markeret med blå

Digitale platforme										
Dato	Ugedag	Facebook - DSqF	Hvem	Vinkel	Hjælp fra jer	Instagram - DSqF	Hvem	Vinkel	Hjælp fra jer	
Ige 49	1 Onsdag			Kom på klubtrænerkursus i enten Holbæk eller Horsens d. 11./18. + 12./19. januar 2022. "Går du rundt med en klubtræner i maven?/Skal din nye frivillige klubtrænerkarriere kickstartes i det nye år? Tilmeldingsfrist d. 3. januar 2022.				Kom på klubtrænerkursus i enten Holbæk eller Horsens d. 11./18. + 12./19. januar 2022. "Går du rundt med en klubtræner i maven?/Skal din nye frivillige klubtrænerkarriere kickstartes i det nye år? Tilmeldingsfrist d. 3. januar 2022.		
	2 Torsdag	Trænerkursus	Nanna			Trænerkursus	Nanna			
	3 Fredag	PRØV SQUASH	Nanna	Frist for klubberne på mandag d. 6/12 ift. at skrive til Søren med Prøv Squash-kampagnen.						
	4 Lørdag									
	5 Søndag									
	6 Mandag									
	7 Tirsdag	Senior Grand Prix d. 7.-9. januar	Nanna	1. måned til Senior Grand Prix i Birkerød. Husk at tilmelde dig! Hvem håber du på at skulle møde? Sidste tilmeldingsfrist d. XX?	Søren: Inden denne dato skal der gerne være oprettet en begivenhed på Squashportalen, så jeg kan linke direkte.		Senior Grand Prix d. 7.-9. januar	Nanna	1. måned til Senior Grand Prix i Birkerød. Husk at tilmelde dig! Hvem håber du på at skulle møde? Sidste tilmeldingsfrist d. XX?	Søren: Inden denne dato skal der gerne være oprettet en begivenhed på Squashportalen, så jeg kan linke direkte.
	8 Onsdag									
	9 Torsdag				Præsentation af Thomas Allin, som er medlem af DSqF's bestyrelse. Thomas er det nveste medlem i bestyrelsen -				Præsentation af Thomas Allin, som er medlem af DSqF's bestyrelse. Thomas er det nveste medlem i bestyrelsen -	

Sådan arbejder vi med DBwF's **contentplan**

Samme proces – måned for måned

Redaktionsmøde 1 gang om måneden (ca. 1 uge før ny måned) med relevante personer (K-udvalg, formand etc.), hvor K-aktiviteter planlægges (i hhv. need-to- og nice-to-opslag)

1. Vi starter med at **evaluere**, hvad gik godt og mindre sidste måned
2. Vi tager derefter udgangspunkt i:
 - vores **årshjul** med kendte månedlige aktiviteter
 - vores **kreative idéer** til at understøtte vores tre kommunikationsprioriteter
3. Vi planlægger **K-aktiviteter** og **opdeler i** hhv. **need-to- og nice-to-opslag**
4. Vi stiller skarpt på, **hvad vi har brug** for fra evt. indholdsleverandører, og **beder dem om hjælp i god tid** (måneder/uger) og **er konkrete omk. vores behov**

Roller og ansvarsområder

Information	Områder	Hvor	Hvem vælger journalist	Hvem udfører	Skal godkendes af
Internationale aktiviteter					
Nationale aktiviteter					
Lokale aktiviteter					
Politiske beslutninger					
Udvikling nyheder					
Sportslige nyheder					
DM udvalget					
Nyhedsbrev					

Udbrede **kendskabet** til bowlingsporten

Større synlighed

DBwF kan opnå større synlighed omkring bowlingsporten ved at lave PR (foromtale og resultat-omtale) gennem national, regionale og lokale medier, når/hvis DBwF's landshold fx opnår medaljer til EM/VM.

Brug for hjælp?

DBwF kan enten selv skrive pressemeddelelser og pitche historier herom til pressen, eller få hjælp hos ForbundsPR.

Næste skridt for DBwF's K-udvalg

I gang med K-strategien...

1. **Opret en contentplan**, hvor alle DBwF's aktiviteter i årshjulet er skrevet ind.
2. **Afhold redaktionsmøde** og få planlagt DBwF's kommunikation 1-2 måneder frem fx okt.-nov. 2024.
3. **Evaluér**, hvordan det går efter ca. 6 måneder (gerne sammen med ForbundsPR)