



## Kommunikasjonsplan for Norges Golf forbund

Utarbeidet januar 2016  
Basert på Virksomhetsplan 2016-19

### Innhold

---

1: Bakgrunn	s 2
2: Prinsipper for kommunikasjon	s 2
3: Hovedmål	s 2
4: Målgrupper	s 3
5: Budskap	s 3
6: Delmål og tiltak	s 3
7: NGFs kommunikasjonskanaler	s 6
8: Forbundsprofil	s 7
9: Ansvar	s 7

Innholdet i denne kommunikasjonsplanen må sees i sammenheng med Norges Golf forbunds

- Til enhver tid gjeldende [virksomhetsplan](#)
- [Sportslig plan](#)
- Medieplan
- Plan for sosiale medier
- Profilmal
- Plan for golfens samfunnsverdi
- Markedsplan

## 1: Bakgrunn

---

Den enkelte golfspiller har frivillig meldt seg inn i en eller flere golfklubber. Medlemmene til sammen utgjør klubben, som er en frivillig medlemsbasert organisasjon. Golfklubbene i Norge har søkt et fellesskap for utvikling og løsning av oppgaver ved i sin tid å danne/bli medlem av Norges Golf forbund (NGF).

NGF er det fjerde største særiddrettsforbundet i norsk idrett, med over 100.000 medlemskap fordelt på rundt 170 golfklubber over hele landet. Stor geografisk og organisatorisk spredning skaper mange og lange kommunikasjonsveier. Klubbene varierer stort i virkeområde, antall medlemmer, geografisk beliggenhet og økonomiske forutsetninger.

Både NGF og klubbene har framover mye å hente ved å styrke kommunikasjonskunnskaper og – evner.

## 2: Prinsipper for kommunikasjon

---

NGF skal kommunisere egen aktivitet og merkevare i tillegg til å kommunisere overordnede budskap på vegne av et samlet golf-Norge. Følgende prinsipper legges til grunn:

- **Åpenhet**

NGF skal ha en åpen og imøtekommende kommunikasjonsform som innbyr til god dialog med omverdenen.

- **Ærlighet**

NGF har ingenting å skjule. Uavhengig av gode eller dårlige budskap skal vi alltid være etterrettelige.

- **Relevans**

All informasjon skal være relevant og kommuniseres til riktig tid. Informasjon skal vær tilpasset den enkelte målgruppe. Proaktivitet skal etterstrebnes.

- **Profesjonalitet**

NGF skal opptre på en slik måte at forbundet blir oppfattet som en seriøs aktør – internt så vel som eksternt. Vi skal kjenne våre berørte gruppers preferanser, og tilpasse oss disse.

## 3: Hovedmål

**God kommunikasjon er en sentral del av øvrige aktiviteter i både NGF og i klubbene; det skal informeres, det skal skapes interesse og det skal påvirkes. Det skal skaffes medlemmer og det skal skaffes penger.**

Økt synliggjøring skal bidra til å gi golfen en sterkere posisjon. For å få til dette, skal golf-Norge gjøres i stand til å ivareta kommunikasjonsoppgavene, både på forbunds- og klubbnivå. Golf har betydelig verdi for den enkelte, for det lokalmiljøet golfen er en del av og for samfunnet som helhet. Golf-Norge må synliggjøre de gode eksemplene gjennom å benytte seg av de kommunikasjonsmuligheter ny teknologi gir. Spesielt gjelder dette for målgrupper som barn, ungdom og kvinner.

## 5: Budskap

---

### Hovedbudskap:

*Golf er en idrett som passer for alle!*

- Golf kan spilles uavhengig av kjønn, alder, forutsetninger, ønsker og behov.

### Underbyggende budskap:

1. Golf er en sammen-idrett  
(tiltak for å få med flere/ivareta de vi allerede har, spesielt barn, ungdom og kvinner)
2. Golf – en idrett for livet  
(fra barnsben til pensjonisttilværelse, positiv helseeffekt)
3. Golf er mer tilgjengelig enn du tror.  
(nærmiljøanlegg, variasjon i spillform, antall hull, økonomi, folkelig)
4. Golf er en olympisk gren fra og med 2016.  
(Gjennom NGFs programmer utvikles spillere som hevder seg internasjonalt i en av verdens største og mest krevende idretter)
5. Golf må behandles etter samme prinsipper som resten av norsk idrett.  
(anlegg, økonomiske tildelinger, støtteordninger)
6. Golf har en betydelig samfunnsverdi.  
(helse og økonomi)
7. NGF ivaretar og bistår golfklubbene.  
(Tilpassede fellesløsninger som gjør hverdagen enklere for klubbene)

## 6: Delmål og tiltak

---

***”NGF skal ha gode kanaler og rutiner for kommunikasjon - både innad i golf-Norge, overfor media og til samfunnet for øvrig”.***

Norges Golf forbund skal ha en profil og et budskap som klart og tydelig synliggjør vår organisasjon og vårt virkeområde, herunder vår rolle og betydning for golfklubbene, individet, offentlige myndigheter, samfunnet, næringslivet og idretten for øvrig.

### **Delmål 1: Øke kjennskapet til, og innarbeide golf i riksdekkende medier**

Måltrettet pressarbeid skaper oppmerksomhet, gjør golfen mer attraktiv og setter NGF i en posisjon der vi kan sette golfen på agendaen.

1. NGF med tilhørende konsepter og aktiviteter, skal presenteres for media. Dette skal gjøres gjennom målrettede aktiviteter direkte mot pressen. Lokal synlighet er like viktig som sentral, selv om lokal dekning først og fremst skal ivaretas av klubbene.
2. NGFs rolle, kompetanse, aktiviteter og produkter skal synliggjøres.
3. All medieaktivitet skal i tillegg ha en opplærende og opplysende effekt (journalister og redaksjoner skal tilegne seg kunnskap om golfen gjennom mediearbeidet).

**Tiltak:**

- Regelmessig dialog med riksmedier
- Pressemeldinger
- Kronikker
- Redaksjonsbesøk
- Pressekonferanser
- Medieprogram
- Aktiv bruk av nettsiden norskgolf.no

Se for øvrig NGFs presseplan.

**Delmål 2: NGFs betydning blant offentlige myndigheter skal økes**

Offentlige myndigheter defineres som instanser/representanter med politisk innflytelse fylkeskommunalt og statlig – politikere og administrasjoner.

1. NGFs rolle, kompetanse og aktiviteter skal synliggjøres gjennom målrettet myndighetskontakt.
2. NGF og golfens samfunnsverdi skal være godt kjent for relevante instanser innen offentlig sektor.

**Tiltak:**

- Møter med politikere og embetsverket
- Informasjonsskriv rettet til offentlige myndigheter
- Informasjonsmøter for ansatte i offentlig sektor
- Dialog med utdanningsinstitusjoner

Se for øvrig plan for Golfens Samfunnsverdi

**Delmål 3: NGF skal styrke golfens posisjon i norsk idrett**

God kommunikasjon skal fremme vårt budskap og vår måte å jobbe på, samt bidra til at NIF, idrettskretser og andre særforbund skal ha god, relevant og riktig informasjon av NGF som organisasjon, samt golf som idrett.

1. Utvalgte personer i NIF, samt idrettskretsene skal ha inngående kjennskap til forbundet, vår visjon og våre virkeområder.
2. Golf forbundets anleggspolitikk kommuniseres til idrettskretsene og til idrettsrådene.
3. Det eksisterer etablerte kommunikasjonskanaler med NIF sentralt og utvalgte særforbund.

**Tiltak:**

- Møter med idrettspresident, idrettsstyret og NIF-administrasjonen
- Lokale møter med idrettskretser
- Møter med aktuelle særforbund med felles interesser
- Engasjement gjennom SFF (Særforbundenes Fellesorganisasjon)

- Tilrettelegge for lokalt engasjement i idrettsråd

#### **Delmål 4: NGF har gode interne informasjonsrutiner og kanaler**

Internkommunikasjon er organisasjonens lim. Gode kommunikasjonskanaler skaper bevisstgjøring, fellesskap og erfaringsoverføring.

1. NGFs informasjonskanaler skal være godt kjent for klubbene, tillitsvalgte og ansatte.
2. Gode IT-løsninger (klubbspesifikke kanaler) skal danne basis for all internkommunikasjon.

#### **Tiltak:**

- Bruk av nyhetsbrev, nettsider og sosiale medier som offisielle kommunikasjonskanaler understøttet av e-post og muntlig kommunikasjon.
- Rutiner for kommunikasjon internt (avdelingsvis), klubber, og eksterne målgrupper.

#### **Delmål 5: NGF skal informere enkeltpersoner**

NGF skal først og fremst kommunisere overordnede budskap gjeldende for golf-Norge. Kommunikasjon med enkeltpersoner skal likeledes være knyttet til informasjon av generell og overordnet karakter. Så langt det er mulig skal informasjon til enkeltpersoner gå via golfklubbene, men sosiale mediers inntreden gjør at NGF også skal forholde seg direkte til enkeltindivider.

1. Enkeltpersoner skal informeres om hvordan og hvor man kan spille golf.
2. NGFs konkurransetilbud (turneringer) og satsingsgrupper (Team Norway) skal kommuniseres på en lettfattelig måte.
3. Norsk Golf skal gjenspeile enkeltindividets interesseområder knyttet til golf, dog i et perspektiv som ikke er i konflikt med golfklubbens interesser.
4. Markedsføringskampanjer skal endre enkeltpersoners forhold til golf.
5. MOTs verdigrunnlag skal ligge til grunn for kommunikasjon.

#### **Tiltak:**

- Golf forbundet.no og [www.vtg123.no](http://www.vtg123.no)
- [Norskgolf.no](http://Norskgolf.no) og Norsk Golf
- Sosiale medier (facebook, Twitter, Instagram)
- Nasjonal markedsføringskampanje for VTG
- Gode saker i norske medier

## **7: Norges Golf forbunds kommunikasjonskanaler**

---

[www.golfforbundet.no](http://www.golfforbundet.no) skal gi omverden en korrekt og lettfattelig oversikt over forbundet, forbundets formål og virkeområder. Nettsiden er inndelt i to – en hovedside med allmenn informasjon, samt en klubbrelatert del for informasjon til klubbene.

*NGF Nytt* er et abonnementsbasert nyhetsbrev som sendes ut en gang i uken. Målgruppen er først og fremst personer med tilknytning til norske golfklubber (frivillige og ansatte), men løsningen er åpen for alle som ønsker informasjon fra NGF.

*Sosiale medier* er en stadig viktigere kommunikasjonskanal. NGF har flere sider på Facebook. Siden fungerer som en opplysningskanal samtidig som det er mulig å poste innlegg på siden. Det er mulig å følge NGF på Twitter og Instagram.

*Norsk Golf* på nett og på trykk skal være den fremste eksponenten for golf i Norge. Med ståsted i golf-Norge skal redaksjonen fremme klubbenes interesser samt bidra til større oppmerksomhet og økt opplutning om golfidretten. Utviklingen i forholdet mellom papirutgaver og ulike digitale medieløsninger følges kontinuerlig. Bladet kommer ut seks ganger i året i tillegg til at nettsiden [norskgolf.no](http://norskgolf.no) formidler dagsaktuelle saker og underholdning. Norsk Golf og [norskgolf.no](http://norskgolf.no) er redigert på uavhengig grunnlag, men redaksjonen legger golf-Norges virksomhetsplan til grunn for sin redaksjonelle profil.

Det eksisterer en egen *medieplan* til bruk i dialogen med pressen. Hovedaktivitetene er jevnlig dialog med rikspresen, bruk av pressemeldinger, årlige redaksjonsbesøk og tett oppfølging under større arrangementer/begivenheter.

Det er utarbeidet en plan for *myndighetskontakt*, også kalt golfens samfunnsverdi, for gjennom dette å legge grunnlaget for økt politisk oppmerksomhet og kunnskap om golf som idrett, helsefremmende aktivitet og bidragsyter til samfunnet.

Politisk så vel som administrativt har NGF god kontakt med NIF sentralt og idretten for øvrig. NGF skal også i fremtiden være en del av idrettsfamilien, noe som er viktig for å kunne nyttegjøre seg av nye økonomiske overføringer knyttet til eksempelvis breddeidrett, folkehelsearbeid, toppidrett (Olympiatoppen) og anleggsutvikling.

*NGFs logo* er godt innarbeidet og et attraktivt profilelement. Det eksisterer en profilmal som legges til grunn for alle offisielle dokumenter, og det skal være en visuell sammenheng mellom profilmal og NGFs merkevarer.

## 8: Forbundsprofil

---

Alle konsepter, aktiviteter, produkter, informasjonskanaler og merkevarer skal ha en enhetlig profil innen kommunikasjonsform og design. Profilmalen skal være førende for utforming av:

- Digital kommunikasjon
- Informasjonsmaterieil
- Markedsføringsmaterieil
- Profileringsartikler

Se for øvrig forbundets profilmal

## 9: Ansvar

---

Kommunikasjonssjef er ansvarlig for den helhetlige kommunikasjonen i Norges Golf forbund innenfor de rammer som er gitt av Generalsekretæren. Ledere av avdelinger er ansvarlige for at kommunikasjon implementeres i planer og følges opp gjennom konkrete tiltak og aktiviteter. Alle fagansvarlige har et kommunikasjonsansvar innenfor eget fagområde i henhold til den enhver tid gjeldende kommunikasjonsplan.

Se også medieplan for retningslinjer for uttalelser til pressen.

For spørsmål knyttet til kommunikasjonsplan, ta kontakt med kommunikasjonssjef i NGF, [tom.rosenvinge@golfforbundet.no](mailto:tom.rosenvinge@golfforbundet.no) / mobil 93 02 88 66