

Kommunikationspolicy

Innehållsförteckning

1. Syfte	1
2. Mål för RSTs kommunikation	1
3. Strategi	2
4. Ansvar för kommunikationsarbetet	2
5. RSTs ledord.....	2
5.1 Öppenhet och transparens.....	2
5.2 Proaktivitet.....	2
6. Målgrupper.....	3
7. Medarbetarkommunikation	3
8. Ansvar för kommunikation gentemot media.....	3
8.1 Förbundsdirektörens och förbundsordförandens ansvar	3
8.2 Kommunikatörens ansvar.....	3
8.3 Medarbetarnas ansvar	4
9 Webbplatser och sociala medier	4

1. Syfte

Riksförbundet Svensk Trädgårds (RST) kommunikationspolicy gäller för hela förbundet. Kommunikationspolicyen är det dokument som styr hur vi arbetar med vår kommunikation och olika kanaler inom förbundet, både internt och externt. Kommunikationspolicyen anger ramarna för hur och varför verksamheten kommunicerar. Utöver detta definierar den ansvar och roller, vilket bidrar till ett professionellt arbetssätt.

Kommunikationspolicyen utgår från RSTs stadgar och verksamhetsmål.

2. Mål för RSTs kommunikation

Kommunikationen ska:

- bidra till att uppfylla mål och vision enligt vår verksamhetsplan
- skapa förtroende för förbundet, våra kurser och våra skrifter
- bidra till att RST uppfattas som en attraktiv arbetsgivare
- stärka vår gemensamma kultur inom förbundet

Kommunikationspolicy

3. Strategi

RST har en särställning i trädgårdsbranschen, som Sveriges största trädgårdsorganisation. Därför är det viktigt att vi sprider objektiv kunskap baserad på fakta samt är en förebild, både med det förbundet gör och bidrar med, samt hur vi kommunicerar vår verksamhet.

Eftersom vi speglar såväl förbundet som föreningarna ställer det krav på hur vi kommunicerar. Det som förenar oss är att all kommunikation ska bedrivas i enlighet med vårt verksamhetsmål.

3.1 Strategi övergripande verksamhet

Den övergripande verksamheten, som finns upptagen i våra stadgar täcker tre områden:

- att vårda och värva medlemmar och föreningar för att med ökade medlemstal stärka organisationens inflytande.
- att ytterligare förbättra vår kunskapsförmedling, kommunikation och service.
- att öka kännedomen om organisationen och dess verksamhet.

Detta är utgångspunkten där vi arbetar utifrån tre huvudområden

- Kunskapsspridning och kulturbärare
- Främjande
- Påverkan

Varje medarbetare ansvarar för kommunikation inom sitt verksamhetsområde och för att bidra till en god kultur. Detta innebär en skyldighet att hålla sig informerad och själv bidra med information samt säga ifrån om viss information saknas. Förbundsledningen har ett särskilt ansvar för kommunikation gentemot sina medarbetare, förtroendevalda, volontärer och representanter för föreningarna.

4. Ansvar för kommunikationsarbetet

Förbundsledningen ansvarar tillsammans med styrelsen för det övergripande kommunikationsarbetet inklusive policy och riktlinjer för extern- och internkommunikation.

5. RSTs ledord

Vår kommunikation ska kännetecknas av **öppenhet** och **transparens** samt **proaktivitet**.

5.1 Öppenhet och transparens

Vår kommunikation ska vara öppen och transparent i alla lägen. Vi ska använda ett språk som kan förstås av alla målgrupper.

5.2 Proaktivitet

Vi är proaktiva och strävar efter att visa den bredd av kunskap RSTs verksamhet står för

Kommunikationspolicy

6. Målgrupper

- Odlings och trädgårdsintresserade i alla åldrar
- Politiker och olika typer av opinionsbildare - både på riksnivå och lokalt
- Myndigheter som har ansvar inom våra verksamhetsområden
- Medier – nyhetsredaktioner på riksnivå och lokalt, bransch- och fackpress, m.m.
- Trädgårdsbranschen
- Utbildningar i den gröna sektorn
- Samarbetsorganisationer
- Skolor som vill odla med unga
- Sponsorer och samarbetsparter
- Gåvogivare

7. Medarbetarkommunikation

Det övergripande målet med medarbetarkommunikationen är att våra medarbetare snabbt och enkelt ska kunna få aktuell information och kunna få stöd och hjälp.

Medarbetarkommunikation ska också leda till:

- Ökad delaktighet och stolthet för den egna verksamheten.
- Förståelse för förbundets mål och vision och vad vi står för.
- Stärkt gemensam företagskultur och bra arbetsklimat.

Det är alla medarbetares ansvar att skaffa sig den information som var och en behöver för att kunna genomföra sitt arbete.

8. Ansvar för kommunikation gentemot media

8.1 Förbundsdirektörens och förbundsordförandens ansvar

Förbundsdirektören har tillsammans med förbundsordföranden ett särskilt ansvar att företräda förbundet gentemot media. De bör i möjligaste mån informera förbundets kommunikatör om att de ska eller har haft kontakt med media. De förutsätts kunna svara på frågor från media och vara talespersoner för förbundet.

Hög tillgänglighet är en förutsättning för goda medierelationer. Vid semesterar eller annan frånvaro ska man om möjligt alltid utse en ersättare.

8.2 Kommunikatörens ansvar

Förbundets kommunikatör ansvarar för förbundets pressarbete och är länken mellan media och organisationen/intervjupersonen samt hjälper till att ta fram bakgrundsfakta och stöttar medarbetare i mediekontakter och inför intervjuer.

Kommunikatören är ansvarig för de övergripande interna- och externa kanalerna. Exempel på detta är Com.posten, som skickas till förbundets föreningar samt externa pressmeddelanden. Det är

Kommunikationspolicy

kommunikatörens uppdrag att, tillsammans med förbundsdirektören, samordna och effektivisera de interna och externa kanalerna, så att vi använder tid och resurser på bästa sätt.

8.3 Medarbetarnas ansvar

Det finns inga krav på att en medarbetare ska uttala sig i media. Blir en medarbetare kontaktad av en journalist och inte vill svara kan hen alltid hänvisa till förbundsdirektör, förbundsordförande eller kommunikatören.

9 Webbplatser och sociala medier

Våra webbplatser är navet i vår externa kommunikation och berättar vilka vi är för allmänheten. Genom olika socialamediegrupper och sidor når vi ut internt och externt till olika målgrupper.

Vi gör regelbundet egna insatser genom planerad pressinformation och strävar alltid efter att vara proaktiva.