



Informationsstrategi/-politik for Dronninglund Golfklub

Indledning

Dronninglund Golfklub (DGK) har besluttet at udarbejde en informations-og kommunikationsstrategi, der skal danne grundlaget for al den kommunikation, der internt som eksternt sker i klubben. Informationspolitikken forventes tiltrådt af DGK's bestyrelse den 6. maj 2010.

Kommunikationsstrategien beskriver, hvordan vi kommunikerer – ud fra hvilke principper og med hvilke mål. Kommunikationsstrategien er et redskab, der skal medvirke til at udvikle og styrke kommunikationen

Kommunikationsstrategien omhandler både den interne og eksterne kommunikation, herunder Branding.

Kommunikationsstrategi og kommunikationsplaner

Kommunikationsstrategien anviser mål og principper for kommunikationen og udpeger særlige fokus- og indsatsområder. Kommunikationsstrategien udgør dermed grundlaget for tilrettelæggelsen af kommunikationsindsatsen i Dronninglund Golfklub og skal udmøntes i en række konkrete kommunikationsplaner inden for udvalgte områder – eks. svarende til udvalgene.

Kommunikationsplanerne angiver, hvem der kommunikerer med hvem om hvad, hvornår og hvordan. Planen beskriver såvel generelle forhold samt specifikke processer der relaterer sig til de beskrevne opgaver.

Vi har brug for at være enige om mål og midler i DGK's informationsarbejde. Det gælder både i forhold til den interne kommunikation overfor medarbejdere og frivillige i klubben og eksternt overfor medlemmer, gæster, sponsorer, samarbejdspartnere og medier.

DGK er én ud af tre golfbaner i nærområdet. Det er derfor af stor vigtighed, at vi kan gøre os kendte og ikke mindst eftertragtet. Det sker ved hjælp af god kvalitet af banen, god service af medlemmer og gæster samt øge kendskabsgraden af DGK i øvrigt.

Kommunikationsstrategien skal sikre sammenhæng mellem det, vi siger og det, vi gør!

Mål og visioner

DGK's informationsindsats skal føre til, at vi opfylder klubbens formål samt når de mål, vi har sat os. Vore mål og visioner, som de er udtrykt i visionsdokumentet¹ kan kort beskrives således:

- A. Medlemmer og greenfeespillere skal have de bedste betingelser for at udøve golfspillet på klubbens anlæg
- B. Der sikres et sportsligt inspirerende og udviklende golftilbud samt et socialt og alsidigt klubliv
- C. Banen skal være attraktiv med tilhørende gode træningsfaciliteter og gode lokaleforhold

¹ Vision for Dronninglund Golfklub, dec. 2007



- D. Klubbens personale medvirker til at tilvejebringe og fastholde en positiv atmosfære i alle dele af klubben

Hvem kommunikerer vi med - og hvordan?

DGK skal kommunikere med mange forskellige parter, der har forskellige forudsætninger for at lytte til os eller tale med os. Vi kan sjældent bruge samme midler og medier til dem alle.

Vi har en **intern** kommunikation, der dels er rettet mod medarbejderne dels mod de mange frivillige i klubben – grupper med forskellige forudsætninger og forventninger. I den interne kommunikation skal vi kontinuert holde fokus på

- DGK's vision og værdier
- At tydeliggøre de servicetilbud, som klubben har og som vi skal være tro mod

Den eksterne kommunikation henvender sig til medlemmer, gæster, sponsorer, samarbejdspartnere, medier m.fl.

Det er afgørende at der er ensartethed i vores kommunikation så omverden ser og opfatter os som en helhed. Stabiliteten øger vores troværdighed og styrker forholdet til medlemmer og interessenter.

Principperne i DGK's informationsarbejde

Vi har et kendt grundlag for, hvordan vi kommunikerer og hvem der inddrages i tilrettelæggelsen af kommunikationen.

Åbenhed

Den bedste måde at sikre interesse og lydhørhed er via åbenhed og gennemsigtighed i det arbejde vi gør i og for klubben. Det fremmer tillid både internt og i forhold til omverdenen. Åbenhed betyder bl.a. at

- der er størst mulig gennemsigtighed i beslutninger, beslutningsgrundlag og – processer
- at åbenheden gælder såvel gode som mindre gode historier – under naturlig hensyntagen til relevans

Udtaleret

Der gælder enkle principper for hvem, der udtaler sig til omverden. Det kan kort beskrives som flg.

- Formand kan udtale sig på DGK's vegne. Formændene for de stående udvalg kan udtale sig om sager inden for deres respektive udvalgsområder.
- Klubsekretæren varetager intern og ekstern information på vedtagne områder herunder pressekontakt, med reference til formanden (generelt om DGK) eller udvalgsformændene (områdespecifikt)
- Personalet kan levere baggrundsmateriale til medierne og udtale sig om faktuelle forhold, men formidler derefter kontakt til ovenstående personkreds for evt. "politiske" udtalelser.



Informations- og nyhedsbreve

DGK har ikke tidligere haft nogen beslutning om i hvilken kontekst, der skal sendes nyhedsinformationer til medlemmer og interessenter. Fremover er det vedtaget, at

- Der udgives et nyhedsbrev pr. måned i sæsonen (marts – november)
- Nyt fra bestyrelsen er fast punkt i nyhedsbrevet
- I hvert nummer af nyhedsbrevet præsenteres et tema, der sætter fokus på klubbens tilbud, indre liv, baneforhold e.a. af relevans for medlemmerne

Ansvarlig for udgivelsen af nyhedsbrevet er Infoudvalget med hjælp fra klubbens sekretariat. Nyhedsbrevet udgives i .pdf format og udsendes automatisk til medlemmer og andre abonnenter.

Hjemmesiden

DGK får i maj 2010 ny hjemmeside. Den giver mulighed for at de enkelte udvalg samt klubber i klubben får lejlighed til selv at formidle informationer. Den overordnede struktur samt rammerne for formidlingen (skrivepolitik) udarbejdes af Infoudvalget. Det er ligeledes Infoudvalgets opgave at sikre den nødvendige introduktion til brugerne. Infoudvalget samt klubsekretæren er administratorer på hjemmesiden. Som udgangspunkt er det Infoudvalget, der ajourføre hjemmesiden, men der kan gives rettigheder til enkelte brugere.

Kontakt til medier

Det er essentielt at den lokale presse er positiv overfor DGK. Derfor har det stor betydning når de lokale medier vil omtale DGK generelt eller arrangementer specifikt. Når det handler om DGK generelt er det Infoudvalgets opgave at kontakte medierne. Ved specifikke arrangementer så som turneringer, åbent hus m.v. varetages kontakten til medierne af det enkelte udvalg.

Publikationer og markedsføringsmateriale

Publikationer og markedsføringsmateriale planlægges og igangsættes via markedsføringsudvalget.

Kontakt til medlemmerne

Alle henvendelser til medlemmer foregår via Golfbox eller klubbens officielle mail. Der må ikke sendes mail fra private adresser. Ved sendinger til mange respondenter på én gang indsættes adresserne i BCC feltet for at sikre anonymiteten. Klubbens sekretariat er ansvarlig for styring af relevante mailgrupper.

- Let tilgængelig, aktuel information skal ud til dem, der har brug for det. Unødvendig information skal undgås.

Årsberetning

I forbindelse med generalforsamlingen udarbejder bestyrelsen samt de enkelte udvalg en skriftlig årsberetning. Beretningerne (max. 5000 anslag pr. beretning) lægges, sammen med indkaldelsen til generalforsamlingen, på klubbens hjemmeside.

Vedtaget på bestyrelsens møde den 6. maj 2010

Ove Thomsen

Kristian Østergaard

Erik Daugberg

Erik Topp

Bjarne Pedersen

Gert Zinndorff

Helle C. Christensen