

TEAM DANMARK

BRØNDBY — 11. februar 2021

Kommunikationsstrategi 2021-2024



Indledning

Kommunikationsstrategien sammenfatter retningen for Team Danmarks kommunikation. Ved at være tydelige udadtil kan strategien understøtte fællesskab og videndeling indadtil i organisationen. Kommunikationsstrategien hviler på Team Danmarks overordnede strategi for 2021-2024, og strategiens hovedfokus er at beskrive, hvordan Team Danmark styrker sin relevans, tilstedeværelse og position som eliteidrættens stemme. Strategien består af:

- Ambition
- Kommunikationsstrategiske målsætninger
- Værdierne i vores kommunikation
- Værdiposition
- Kernefortælling
- Tonalitet
- Dogmer
- Centrale målgrupper
- Talspersoner

Ambition

Team Danmark skal styrke sin rolle som eliteidrættens stemme. Derfor vil vi udvikle og styrke Team Danmarks kommunikation til en mere offensiv og holdningsorienteret tilgang. Det skal understøtte de overordnede strategiske prioriteringer om at skabe de bedst mulige rammer og vilkår for dansk eliteidræt.

Kommunikationsstrategiske målsætninger

1. Team Danmark er synlige og leverer viden og holdninger med udgangspunkt i eliteidrættens præmis om dansk og international eliteidræt
2. Vores kommunikation er målrettet udvalgte målgruppers behov
3. Team Danmark er mediernes foretrukne kilde, når der indhentes kommentarer eller holdninger til dansk eliteidræt

Værdierne i vores kommunikation

Team Danmarks kommunikation baserer sig på organisationens fire kerneværdier. Værdierne er her beskrevet i en kommunikationskontekst.

- 1. Dynamik** Atletens behov sættes altid i centrum, og vi lytter til samarbejdspartneres ønsker og behov. Vi orienterer os i mod at finde løsninger samt udfordrer traditioner og vaner.
- 2. Kvalitet** Vi forventer præstationer på højeste niveau af os selv og vores samarbejdspartnere. Vi har fokus på en synlig Team Danmark-profil og et synligt fælles ejerskab i vore samarbejdsrelationer.
- 3. Innovation** Vi tør gå nye veje og udfordre eksisterende grænser og opfattelser. Vi gør det let og attraktivt at dele, kombinere og bruge vores indhold.
- 4. Åbenhed** Åbenhed og gennemsigtighed er forudsætningen for at skabe indsigt, forståelse og dialog med omverdenen. Team Danmark er tydelig i sin kommunikation og fortæller åbent om beslutninger, holdninger og prioriteringer.

Værdiposition

**Team Danmark udvikler dansk eliteidræt på en
samfundsmæssig ansvarlig måde**

Kernefortælling

Team Danmark er til for Danmarks bedste atleter. Vi er med til at sikre, at ressourcerne til dansk eliteidræt bruges effekt og på en samfundsansvarlig måde, hvor der tages etisk og socialt hensyn til den enkelte atlets udvikling.

Team Danmark hjælper atleter, trænere og ledere med at gøre det muligt at blive verdens bedste og vinde medaljer til Danmark til EM, VM og OL. Det gør vi i tæt samspil med forbundene ved at stille den bedste viden og den bedste service til rådighed og udvikle de bedst mulige rammer og vilkår hele vejen rundt om atleterne.

Vi har høje ambitioner. Danmark skal være verdens bedste sted at dyrke eliteidræt. Det kræver, at Team Danmark har internationalt fokus, udvikler ny viden og løfter praksis i dansk eliteidræt.

Tonalitet

1. Vi taler åbent, ærligt, løsningsorienteret og direkte
2. Vi er modige, er ikke bange for kritik og tør udfordre status quo
3. Vi taler med solidt afsæt i viden

Talspersoner i medierne

Som udgangspunkt kommunikerer alle i Team Danmark. Det er de medarbejdere, der er tættest på sagen/ved mest om emnet, der udtaler sig.

Ved kritiske sager er det enten CEO, 'Sportsdirektør' eller kommunikationschefen, der udtaler sig eksternt. Formanden kan også udtale sig efter behov.

Dogmer

1. Vi tager altid afsæt i vores værdiposition, et strategisk og operationelt budskab
2. Vi er altid bevidste om, hvem vi kommunikerer til og hvorfor
3. Vi tænker altid i versioneringer i så mange kanaler som muligt



Prioriterede målgrupper

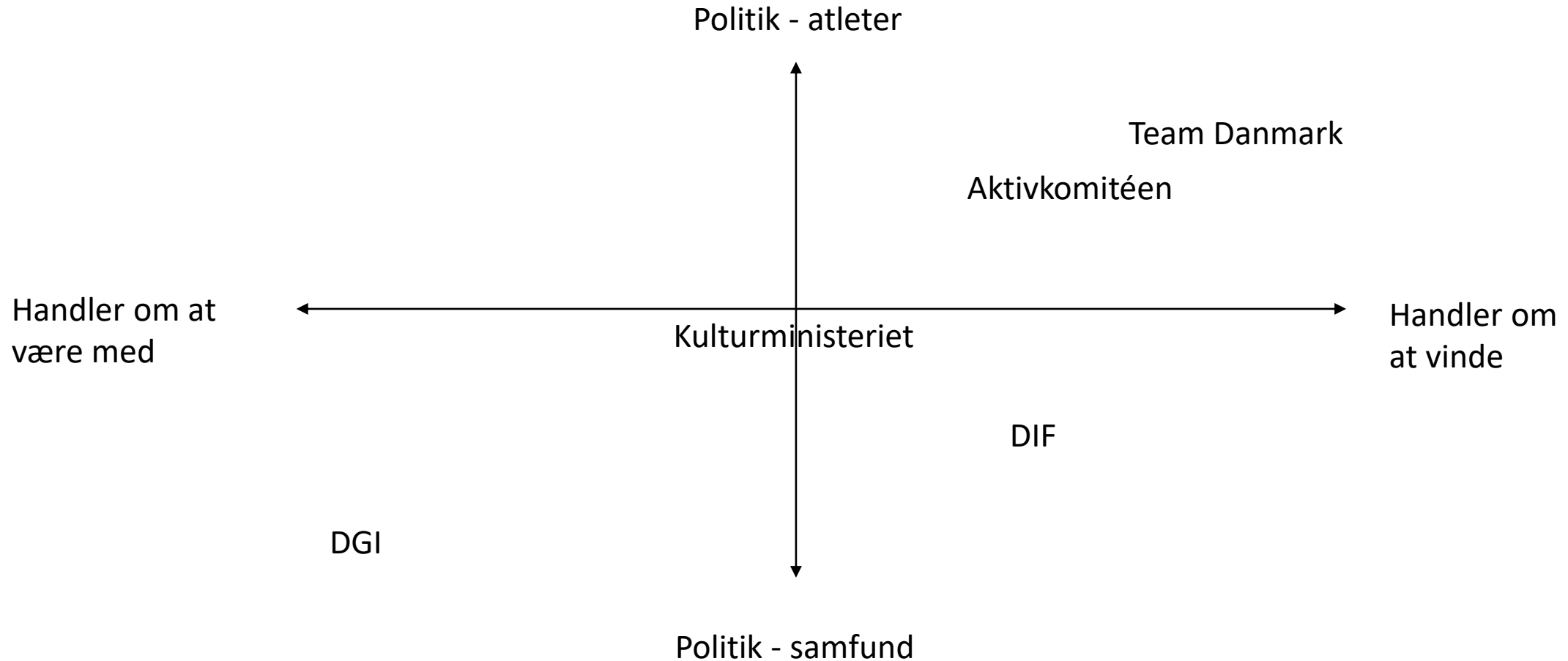
- **Atleter** – Atleter skal synes, at Team Danmark er tydelige, nærværende og en organisation, der står bag dem og fortæller deres historier til omverdenen
- **Forbund** – Forbundene skal synes, at Team Danmark er samlingskraft for eliteidrætten. Forbundene skal opleve Team Danmark som en vidensorganisation og bannerfører for elitearbejdet
- **Medier** – Medierne skal synes Team Danmark er tydelige og offensive i at understøtte atleter, og sætter dagsorden om tale om de forhold der vedrører atleter



Eksempler på ‘must win’ temaer

- Danmark skal vinde medaljer. Vi skal tale om medaljer som et vigtigt parameter i Team Danmarks og forbundenes elitearbejde.
- Team Danmark skal være ambassadør i interessevaretagelsen af eliteidrætten i medierne.
- Eliteidrættens præmis – Team Danmark skal stå ved, at eliteidrætten stiller store krav til den enkelte atlet. Udviklingen af den enkelte atlet sker i et samfundsmæssigt ansvarligt perspektiv
- Team Danmark skal være toneangivne ift. viden og analyser om internationale tendenser, udvikling af resultater mv.

Positionering



Organisering og ressourcer

Team Danmarks kommunikation leverer kommunikationsprodukter og -rådgivning på et højt kommunikationsfagligt niveau og inden for en bred vifte af kommunikationsfagets discipliner. Det handler både om pressemateriale, web, sociale medier, grafik, video, foto, tekst, præsentationer og strategi.

Team Danmarks kommunikationsafdeling består i dag af 2,5 årsværk.

For at imødekomme ambitionen om øget tilstedeværelse, større synlighed og dagsordensættende gennemslagskraft i mediebilledet kræver det en styrkelse af Team Danmarks kommunikationsafdeling med et yderligere årsværk.

(Kommunikationschef, 1,5 kommunikationskonsulenter, 1 SoMe-dirigent)

VI STÅR BAG DE
DANSKE ATLETER