

Formålet med Kommunikationspolitikken er at understøtte klubbens mission og vision.

Mål	B. Ekstern Kommunikation	Middel
1	Understøtte vision, mission og brand At sørge for konstant at understøtte klubbens vision, mission og brand(varemærke) i lokalområdet og lejlighedsvis nationalt	1 Hjemmeside 6 SoMe 7 Artikler 8 Sponsoraftaler 9 Klubbetøj 10 Brochurer/flyers/plakater
2	Sportslig succes – Ekstern eksponering At kommunikere klubbens sportslige og andre succeser overfor omverdenen i almindelighed og interessenter i særdeleshed	1 Hjemmeside 6 SoMe 7 Artikler 8 Sponsoraftaler
3	Påvirke ro- og kajaksporten At påvirke den sportslige udviklingen indenfor ro- og kajaksporten	1 Hjemmeside 7 Artikler 14 Deltage i fora
4	Nye medlemmer At understøtte tiltrækning og rekruttering af nye medlemmer	1 Hjemmeside 6 SoMe 7 Artikler 9 Klubbetøj 10 Brochurer/flyers/plakater 12 Div. arrangementer
5	Påvirke lokalområdet At påvirke udviklingen i lokalområdet omkring forhold, som har betydning for SR og dens aktiviteter	6 SoMe 7 Artikler 14 Diverse fora
Mål	A. Intern kommunikation	Middel
1	Bestyrelsens arbejde At sørge for, at medlemmerne er orienterede om bestyrelsens løbende arbejde samt om vigtige forhold i sportens organisationer, lokalområder og i klubben, som kan have betydning for klubbens og den enkelte roers situation	1. Hjemmeside 2. Nyhedsbrev 5. Opslagstavle??
2	Effektiv kommunikation At sikre, at der sker en effektiv kommunikation til medlemmerne omkring roning, uddannelse og andre aktiviteter i SR og disses afvikling, således at medlemmerne i god tid er informeret om hvornår, hvordan og under hvilke betingelser aktiviteterne afholdes.	1 Hjemmeside 3 Nyhedsbreve 5 Opslagstavle 6 SoMe per aktivitet
3	Integration At skabe et fundament for kommunikation mellem medlemmerne imellem til fremme af ro-aktiviteterne og medlemmernes integration i klubben.	3 Nyhedsbreve 5 Opslagstavle 9 Klubbetøj 6 SoMe per aktivitet 13 Sociale arrangementer
4	Erfaringsopsamling – Uklart At sikre, at der sker en erfaringsopsamling og kommunikation til medlemmerne omkring afholdte aktiviteter og bevaring for eftertiden af fortællinger om SRs aktiviteter og medlemmer. (??? Skal vi det?)	1 Hjemmeside – turberetning 15 Billedarkiv
5	Sportslig succes – Intern eksponering	1 Hjemmeside

	At sørge for, at klubbens og de enkelte medlemmer eller grupper af medlemmers succeser af sportslig og anden art fejres og kommunikerer internt i klubben	Resultatlist 2 Nyhedsbrev 5 Opslagstavle 6 SoMe per aktivitet
6	Trivsel – Er det muligt? At sikre, at ledelsen er bevidst om, hvordan medlemmerne trives og deres behov udvikler sig.	11 Medlemsanalyser (bestyrelsen skal tage stilling hertil)

Middel	Til opnåelse af mål/delmål	Mål
1	Hjemmeside En tidssvarende hjemmeside, der beskriver klubben, dens aktiviteter, ledelse og struktur, vigtige begivenheder m.v.	A1 Bestyrelsens arbejde A2 Effektiv kommunikation A5 Sportslig succes B1 Vision, mission og brand B2 Sportslig succes B4 Nye medlemmer
2	Nyhedsbrev Formands løbende nyhedsbrev pr. e-mail til alle medlemmer om generelle forhold udover aktiviteterne	A1 Bestyrelsens arbejde A5 Sportslig succes
3	Nyhedsbreve Nyhedsbreve for hver aktivitet pr. e-mail til relevante medlemmer, der ønsker at modtage disse	A2 Effektiv kommunikation A3 Integration
4	Sociale medier At sikre klubbens officielle sociale kommunikation og markedsføring via sociale medier (SoMe)	B1 Vision, mission og brand B2 Sportslig succes B4 Nye medlemmer B5 Påvirke lokalområdet
5	Opslagstavle En opslagstavle i klubbens lokaler, opdelt pr. aktivitet samt en generel del til bestyrelsesmeddelelser, som vedligeholdes således at ikke-aktuel information nedtages og arkiveres efter vedtagen fremgangsmåde	A1 Bestyrelsens arbejde A2 Effektiv kommunikation A3 Integration A4 Erfaringsopsamling A5 Sportslig succes
6	Sociale medier Medlemsblad foreslås at udgå, i stedet... En SR SoMe gruppe (p.t. Facebook) pr. aktivitet med formål, som beskrevet i A2, A3 og A5	A2 Effektiv kommunikation A3 Integration A5 Sportslig succes
7	Artikler Løbende fremsendelse af artikler til relevante medier, herunder lokalpressen, typisk pr. aktivitet, om især sportslige forhold	B1 Vision, mission og brand B2 Sportslig succes B4 Nye medlemmer B5 Påvirke lokalområdet
8	Sponsoraftaler Et sponsorudvalg, som bl.a. sørger for, at de ydelser, som klubben og enkelte medlemmer leverer iht. Sponsoraftaler understøtter og ikke modarbejder klubbens varemærke/Brand	B1 Vision, mission og brand B2 Sportslig succes
9	Klubtøj Et udvalg af officielt klubtøj, som overordnet er ens for alle aktiviteter, men hvor tilhørsforhold til den enkelte aktivitet kan markeres	A1 Bestyrelsens arbejde B1 Vision, mission og brand B2 Sportslig succes
10	Brochurer/flyers/plakater	B1 Vision, mission og brand

	Trykte brochurer, flyers og plakater, som kan bruges til omdeling og opsætning i forbindelse med aktiviteter	B4 Nye medlemmer
11	Medlemsanalyser At der løbende indsamles information gennem medlemsanalyser, som bidrager til fremtidige politikker/værktøjer. Direkte øje-til-øje præsentationer og workshops under instruktionsforløb og andre aktiviteter, som egner sig til at indsamle information om behov og trivsel	A6 Trivsel
12	Diverse arrangementer Åbent hus, aktiv sommer, løb med eksterne deltagere	B4 Nye medlemmer
13	Sociale arrangementer	A3 Integration
14	Deltagelse i diverse fora Fx Havneudvalg, Haludvalg, forbundsarbejde DFfR, DKF	5B Påvirke lokalområdet 3B Påvirke ro- og kajaksporten
15	Billedarkiv	4 Erfaringsopsamling