



Styrelsemöte

Frasses

Närvarande:

Erling Wulff, Malin Fransson, Emil Carlsson, Henrik Berntson, Fredrik Wadsten, Kristofer Wahlgren, Magnus Strand (ersätter Johanna Carlsson), Linus Östlund

Gäst: Petra Sundell

Frånvarande: Ann Sandberg, Johanna Carlsson

1. Till mötets ordförande valdes: Henrik Berntson

2. Till protokollets justerare valdes: Malin Fransson

3. Föregående mötesprotokoll

Inga synpunkter framfördes. Mötesprotokollet lades till handlingarna.

4. Ekonomi

September: 105 246:-

Ack: 264 108

Resultatet hittills i år är enligt budget

5. 100-års jubileum – status

Jobbet med boken rullar på, styrelsen beslutar om att ta fram digitalt material.

6. Årshjulet – status

Kristofer går igenom händelser nov-dec

7. Krisplan

Petra Sundell presenterar förslag på krisplan

Styrelsen beslutar om krisplanen och beslutar att Petra blir kommunikationsansvarig i denna.

Se även Bilaga 1,2,3

8. Kommunikationspolicy

Petra Sundell presenterar förslag på kommunikationspolicy

Styrelsen beslutar om ny kommunikationspolicy. Implementering klar före nästa årsmöte.

Se även Bilaga 1,2,3

9. Grafisk profil

Petra presenterar förslag på grafisk profil

Styrelsen beslutar om föreslagen grafisk profil

Se även Bilaga 1,2,3

10. Övriga frågor

- **Webutbildning typ-1 diabetes**

Finns en webutbildning att gå för ledare, länk till denna finns nu på Laget.se

- **Newbody**
Vi anmäler oss och startar upp
- **Ribbahallarna nyårsafton**
Vi hyr båda hallarna under eftermiddagen 12-14 för blandade aktiviteter
- **GAIS – ÖIS**
Vi diskuterade att det vore fördelaktigt för våra medlemmar om vi kunde få till ett samarbete på föreningsnivå, främst där antal aktiva inte räcker till att bilda lag.
- **Värdegrundsarbetet**
Johanna, Linus och Petra jobbar vidare med detta. Klart till årsmötet.

11. Nästa möte

Söndag 9/11 kl 19.00 Frasses

Därefter avslutades mötet.

Sekreterare:



Kristofer Wahlgren

Justerande 1:



Malin Fransson

Ordförande:



Henrik Berntson

Bilaga 1 – Bakgrund beslut

2020 kom nya krav på Sveriges föreningar om att styrdokument och policys ska arbetas fram och förankras för att säkerställa en sund och trygg idrott. Vi tog fram ett minimum av dessa, men inte konsekvent utvecklat och utbildat efter dem. Konsekvenserna av det har bland annat märkts i att vi som flersektionsföreningen har under många år arbetat olika i många grundläggande saker som t ex värdegrund, föreningsfärger, uttryck och ledarfilosofi.

Sektionsordförandena lyfte gemensamt detta till styrelsen för en tid sedan och ville se ett omtag, få ihop oss som en förening och ta tillvara på styrkan vi har om vi drar åt samma håll.

På höstens första sektionsordförandemöte delades därför uppdraget ut att ta fram ett förslag till styrelsen på en kommunikationspolicy som även inkluderade en grafisk profil och en krisplan.

Underlaget skickades ut till styrelsen 251017 för inläsning och med markerat de beslut vi i styrelsen behövde fatta. Underlaget som tagits fram och även presenterades av Petra Sundell som var inbjuden till vårt styrelsemöte för ändamålet.

Besluten i sakfrågor som fattades framgår av bilaga.

Tillägg gjordes under punkt 8. Kommunikationskanaler; syftet och bakgrunden till beslut att inte tillåta egna lagsidor i någon kanal som innehåller vårt namn eller delar av namn, vårt klubbmärke/logga eller på annat sätt kan få upplevelsen om att Gränna AIS som förening står bakom eller tar ansvar för innehållet.

Med beslutspunkterna och detta tillägg inkluderat antogs den föreslagna kommunikationspolicyn i sin helhet och styrelsen framförde ett stort tack till Petra för en väl genomarbetad och komplett kommunikationspolicy, ett viktigt styrdokument för vår förenings framtida arbete som en enad, trygg och sund förening."

Bilaga 2 - Utrullningsplan

Utrullningsplan

- Henrik informerar vår personal om att det tagits beslut om styrdokumentet och att personal blir berörd av förändringarna, v 44.
- Henrik bjuder in Petra till en genomgång för personalen ang kommunikationspolicyn och det som direkt berör personalens ansvar, v 45.
- Henrik kallar sektionsordföranden till möte i samband med andra punkter, för genomgång med fokus på det som påverkar sektionerna och ledarna, v 46.
- Sektionsordförandena beslutar gemensamt hur ledare, styrelserna och andra nyckelpersoner som berörs informeras och får utbildning/tillgång till styrdokumentet.
- Information rullas ut på flera sätt till medlemmar, både som kampanj och information, fram till jul.

Bilaga 3

- Dokument med beslutspunkter
 - *Grafisk manual Gränna AIS utkast*
 - *Kommunikationspolicy Gränna AIS utkast*
 - *Krisplan Gränna AIS utkast*

Bilaga 4

- Dokument
 - *Grafisk manual Gränna AIS*
 - *Kommunikationspolicy Gränna AIS*
 - *Krisplan Gränna AIS*



Grafisk manual
Gräna AIS



Innehåll

1. Introduktion	3
2. Logotyp	4
3. Färgpalett	5
4. Typografi	6
5. Bildspråk	8
6. Grafiska element	10
7. Layout och komposition	11
8. Digital användning, Facebook	12
8. Digital användning, Instagram	13
9. Profilkläder	14



1. Introduktion

Denna grafiska manual beskriver hur vår visuella kommunikation ska se ut. Den ska berätta hur byggstenarna: logotyp, färger, bilder och typsnitt i vår grafiska kommunikation ska användas med syfte att skapa en enhetlig och tydlig profil. Den grafiska manualen är det styrdokument där alla som ska producera någon form av kommunikation kan hitta regler för hur vår grafiska profil ska användas.

Gränna AIS värdegrund

Gemenskap

Glädje och gemenskap är starka drivkrafter för att idrotta och en förutsättning för god prestation och ett livslångt idrottande. För att nå detta ska varje individ känna tillhörighet vilket innebär att man är betydelsefull för verksamheten. Att alla bidrar utifrån sin kompetens och känner sig uppskattade och bekräftade skapar en bra lagkänsla i föreningen. Det är allas ansvar att se och höra samt upptäcka signaler tidigt om någon inte mår bra.

Ansvar

I Gränna AIS görs ingen skillnad vad en person har för kön, religion, sexuell läggning, socialt ursprung och nationalitet. Alla bemöts med värdighet och respekt. Vi som förening arbetar aktivt med att skapa en miljö som är fri från kränkningar, diskriminering och mobbing. Alla i föreningen använder ett vårdat språk vilket innebär att vi tar bort svordomar, könsord, rasistiska uttalande, hån eller hot.

Inspireras

Vår drivkraft är att se individer växa och utvecklas. Mötet med Gränna AIS ska ge motivation och inspiration till nya möjligheter, varför vi som förening arbetar proaktivt för att nå samtliga ledare och idrottsutövare.

Samhörighet

Gränna AIS bedriver breddverksamhet där alla får möjligheten att vara med och utvecklas. Alla som önskar vara en del av Gränna AIS ska erbjudas möjlighet till det. Det kan vara som idrottsutövare, ledare, domare eller funktionär med mera. Det som ska utmärka en idrottsutövare i Gränna AIS är inte bara de individuella kunskaperna som aktiv utan även vilken typ av karaktär du är som individ. En bra karaktär enligt Gränna AIS är någon som behandlar alla med respekt, sprider positiv energi, ger beröm, stöttar och hjälper eller sätter lagets bästa före sin egen prestation

Ledord/Taglines

Under arbete 2025-2026.



Huvudlogotyp



Sekundär logotyp



Vitt tryck



Vitt tryck



Grönt tryck

2. Logotyp

Gröna AIS logotyp är föreningens främsta visuella kännetecken.

Den ska alltid användas konsekvent och korrekt.

Ändra inte färg, form eller proportioner.

Frizon



Låt alltid logotypen omges av luft motsvarande minst logotypens höjd.

Minimistorlek



Rekommenderad
minsta bredd
är 15 mm.



3. Färgpalett

Gränna AIS färgpalett ska ge ett enhetligt intryck i all kommunikation.
Färgerna ska användas med eftertanke för att bibehålla tydlighet och balans.

Primär färg

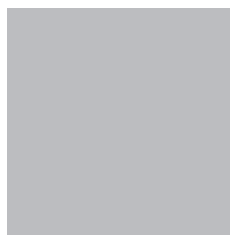
CMYK 100, 0, 83, 47
Pantone 349
Rgb 0, 99, 57
#006339



**Komplement färg används till webb,
digiitalt eller trycktmaterial**

CMYK 100, 0, 79,9
Pantone 347
Rgb 0, 143, 91
#008f5b

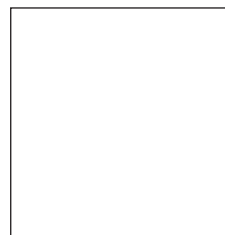
Sekundära färger



30 % svart



100 % svart



vit



4. Typografi

Typsnitt bidrar till föreningens identitet och ska användas konsekvent.

Primärt typsnitt: Franklin gothic demi (för rubriker)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890**

eller föredras Helvetica bold?

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890**

och Garamond (brödtext)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890

Alternativt typsnitt (digitalt) Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890**



5. Bildspråk

Bilder ska spegla Gräna AIS värderingar – inkludering och gemenskap, rörelseglädje, och engagemang. Använd gärna bilder som visar aktivitet, samarbete och lokalförankring.

Vi ska välja fotografier, inte illustrationer, konsekvent användande oavsett sektion och kanal, Bättre att inte använda bild alls än att använda en bild med dålig kvalité eller som är irrelevant för innehållet. Var noga med rättigheter och nämn fotograf i bildbyline.

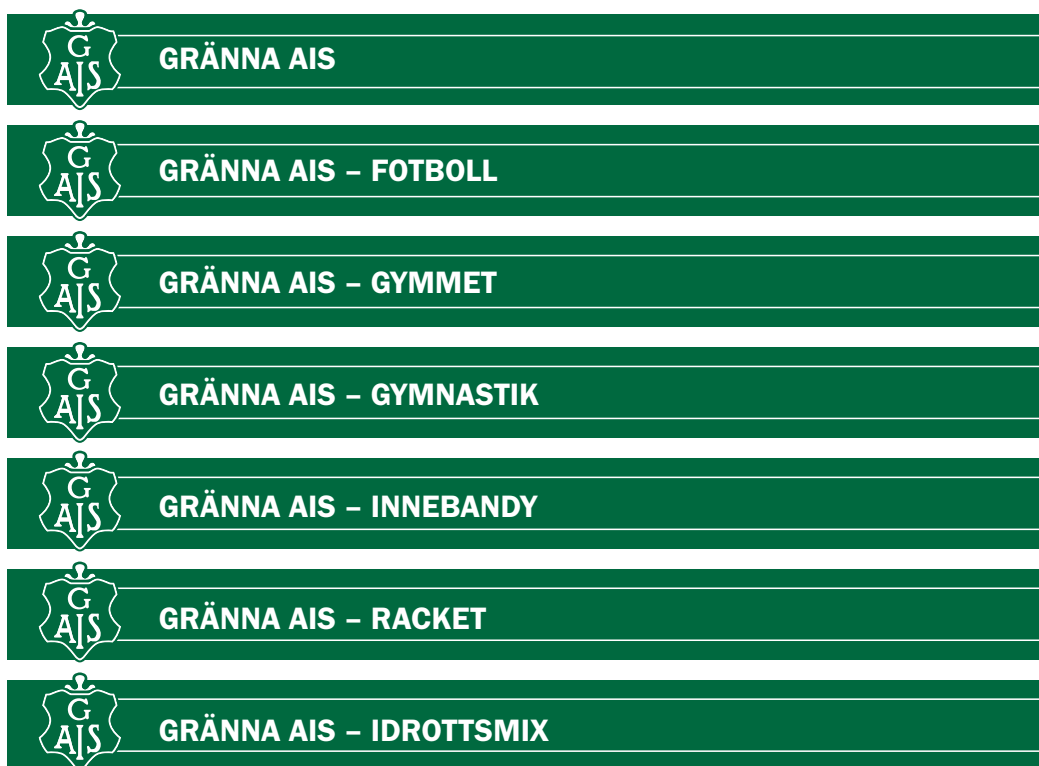
Undvik överdrivna filter eller effekter som förtar det naturliga intrycket.





6. Grafiska element

Om föreningen använder mönster, ikoner eller andra grafiska element ska dessa vara enkla och harmoniera med logotypen. Använd elementen sparsamt för att inte störa huvudbudskapet.





7. Layout och komposition

Alla trycksaker och digitala mallar bör följa en enhetlig layout.

- Logotyp placeras oftast uppe till vänster.
- Använd tillräckligt med luft mellan element.
- Håll text vänsterställd för god läsbarhet.
- Följ föreningens färgtema.
- När vi kommunicerar från kansli och vaktmästeri använder vi typsnitt enligt grafisk manual.
- Mail ska innehålla mailsignatur med kontaktuppgifter.

Bildexempel på ppt, wordmall,
mailsSignaturer och typsnitt för vår personal!



8. Digital användning, Facebook

Vid digital kommunikation (hemsida, sociala medier, nyhetsbrev) gäller samma färger och typsnitt som i tryck. Profilbild bör visa logotypen tydligt, och inlägg ska ha konsekvent stil.

Gränna AIS kommunikation ska vara positiv, inkluderande och engagerande. Språket ska vara tydligt, respektfullt och inspirerande – både i text och tal.

På Facebook publicerar vi främst informativt innehåll till massan samt evenemang, matcher och uppstarter mm. Facebooks evenemangsfunktionalitet är den mest kostnadseffektiva kalendern att använda till att bjuda in allmänheten, supportrar och anhöriga till matcher, cuper, avslutningar, uppstarter och annat. Här skapar vi innehåll för många, bredden är nyckeln. Tonaliteten är formell men speglar glädjen och gemenskapen. Här finns möjlighet till kostnadseffektiv marknadsföring om behov finns.

tis 14 okt.

...

Gränna Allmänna Idrottssällskap



Gränna Allmänna Idrottssällskap

725 följare • 7 följer

Gränna Allmänna Idrottssällskap, GAIS
Granlundsväg 8
563 31 Gränna
info@grenna-ais.se
medlemsavdelningen@grenna-ais.se

Följ

Meddelande

...

Inlägg

Om

Foton

Reels

Evenemang

Mer ▼

Information

i Sida • Samhällsorganisation

l laget.se/grenna_ais

★ 88 % rekommenderar (14 recensioner)

... Visa Gränna Allmänna Idrottssällskaps info i avsnittet Om

Utvänt



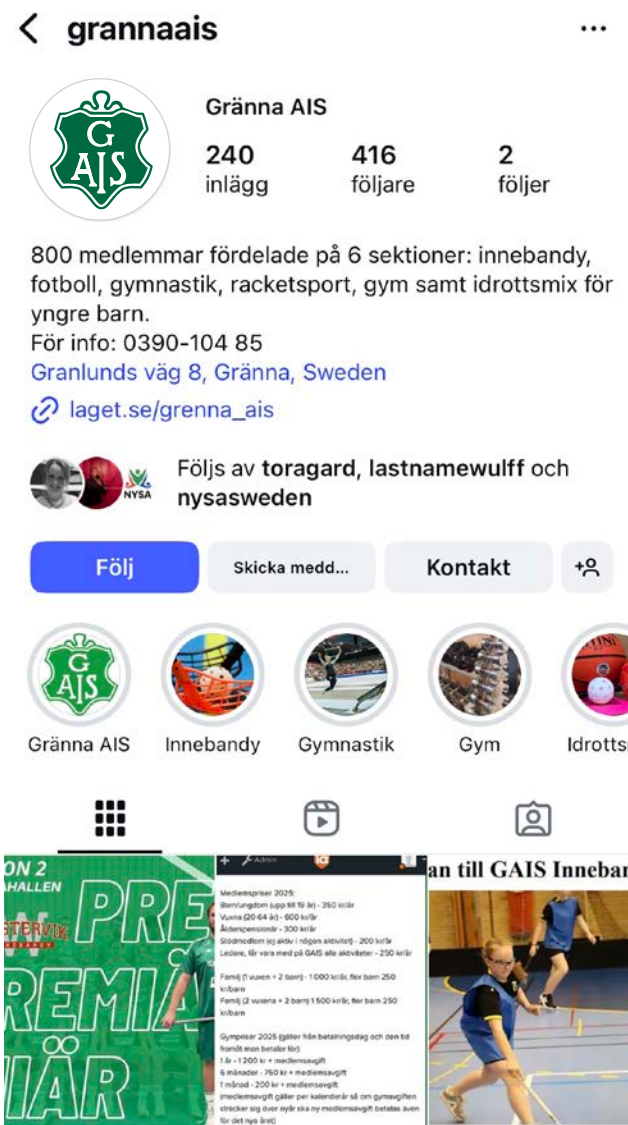
Gränna Allmänna Idrottssällskap

...



8. Digital användning, Instagram

Här publicerar vi innehåll främst med bild/rörligt material i fokus. Vi skapar innehåll som porträtt, historia, och fokus på rörligt material och bilder. Tonen är lättsam, personlig och anspelar på gemenskap.



9. Profilkläder

I första hand väljer vi vår gröna färg till matchställ, ledarkläder samt föreningskollektion.

Strumpor kan vara gröna med vita detaljer eller vita med gröna detaljer.

Om loggan trycks direkt på kläderna trycks den i vitt.

Om märket är broderat används den gröna färgen.

Kläder finns i grönt, svart och grått. Målvaktströjor och gymnastikdräkter kan skilja sig från den denna manual, men ska godkännas av sektionsordförande innan beställning.

Sponsorernas loggor trycks i vitt på kläderna.



Träningskläder/Föreningskollektion och Ledarkläder

Gröna överdelar, som t-shirts, tröjor, toppar och linnen.

Svarta nederdelar, som shorts, tights och byxor.

Loggan trycks i vitt på både grönt och svart.



Matchkläder, hemma- och bortaställ

Hemmaställ består av grön överdel, grön nederdel och gröna strumpor.

Alternativt vita strumpor med gröna detaljer.

Bortaställ har vit överdel med gröna detaljer, gröna shorts och vita strumpor med gröna detaljer.

Hoodie och ytterjackor ska vara i svart eller grått, loggan är då konturtryckt vit.

hemmaställ



Bortaställ





Kontaktuppgifter till kommunikationsansvarig

Gränna AIS's kommunikationspolicy

1. Bakgrund

En kommunikationspolicy i en förening innehåller såväl hur vi hanterar lagkrav och processer men även underlättar för oss i kommunikationen både internt och externt, säkerställa vår identitet och göra oss tillgängliga, öppna och transparenta som alla demokratiska föreningar ska vara.

En väl genomarbetad kommunikationspolicy och som alla enkelt kan efterfölja, skapar dessutom en högre grad av gemenskap och samhörighet. Det attraherar nya medlemmar och sponsorer, samarbetspartners och allmänheten och ger den bästa möjliga bilden av oss.

Vår värdegrund och vår kommunikation samspelar på flera plan och är beroende av varandra på mer än ett sätt. Dessa båda skapar också en konsekvent, trygg och enkel vardag för alla i föreningen och där fokus i stället kan vara på vår kärnverksamhet – utövande av idrottsglädje!

För att göra vår strategi och arbetssätt så lättillgänglig som möjligt finns detta dokument i en kortversion att ta del av vid t ex ledarintroduktioner, föräldramöten, mfl.

Alla styrdokument i sin helhet ska finnas tillgängliga för alla medlemmar på vår hemsida.

2. Mål med vår kommunikation

Målet med vår kommunikation ska sträva mot en starkare och växande medvetenhet för Gränna AIS. Genom att fokusera på dessa mål strävar vi efter att skapa en mer engagerande och sammanhållen kommunikation som når och berör både befintliga och nya medlemmar samt sponsorer.

Våra övergripande kommunikationsmål är följande

- 1) Säkerställa en trygg och säker kommunikation och identitet.
- 2) Öka intresset och engagemanget för våra sektionsidrotter i Grännabygden.
- 3) Stärka lojalitet och gemenskap inom föreningen.

Våra detaljmål är följande

- 1) Stärka vår närvaro på digitala kanaler som Instagram, Facebook och hemsidan som leder till ett större engagemang från både befintliga och nya medlemmar – bygger klubbkänsla.
- 2) Utöka vår kommunikation med näringslivet genom fler sponsorer och samarbetspartners, samt allmänheten för ökat medlemsantal.
- 3) Använda kommunikationen till att profilera oss även visuellt för att stärka gemenskapen och igenkänningen.

3. Syfte

Ena oss, både visuellt och språkligt, säkerställa att vi gör det som åligger oss samt trygga och förenkla för ideellt engagerade och anställda så att alla känner att man enkelt vet **att** och **hur** man gör rätt. Mallar för presentationer, kallelser, information med mera ska finnas lätt tillgängligt för målgruppen att använda – vi ska göra kommunikation till ett hjälpmedel, inte en börda.

4. Intern och extern kommunikation

Intern kommunikation syftar till att informera medlemmar, ledare och förtroendevalda om aktiviteter, beslut, nyheter och förändringar i föreningen samt skapa delaktighet och engagemang. Det kan göras genom flöden i digitala kanaler, nyhetsbrev, möteshandlingar, interna digitala plattformar och gemensamma dokument.

Extern kommunikation handlar om hur föreningen presenterar sig mot allmänheten, sponsorer, samarbetspartners och eventuell media. Det är viktigt att kommunikationen ger en samstämd och positiv bild av föreningen, förstärker trovärdigheten och varumärke samt identifierar vem som representerar föreningen och hur.

Gemensamt för all kommunikation är att den ska ge en samstämd bild av föreningen, skapa gemenskap, kunskap, stärka trovärdighet och anseende – bygga vårt varumärke både internt och externt. Kommunikationen ska präglas av öppenhet och tillgänglighet, transparens.

Styrelsemedlemmar som representerar föreningen vid interna och externa kontakter ska vara medvetna om att föreningen anseende influeras av såväl informell och oplanerad kommunikation som planerad och genomtänkt kommunikation.

Hemsidan ska snabbt och enkelt ge allmänhet som medlem tillgång till information.

5. Målgrupper

Våra interna målgrupper:

- Anställda
- Medlemmar
- Ledare
- Sektionsstyrelser
- Styrelsemedlemmar

Våra externa målgrupper:

- Sponsorer

- Motståndarlag, andra föreningar
- Förbund och intresseorganisationer
- Allmänheten, speciellt intresserade av idrott och föreningar i bygden

6. Budskap

Här ska vi specificera vilka huvudbudskap som vi vill förmedla och hur dessa budskap ska vara utformade för att vara tydliga och enhetliga. Text värdegrund, Fair play, riktade till barn- och ungdomsidrotten, sponsorer, m fl. Detta är ett gemensamt arbete och bör göras snarast och kompletteras efter att vårt värdegrundsarbete är satt.

Tagline:

Varumärkeslöfte:

Budskap

Aktiva barn:

Aktiva Ungdom:

Aktiva Vuxna:

Sponsorer:

Ledare och ideella:

Anställda:

7. Riktlinjer för Ton och Språk

När vi kommunicerar internt eller externt så har vi ett språk och tonalitet som:

- gör oss öppna, transparenta och ger möjlighet till insyn och delaktighet.
- är personlig både i skrift och tal.
- uttrycker oss enkelt men korrekt.
- är rak och tydlig men vänlig och respektfull.
- entusiasmerar och inspirerar.

I praktiken:

Vår tonalitet ska vara motiverande och peppande, med en strävan att dela vår passion för idrottsglädje med så många som möjligt. Vi kombinerar tydlighet och professionalitet med en personlig och genuin ton, speglar vår glädje, gemenskapen och utvecklingen i varje Gaishjärta hos våra idrottare, eldsjälar och tränare. Vi är transparenta och utförliga med information, beslut och diskussioner för att skapa en delaktighet och trygghet.

FÖR ATT BIDRA TILL ARBETSBESKRIVNING FÖR ANSTÄLLD PERSONAL OCH FÖRVÄNTNINGAR PÅ SEKTIONERNA SÅ ÄR **KOMMUNIKATIONSKANALER**, **INNEHÅLL** OCH **ANSVAR** MYCKET VIKTIGA.

8. Kommunikationskanaler

Laget (laget.se) – en administrationsplattform

laget.se är vår administrationsplattform för medlemshantering och LOK-stödsregistrering. Det är även ledarens administrativa plattform för kallelser till träning och matcher, närvaroregistrering och kommunikation med vårdnadshavare genom utskick och sms (supertext). Den funkar även som gemensam hårddisk, dokumenthantering.

Däremot fungerar inte den här plattformen som hemsida för vår förening.

Webbplats

Vi behöver en webbplats som ska verka som vår hemsida. En plats för externa målgrupper, så som allmänheten, andra föreningar, sponsorer, motståndare mm att hitta information om oss och vår verksamhet på ett framför allt enkelt men även kommunikativt och snyggt sätt.

Webbplatsen ska även fungera för oss som en kanal att kommunicera innehåll som anpassas för kanalen. Här håller vi tonaliteten formell och korrekt och innehållet likaså. Här finns även en kalenderfunktion för evenemang som bjuder in andra än våra medlemmar.

Instagram

55% av Sveriges befolkning använder Instagram dagligen, därför är den outhärlig som plattform för oss som förening som vill vara synliga, attrahera medlemmar och skapa engagemang.

Här publicerar vi innehåll främst med bild/rörligt material i fokus. I den här kanalen skapar vi innehåll som porträtt, historia, bakom kulisserna och fokus på rörligt material och bilder. Tonen är lättsam, personlig och anspelar på gemenskap.

Ska lag-egna sidor i föreningens namn tillåtas? Hur säkerställer vi t ex att alla får vara med, att det är ett tryggt och att vår värdegrund följs?

Facebook

Här publicerar vi främst informativt innehåll till massan samt evenemang, matcher och uppstarter mm. Här skapar vi innehåll för många, bredden är nyckeln. Tonaliteten är formell men speglar glädjen och gemenskapen. Vi nyttjar evenemangsfunktionaliteten.

Facebooks evenemangsfunktionalitet är den mest kostnadseffektiva kalendern att använda till att bjuda in allmänheten, supportrar och anhöriga till matcher, cuper, avslutningar, uppstarter och annat. Här finns möjlighet till kostnadseffektiv marknadsföring om behov finns.

Ska lag-egna sidor i föreningens namn tillåtas? Hur säkerställer vi t ex att alla får vara med, att det är ett tryggt och att vår värdegrund följs?

Nyhetsbrev

Vi tar möjligheten att riktat skapa engagemang, budskap och information. Anpassat nyhetsbrev utifrån målgrupp och syfte. Kan variera över året och över tid. Ambitionen sätts utifrån lägstnivå och sen utvecklar vi, det viktiga är uthålligheten och att vi ser möjligheten. Här är tonaliteten anpassad efter målgrupp. Bildmaterialet ej personligt utan snarare bredd eller utifrån ändamål.

Det kan vara styrelsens nyhetsbrev 2 gånger per år, eller sektionsspecifikt nyhetsbrev några gånger under säsong, eller komplement till föräldramöten för våra barngrupper.

Mallar tas fram.

Nyhetsbrevet måste innehålla möjligheten av avregistrera sig, ta tillbaka samtycket (se 13 Integritet och säkerhet).

Föräldrakommunikation (supertext, e-post, föräldramöte)

Laget.se har ett kommunikationsverktyg för e-post och sms till medlemmar och vårdnadshavare, den ska fortsätta användas i syfte att kommunicera om träningar, matcher och annat som rör aktiviteterna.

Föräldramöten ska med fördel hållas med samtliga barngruppers vårdnadshavare för att på ett personligt sätt få ut mycket information på ett effektivt sätt samt att dessa möten skapar engagemang och lojalitet, det är helt enkelt lättare att engagera personer i verkligheten än digitalt. Sektionerna bestämmer om föräldramöten och frekvensen.

Fysiska möten

Styrelsemöten, årsstämma, sektionsmöten, ledarmöten, lärgrupper, planeringsmöten m m. Alla möten vi har är en kommunikationskanal och en möjlighet att nå våra mål – allt handlar om planering och förberedelser för att vi ska få till lyckade möten - tänk till innan och var transparenta efteråt!

Whats-up/Messenger/liknande plattformar

Ska lag-egna plattformar i föreningens namn tillåtas? Hur säkerställer vi t ex att alla får vara med, att det är ett tryggt och att vår värdegrund följs?

9. Innehåll

Innehållet i våra olika kanaler ska syfta till att vi når våra mål, både för vår verksamhet och dess kommunikation, övergripande och för delmål. Innehållet ska engagera, öka tillgängligheten och visa på en öppenhet i vår förening, förbättra kännedomen om vår förening och stärka vi-känslan, vår identitet och gemenskap. Det ska även öka intresset för vår förening och locka fler nya till oss men även engagera redan befintliga i fler nya roller och delaktighet.

Exempel på innehåll:

- Reportage om våra idrottare, lag, eldsjälar och tränare i inlägg på Insta med bild. Syfte: Berättelser som lyfter fram, förmedlar utmaningar och formar Gais karaktär.
- Inlägg i utvalda digitala kanaler med sponsorer som skildrar hur våra sponsorer stödjer och aktivt bidrar till vår verksamhet. Syfte: Lojaliserar sponsorerna och knyter mer an, synliggör var del av vår finansiering kommer från.
- Våra arrangemang, matcher och tävlingar. Syfte: Marknadsföra och informera i syfte att öka deltagande och anmälningar, publik och engagemang.
- Information till medlemmar: nyhetsbrev, nyhet på hemsida, nytt tillagt i vår adminplattform. Syfte: hålla medlemmar uppdaterade, utbildade och engagerade.
- Veckans matcher, inlägg i våra digitala utvalda kanaler varje torsdag och repeterat på matchdag. Syfte: Pepp, samhörighet och publikengagemang. Inte matchresultat som enskilt inlägg om det inte är i de högsta divisionerna/för vuxna för att inte fokusera innehållet på resultat och prestation utan gemenskap och glädje. Vi är en breddförening.
- Bilder och videor från matcher och träningar: Att dela bilder och videor från matcher och träningar ger en inblick i föreningens verksamhet och kan väcka intresse från både nuvarande och potentiella medlemmar. Med fördel på Instagram.
- Bakom kulisserna-innehåll: Att visa upp hur föreningen fungerar bakom kulisserna, till exempel genom att visa träningslokalen, följa med och krita fotbollsplanen, berätta om träningsmetoder i gymmet eller intervjuer med tränare, vaktmästare, sektionsordföranden, kansliet för att engagera följare och ge en mer personlig anknytning till föreningen.
- Innehåll om samhällsengagemang: Idrottsföreningar har ofta en viktig roll i samhället och vi kan skapa innehåll om vår roll och samarbete med skola och andra föreningar mm.

- **Liveströmning:** Att sända matcher eller träningar live kan engagera följare och ge en möjlighet att följa föreningen i realtid även om man inte kan vara på plats.
- **Historiskt innehåll:** Att visa upp föreningens historia genom att publicera bilder, filmer eller intervjuer med tidigare spelare eller tränare kan skapa en känsla av gemenskap och stolthet över föreningens arv.
- **Interaktiva kampanjer:** Att arrangera tävlingar, frågesporter eller andra interaktiva kampanjer på sociala medier kan engagera följare och öka interaktionen med föreningen. Effekten är ett aktivare flöde vilket ger bättre spridning och vi syns mer.

Frekvens av innehåll beror på kanal, sektion, säsong och verksamhet. Men viktigt att varje år göra ett kommunikationshjul per kanal, där alla större kommunikationshändelser framgår men även synliggör kontinuiteten och ansvaret för de löpande inläggen. Det gör det lättare att följa, fördela och blir enklare för varje gång vi gör det!

Kommunikationshjulet ska tas fram i samband med att verksamhetsberättelsen och verksamhetsplanen görs för att styrelsen ska kunna fatta ett sammantaget beslut om kommande års åtagande. Sektionerna skickar in sina respektive och kansliet ansvarar för den föreningsgemensamma.

Här är det viktigt att sektionerna får hjälp första året och därefter efter behov om det behövs, för att lära sig och få stöttning. Kansliet och vår kommunikationsansvariga ansvarar och fördelar arbetet. Det finns även kompetens uti i sektionerna som kan hjälpa till över sektionsgränser.

10. Ansvar

Den här punkten ska klargöra vem som är ansvarig för de olika kommunikationsuppgifterna. Den kommer behöva kompletteras utifrån beslut och årshjulets aktiviteter.

UPPGIFT	Kommunikationsansvarig	Kansli	Sektion	Ledare	Sponsorgrupp
Uppdatera hemsida	Fr styrelse, vid behov	Föreningsnyheter	Egna sidor	-	-
Instagram	-	Veckovis	-	-	Vid aktivitet
Facebook	-	Veckovis	-	-	Vid aktivitet
Nyhetsbrev	Kvartal	-	Kvartal	Behjälplig sektionen	Kvartal
Dokument, mallar, mm	-	Vid behov	Vid behov	-	Vid behov

11. Grafisk Profil

Vi har sedan tidigare en grafisk profil med logotyp och färgpalett men vi har nu tagit fram en grafisk manual (*Gränna AIS Grafisk Manual*) som hjälper oss med riktlinjer för hur

logotypen, färgpalett, typsnitt med mera ska användas i olika situationer och kommunikationskanaler.

Tillsammans med vår kommunikationspolicy och tillhörande mallar säkerställer vi den viktiga enhetliga profilering och igenkänning för vår förening.

Avsteg från denna kommer inte att vara förenligt med vår uppförandekod och efterlevnad av våra policys, utan hanteras på samma sätt som andra avsteg. Om avstegen är av stor skada ekonomisk, för vårt varumärke eller för anseende för vår förening kan vederbörande bli ersättningsskyldig för den uppkomna situationen.

När det kommer till beställning av matchställ eller tryckt material (sektionsspecifikt) ska sektionsordförande alltid godkänna korrekturet innan beställning får göras. För övriga ärenden ska korrektur godkännas av kansliets mandat eller av styrelsen utsedd ledamot med kommunikationsansvar.

12. Kriskommunikation

En kris kan se ut på fler sätt och vara av olika grad av allvarlig situation, men gemensamt är att den är en extraordinär situation där en eller flera av föreningens medlemmar eller intresse är berörda. Vår krisplan (*Gränna AIS's Krisplan*) säkerställer att vi är beredda och förberedda på vem, var och hur vi hanterar den uppkomna situationen och framför allt den viktiga kommunikationen i en krissituation.

Styrelseordförande är alltid ytterst ansvarig för att

a) krisplanen är reviderad och uppdaterad.

b) att ledare, personal och styrelsemedlemmar är utbildade och upplysta i vad som gäller i vår förening i kris.

c) att informationen om krisplanen finns uppdaterad och aktuell för alla medlemmar att hitta på vår hemsida.

I vår krisplan (*Gränna AIS's Krisplan*) finns en arbetsfördelning och delegationen av uppgift.

Vid pågående brott, skada eller brand gäller alltid larma, rädda och säkerhet.

13. Sekretess och Integritet – GDPR och trygg idrott

GDPR

Den 25 maj 2018 ersattes personuppgiftslagen (PUL) med den nya dataskyddsförordningen (GDPR). Föreningar behöver följa några grundläggande principer vid behandling av medlemmars personuppgifter;

- **Ändamålsbegränsning:** Bara samla in uppgifter för bestämda och berättigade ändamål och inte senare behandla uppgifterna för andra oförenliga syften.
Exempel: Om vi har samlat in uppgifter för att administrera medlemskapet ska vi inte senare börja behandla uppgifterna för att profilera medlemmarna för riktad marknadsföring.
- **Uppgiftsminimering:** Bara samla in uppgifter som är adekvata, relevanta och inte för omfattande i förhållande till ändamålen.
Exempel: vi skickar ingen information eller inbetalningsaviser med post längre, då ska vi inte samla in folkbokföringsadress bara för att "det kan vara bra att ha".
- **Riktighet:** Se till att personuppgifterna är riktiga och uppdatera dem vid behov.
Exempel: Se till att ha lämpliga rutiner på plats för att säkerställa att felaktiga personuppgifter raderas eller rättas. (Ledarna + kansliet)
- **Lagringsminimering:** Bara spara uppgifter om medlemmar så länge som de behövs för ändamålet med behandlingen.
Exempel: Om en medlem avslutar sitt medlemskap ska vi normalt radera eller avidentifiera uppgifterna. Vi behöver ha fastställt hur länge olika uppgifter får sparas och ha rutiner för gallring av personuppgifter.
- **Integritet och konfidentialitet:** Skydda personuppgifterna till exempel så att inte obehöriga får tillgång till dem och så att de inte förloras eller förstörs. Exempel: tillse att vi har brandväggar, antivirusprogram och lösenord uppdaterade och aktuella.

Information till medlemmar

I samband med att vi samlar in uppgifter om en medlem måste ni informera medlemmen om bland annat:

- vad uppgifterna ska användas till
- med stöd av vilken rättslig grund som uppgifterna behandlas
- till vilka mottagare uppgifterna ska lämnas ut
- att vid frågor, klagomål eller hjälp kring medlemmars uppgifter kan vända sig till vårt kansli som ansvarar för våra medlemsregister och administration.
- att ytterligare information och processbeskrivning finns att finna på vår hemsida, under Dokument/GDPR.

Detta ska lämpligen ske vid uppstart av ny grupp/lag/aktivitet samt när man lägger till en ny medlem, information vid föräldramöte samt finnas skriftligt på vår hemsida.

Ett samtycke ska vara så tydlig (**Blankett** för nya medlemmar) att inga tveksamheter råder för vad medlemmen/vårdnadshavaren samtycker till, ej heller från vad man tar tillbaka ett samtycke från.

Vi behöver dessutom informera våra medlemmar om:

- hur länge personuppgifterna kommer att lagras
- om det förekommer automatiserad profilering i bild eller på laget.se
- att de kan lämna ett klagomål till IMY (Integritetsskyddsmyndigheten, www.imy.se) om föreningens behandling av deras personuppgifter
- om medlemmen är skyldig att tillhandahålla personuppgifterna till föreningen och möjliga följder av att uppgifterna inte lämnas
- vilka rättigheter som medlemmarna har vid behandlingen, exempelvis att de när som helst kan återkalla ett samtycke, invända mot behandling som stödjer sig på en intresseavvägning, motsätta sig behandling för direkt marknadsföring inklusive profilering i samband därmed, samt att de av föreningen kan begära tillgång till sina personuppgifter, rättelse av eventuellt felaktiga uppgifter eller radering av sina personuppgifter.

Dessa informationspunkter räcker att de **finns tillgängliga på vår hemsida och vi kan på fråga hänvisa dit samt till vårt kansli.**

Ansvarig för dokument, processer och information kring GDPR och Gränna AIS ansvar i frågan är **vaktmästaren (??)**

Personuppgifter för barn upp till 16 år

Personuppgifter om barn anses särskilt skyddsvärda i dataskyddsförordningen, eftersom barn kan ha svårare att förutse riskerna med att lämna ifrån sig uppgifter.

Vårdnadshavare till ett barn under 13 år har laglig rätt att samtycka till behandling av personuppgifter. Inom idrottsrörelsen eftersträvas att samtycke från vårdnadshavare ska inhämtas för barn under 16 år. **I vår förening gäller 16 år.**

Bild och rörligt material

En idrottsanläggning räknas som en allmän plats (med undantag för omklädningsrum och liknande utrymmen). Det är tillåtet att fotografera och filma på allmänna platser. Det behövs inget särskilt tillstånd från den eller dem som man fotograferar/filmar.

Säkerställ att alla deltagare har fått information om att fotografering eller videoupptagning sker vid respektive tillfälle. Rikta även informationen till föräldrar om de

aktiva är under 16 år. Samtycke från vårdnadshavare vid fotografering av barn under 16 år ska inhämtas.

Om ett barn finns med på foto eller rörligt material som publicerats utan vårdnadshavares inblandning och de önskar avpublicera materialet ska de vända sig till vårt kansli, och invända mot publiceringen. Kansliet ansvarar för att vi tar bort detta material om vi inte kan påvisa tvingande berättigade skäl som väger tyngre än den enskildas intressen, t ex avtal. Ett samtycke ska kunna tas tillbaka och behandlas då lika som övriga personuppgifter.

Värdegrund och uppförandekod *(Vi saknar idag en komplett värdegrund och helt en uppförandekod)*

Vår förenings värdegrund och uppförandekod, tillsammans med Kommunikationspolicyn och våra stadgar är ryggraden i vår förening och tillsammans säkerställer dessa styrdokument hur vi agerar, kommunicerar och uppför oss på ett tryggt, riktigt och ansvarsfullt sätt samt hur vi hanterar brister eller avsteg från dessa. Det är en viktig del i att säkra trygg idrott och behöver årligen repeteras, övas och diskuteras med såväl styrelsemedlemmar, anställda, ledare och aktiva. Detta görs vid ledarträffar, styrelsemöte, medarbetarsamtal och föräldramöte. På vår hemsida finns material att ta del av. *(Saknas idag). Riksidrottsförbundets rekommendationer kring Trygg Idrott bör tas hänsyn till i vår värdegrund och kommunikationspolicy.*

14. Press och media och externa kanaler (ej egna)

Yttrandefriheten ger alla medlemmar rätt att uttala sin mening om föreningen och vår verksamhet. Det är dock viktigt att man är tydlig med att det är den egna åsikten och inte föreningen som presenteras om man uttalar sig i olika forum.

Eventuellt offentliggörande av styrelsebeslut skall handhas av styrelsens ordförande efter samråd med övriga styrelsen i de fall det är påkallat. Informationsansvarig är styrelseordföranden eller av denne utsedd person ur styrelsen. Informationsansvarig besvarar allmänna frågor från massmedia eller förmedlar kontakt med den person i föreningen som är mest insatt i sakfrågan. I speciella frågor kan särskild person utses som informationsansvarig för den frågan. Samtliga pressmeddelanden och information om offentliga uttalanden ska tillställas styrelseledamöterna före publicering. Som regel gäller att styrelsen ska få kännedom om varje nyhet av vikt innan den offentliggörs.

15. Uppdatering av policyn

I styrelsen tilldelad ledamot med ansvar för kommunikation tillsammans med personal på kansliet ska ansvara för att årligen gå igenom vår policy och dokument som hanterar

trygg kommunikation, manualer, mallar och dokument för att säkerställa att de är aktuella och göra eventuella förbättringar efter styrelsebeslut och/eller beslut på årsstämma.

Dokument ska vid revidering alltid uppdateras med datum för revidering.

Kansliet ansvarar för att sektionsstyrelser får uppgift och utbildning om det behövs om ändringar, så att de i sina led kan ansvara för att nyheterna förankras.

Förslag till förbättringar och idéer ska tas omhand av kansliet och ledas därifrån för att säkerställa att vi fångar upp dem på rätt sätt.

TIPS för implementering

För att det vi fastslår i vår policy ska bli verklighet måste innehållet levandegöras inom vår förening. När våra medlemmar, ledare och anställda har kännedom om policyn kan de börja efterleva den. Genom att veta vad som gäller kring vår kommunikation och vart man kan vända sig om policyn inte efterlevs bidrar också till en ökad trygghet hos alla. Så för att bryta gamla spår och undvika att detta blir ett dokument bland alla andra så kommer här några steg som är bra att ta för att hålla policyn levande i er förening.

1. Kommuniera ut policyn till anställda, medlemmar och ledare, hur vi aktivt arbetar med den och vad man ska göra om policyn inte efterlevs. Tänk på att formulera er så att alla kan ta till sig policyn.
2. Prata med de aktiva i alla grupper om policyn, så att de förstår sitt eget ansvar och hur de kan få stöd av policyn. Vid grupper med yngre barn ta det vid föräldramötet.
3. Prata direkt med de personer/grupper som har specifika roller och ansvar kopplade till kommunikation. Ta inte för givet att alla kan, utbilda vid behov.
4. Skapa en rutin för årliga uppföljningar, för att säkerställa att policyn fortsätter att vara levande inom hela föreningen.

Tips! Det är bra att påminna alla anställda och medlemmar om att de alltid representerar er förening när de kommunicerar om er verksamhet. Uppmana dem till att vara goda förebilder som bidrar till att vår värdegrund och att verksamhetsidé efterlevs.

Anteckningar:

Ta med till värdegrundsarbetet när det kommer till kommunikation:

När är det okej att fota eller filma aktiva? Finns det trygga rum där de aktiva vet att de inte blir publicerade?

- Pratar vi om de digitala rummen när vi pratar med våra grupper om inkludering och hur vi ska bete oss mot varandra?
- Om vi har sociala kanaler för våra grupper, får alla vara med?
- Finns det vuxennärvaro i de sociala kanaler vi har för våra grupper?
- Får våra ledare publicera filmer och bilder på aktiva i sina privata kanaler?
- Var går gränsen mellan föreningskommunikation och privat kommunikation hos oss?
- Hur gör vi med publicering av dokumentation av individer som inte är medlemmar i vår förening? Till exempel aktiva på fotbollsskola eller prova på-aktiviteter.
- Hur vår värdegrund och/eller verksamhetsidé ska genomsyra vår kommunikation

Gränna AIS

Krisplan

Senast reviderad/granskad 2025-10-15

Krisplan

Denna krisplan är upprättad av Gränna AIS:s styrelse och fastställd att gälla från 2025-xx-xx.

Sida 2-3 är information som vänder sig till samtliga ledare, styrelsemedlemmar och anställda i föreningen. Efterföljande sidor och bilagor är ett stöd för föreningens krisgrupp.

Om det händer

- Vid en akut situation och fara för liv: Larma 112.
- Om du upplever hot eller otrygghet – avbryt verksamheten!
- Sätt dig själv och andra i säkerhet.
- Utför nödvändiga första-hjälpen-åtgärder.
- Bedöm behovet av och vidta akuta säkerhetsåtgärder (bevakning, avspärrning, utrymning, inrymning).
- Skapa trygghet, lugn, stärk självförtroende och inge hopp (ge psykologisk första hjälp).

Vad är en kris?

Med kris avser vi en svår händelse (lokalt, nationellt eller internationellt) som berör Gränna AIS och som kan påverka människor så att krisreaktion uppstår. Exempel på sådana svåra händelser är trafikolycka, sjukdom eller akut dödsfall, brand, sabotage, hot, skjutning, terrorbrott, naturkatastrofer, sexuella övergrepp och annat våld.

Med krishantering menar vi vår strävan att minimera skadorna på vår förening och dess medlemmar. Krishanteringen pågår till dess att vår krisgrupp beslutar att återgå till normalläge. Med krisstöd avses det omedelbara omhändertagandet av en person/grupp i kris i form av avlastningssamtal samt eventuella efterföljande professionella insatser av exempelvis psykolog, församlingsrepresentant eller räddningstjänst.

Revidering av krisplan

Sammanställande (styrelseordförande) av Krisgrupp ansvarar för att stämma av med krisgruppens medlemmar en gång per år att kontaktuppgifter är rätt och för att gå igenom och eventuellt revidera krisplanen. Dateringen uppdateras oavsett om revidering skett eller inte.

Hur kommuniceras krisplanen?

Krisplanen tillgängliggörs för medlemmarna på föreningens hemsida.

Kommunikationsansvarig ansvarar för att en gång per år se till att krisplanen kommuniceras på lämpligt sätt till föreningens ledare, medlemmar, anställda och vårdnadshavare.

Sektionsordförande ansvarar för att nya ledare informeras om krisplanen.

Gränna AIS Krisgrupp

Henrik Berntson, ordförande i föreningen.

Sammanställande och övergripande ansvarig för krisgruppen.

Telefon: 070-712 80 00

Magnus Strand, styrelsemedlem.

Bidrar med kunskap i krishantering och föreningskunskap.

Telefon: 070-378 03 69

Xxx xxx, kommunikationsansvarig.

Bidrar med kunskap i krishantering och ansvarar för intern och extern kommunikation samt ansvarar för kontakt med media. Telefon: 07x-xxx.

Fanny Wadsten (kurator till yrket), föräldrarepresentant.

Bidrar med sin yrkeskompetens i krishantering samt kontakt med externa kontakter.

Telefon: 076-815 45 18

Krisgruppens ordinarie medlemmar är beslutande med ordförande ytterst ansvarig för beslut.

Externa personer som eventuellt kompletterar krisgruppen med sin kompetens är endast rådgivande.

Externa personer som kan vara lämpliga att kontakta för att komplettera krisgruppen med specifik kompetens, råd och beroende på händelse:

Lokalpolis,	Madelene Andersson	073-078 94 27
Lokalpolisområde Södra Vätterbygden	madelen.andersson@polisen.se	
Pastor, Gränna Pingst	Marina Andersson	070-771 57 73
Kyrkoherde, Gränna Svenska Kyrka	Peter Wickström	070-215 37 23

Medlemsregister – ledare och kansliets ansvar

- Samtliga medlemmars och vårdnadshavares kontaktuppgifter nås via medlemsregistret.
- Respektive ledare ansvarar för att medlemmar finns med i medlemsregistret och att uppdaterade kontaktuppgifter till vårdnadshavare finns tillgängliga.
- Vårt kansli ansvarar för att medlemsregistret finns tillgängligt med rätt behörigheter och ansvarar för kontakt med support av den plattform vi använder för ändamålet.

Vid evakuering av idrottshall och klubbstuga ansvarar ledaren för att samla sina aktiva vid återsamlingsskylten vid **Padelboden, väster om Ribbahallens entré.**



Arbetsordning vid kris

Denna del av krisplanen är ett stöd för föreningens krisgrupp.

Skriv ut och anteckna på papper samt skapa en kopia av planen som ni digitalt antecknar i och sparar ner.

1. Sammankalla krisgruppen

Ordförande kallar samman krisgruppen till Gränna AIS klubbstuga Gaisgården på Granlundsväg 8, Gränna.

Rollerna förtydligas inom gruppen. Om krisgruppen behöver kompletteras med externa personer tillfrågas dessa.

2. Inventera krisen

Vad har hänt? Vilka är inblandade?

(OBS! Överlåt utredande arbete till polis och socialtjänst!)

Fakta	Tror
Inriktning leda/göra	Kommunikation

Behöver vi använda något externt stöd i samband med inventering?

Ska TIB (Tjänsteman i beredskap) aktiveras för kommunens samordnade krisinsatser?

I akut läge görs detta via 112, i andra fall kontaktas Jönköpings kommun på 036-10 50 00, begär

beredskapssamordning eller kommunens POSOM-grupp.

POSOM står för *psykiskt och socialt omhändertagande*.

**Kan BRIS Idrottsledartelefon ge krisgruppen ett första stöd i ärendet? (Professionell vägledning för idrottsledare i verksamheter med barn upp till 18 år).
Telefon: 077-440 00 42.**

**Kan Idrottsombudsmannen kontaktas för rådgivning till krisgruppen? (Ärenden med koppling till idrottens värdegrund).
Telefon: 08-627 40 10.**

Annan aktuell kontakt?

Kontaktlista

- Samtliga medlemmars och vårdnadshavares kontaktuppgifter nås via medlemsregistret.
- Respektive ledare ansvarar för att samtliga barn finns med i medlemsregistret och att uppdaterade kontaktuppgifter till vårdnadshavare finns tillgängliga.
- Vårt kansli ansvarar för att medlemsregistret finns tillgängligt med rätt behörigheter och ansvarar för kontakt med support av den plattform vi använder för ändamålet.

Namn	Telefon	E-post
Kansliet Gränna AIS	073-811 04 85	medlemsavdelningen@grenna-ais.se
Sofie Öjfelt Rektor Ribbaskolan F-6 där många av våra barn går.	036-107220	Sofie.ojfelt@jonkoping.se
Christoffer Gullberg, Rektor Ribbaskolan 7-9 där många av våra barn går.	036-106660 076-115 92 18	Christoffer.gullberg@jonkoping.se
Madelen Andersson, lokalpolis Södra Vätterbygden	073-078 94 27	Madelen.andersson@polisen.se
Marina Andersson, Pastor Gränna Pingst	070-771 57 73	info@lovemarina.se
Peter Wickström, Kyrkoherde Gränna Visingsö pastorat, Sv Kyrkan	0390-56132 070-215 37 23	Peter.wickstrom@svenskakyrkan.se
Patrik Nyman, kommunens beredskapssamordnare (POSOM)	036-10 70 04	Patrik.nyman@jonkoping.se
Christofer Kvarnefors, ordförande ÖIS Innebandy. Delar anläggning, medlemmar och ledare med oss.	073-089 36 93	Christofer.kvarnefors@olmstad-is.se
Daniel Krantz, Platschef hos Räddningstjänsten Gränna.	073-029 32 98	Daniel.krantz@jonkoping.se

3. Fördela ansvar – vem gör vad i krisgruppen i hanteringen av denna kris

Vad ska göras?	Vem ansvarar?
Behöver någon pausas från sitt uppdrag i verksamheten?	
Vilket stöd behöver de inblandade?	
Vilket stöd behöver styrelsen?	
Vilket stöd behöver övriga i föreningen?	
Vilka behöver informeras om händelsen, internt/externt. På vilket sätt ska detta ske och vilka kanaler ska användas?	
Har ett lagbrott skett? Vid misstanke om lagbrott - kontakta polisen och låt polisen sköta utredningen. Telefon: 114 14.	

Vad ska göras?	Vem ansvarar?
Upplever någon av oss oro för ett barn? Vid oro för ett barn, alternativt vid misstanke om brott mot ett barn eller brott begått av ett barn - kontakta socialtjänsten i vår kommun. Länk till kontaktuppgifter.	
Har stadgebrott begåtts? Vid misstanke om stadgebrott – undersök konsekvenser och eventuella påföljder.	
Har värdegrundsbrott begåtts? I allvarlig grad eller upprepat brott – undersök konsekvenser och eventuella påföljder.	
Egen punkt:	
Egen punkt:	
Egen punkt:	

4. Boka uppföljande möte

Vi bokar alltid ett uppföljande möte innan vi lämnar nuvarande möte. Återupprepa tills dess att vi beslutat att gå tillbaka till normalläge.

5. Riktlinjer för kommunikation i processen

- Håll kommunikationen levande och tillgänglig. Bättre att säga något två gånger än ingen alls.
- Kommunicera samma budskap internt och externt. Människor pratar med varandra och det är viktigt att ge samma sanna bild till alla.
- Informationen ska vara saklig och relevant, utan spekulationer eller gissningar.
- Var transparent, men med förnuft. Behåll integritet och agera med stor hänsyn till de drabbade/inblandade.
- Svara på de frågor som ställs. Är du osäker på svaret, be att få återkomma.
- Upprätta en intern kommunikationslista, exempelvis med styrelse, ledare, aktiva, aktivas föräldrar, medlemmar, andra lag och sektioner och andra föreningar som delar samma lokaler och planer.
- Bevaka vad som sägs/skrivs i media och sociala medier för att kunna hantera eventuella felaktigheter eller ryktesspridning.

6. Tre viktiga steg efter krisen

- **Avsluta** - Besluta när det är dags att återgå till normalläge.
- **Bearbeta** - Krisgruppen och eventuellt andra personer behöver kanske ventilera och diskutera jobbiga saker som hänt.
- **Utvärdera** - Analysera ert krisarbete och tillämpa lärdomarna i det förebyggande krisarbetet.

Vad gjorde vi bra?	Borde vi gjort något annorlunda?	Bör vi uppdatera vår krisplan? I så fall hur?

Bilaga 1: Checklista vid dödsfall

VIKTIGT! Visa alltid empati för personer som påverkas.

- ☐ Bekräfta dödsfallet: Säkerställ att informationen är korrekt och, om möjligt, få bekräftelse från officiella myndigheter.
- ☐ Kontrollera om anhöriga redan har informerats, t ex i kontakten med officiella myndigheter. Om inte, rådgör med polis eller andra myndigheter om bästa sättet att nå ut till dem.
- ☐ Uttryck föreningens stöd och deltagande till anhöriga. Erbjud hjälp med praktiska frågor, t.ex. kontakta andra medlemmar och organisera minnesstund.
- ☐ Respektera anhörigas önskemål kring vad som ska kommuniceras om dödsfallet.
- ☐ Informera styrelsen och medlemmarna på ett respektfullt och tydligt sätt i samråd med anhöriga.
- ☐ Aktivera eventuellt kommunens POSOM-grupp för att få externt stöd i att hantera krisen.
- ☐ Avboka eller omorganisera föreningens aktiviteter vid behov.
- ☐ Om dödsfallet påverkar externa samarbetspartners eller allmänheten, förbered ett kortfattat och respektfullt uttalande i samråd med anhöriga.
- ☐ Det finns en stor risk att medlemmar undviker anhöriga för att inte behöva möta obekväma situationer. Viktigt därför att bibehålla löpande kommunikation med anhöriga. Uttryck återkommande ert stöd och erbjud hjälp genom hela krisen.
- ☐ Håll en dialog med anhöriga om föreningens eventuella deltagande vid begravning eller andra minnesstunder.
- ☐ Planera gemensamma samlingar där medlemmar kan sörja och stödja varandra. Erbjud samtal och stöd, exempelvis genom att bjuda in en krishanterare, psykolog, präst, imam eller annan församlingsledare.
- ☐ Kommunicera var barn kan vända sig för ytterligare stöd, till exempel BRIS stödtelefon 116 111 och chat som är öppen dygnet runt. Informera även om att vuxna kan få stöd från BRIS i hur de kan stötta barn, telefon 0771 - 50 50 50.
- ☐ Organisera överlämning av avliden persons eventuella tillhörigheter som förvaras hos föreningen.
- ☐ Hedra den eller de avlidna. Ta hänsyn till kulturella och religiösa behov. Anpassa stödet efter medlemmarnas och den avlidnes bakgrund. Informera anhöriga om hur ni tänkt hedra den/de avlidna. Ni kan till exempel:
 - Bära svarta sorgband.
 - Hålla en tyst minut.
 - Hissa flagga på halvstång.

- ☐ Om den avlidne var förtroendevald eller hade specifika ansvarsområden, säkerställ att dessa uppgifter tillfälligt tas över av någon annan.
- ☐ Informera relevanta parter som försäkringsbolag och eventuella externa finansiärer.

Begravningsbyråer kan ge stöd och vägledning för vad som kan vara lämpligt och viktigt att göra som förening vid ett dödsfall.

Organisationen Mind kan ge stöd i koppling till självmord. Besök Mind.se.

Bilaga 2: Checklista vid brand

I det akuta skedet:

A. Larma och rädda

1. Larma nödnummer 112.

2. Rädda människor: Hjälp alla att snabbt och säkert lämna byggnaden via nödutgångarna.

- Ge extra stöd till barn, äldre och personer med funktionsnedsättningar.

3. Varning: Aktivera eventuellt brandlarm för att varna andra.

B. Släck om möjligt

- Om branden är liten och säker att hantera, använd brandsläckare eller brandfilt för att försöka släcka den.
- Om det inte är säkert att släcka branden, försök stänga eventuella dörrar om möjligt, lämna omedelbart byggnaden.

C. Evakuera

- Följ föreningens evakueringsplan:
 - Samla alla vid en förutbestämd uppsamlingsplats.
 - Kontrollera att ingen saknas.
- Undvik att återvända till byggnaden innan räddningstjänsten ger klartecken.

I efterarbetet:

VIKTIGT! Visa alltid empati för personer som påverkas

- ☐ Samarbeta med räddningstjänst och polis för att säkerställa att området är säkert. Bidra till att ingen återvänder till byggnaden innan räddningstjänst gett klartecken.
- ☐ Om någon skadats eller omkommit, se separata checklistor.
- ☐ Informera styrelsemedlemmar och andra ansvariga om händelsen.
- ☐ Ge vid behov information till medlemmar om lämpliga stödresurser så som vårdcentral, kurator, BRIS och/eller psykolog.
- ☐ Informera försäkringsbolaget om branden och påbörja skadeanmälan.
- ☐ Fotografera och dokumentera skador för försäkringsändamål.
- ☐ Klargör hur verksamheten påverkas och hur detta ska kommuniceras.

- ☐ Efter branden, återställ/säkerställ att brandsläckare, brandfiltar och brandlarm finns och fungerar.
- ☐ Se till att nödutgångar är tydligt markerade och fria från hinder.
- ☐ Säkerställ att lokalerna uppfyller brandskyddslagar och föreskrifter i samråd med räddningstjänst. Vid behov, kontakta kommunen för rådgivning.
- ☐ Upprätta en förteckning över viktiga inventarier.

Bilaga 3: Checklista vid olycka/trafikolycka/skada

I det akuta skedet:

- Kontrollera att platsen är säker för dig själv, andra och den skadade. Varna andra, till exempel genom varningsblinkers och varningstriangel i trafiken.
- Vid fara (brand, elchock, farliga miljöer) evakuera området om möjligt.
- Bedöm skadans allvarlighetsgrad (medvetlöshet, blödning, brutna ben, etc.).
- Ring **112** omedelbart om det är en nödsituation.
- Ge första hjälpen och/eller instruera andra att göra det.
- Ta reda på den/de skadades identitet och kontakta anhöriga så snart som möjligt. Informera sakligt om situationen.
- Om lämpligt, dokumentera skadan och platsen för olyckan i bild och text.
- Vid behov, notera vittnesuppgifter. Dokumentera händelsen genom att prata med närvarande och skriva ner fakta. Be om namn och kontaktuppgifter från vittnen.

I efterarbetet:

VIKTIGT! Visa alltid empati för personer som påverkas

- ☐ Bedöm om kommunens POSOM-grupp ska aktiveras i samråd med kommunens kontaktperson.
- ☐ Informera lagkamrater, tränare och andra berörda på ett lugnt och faktabaserat sätt. Ge information om lämpliga stödresurser så som vårdcentral, kurator, BRIS och/eller psykolog.
- ☐ Undvik att spekulera eller sprida obekräftad information.
- ☐ Skriv en rapport om vad som hänt. Inkludera tid, plats, skadans art och åtgärder som vidtagits.
- ☐ Rapportera olyckan till försäkringsbolag om det är aktuellt samt informera inblandade om tillgång till eventuella försäkringar genom föreningen.
- ☐ Håll kontakt med den/de skadade och deras anhöriga. Ge dem stöd i den omfattning ni finner lämpligt i kontakten med vården.
- ☐ Ge stöd i rehabiliteringsprocessen i den mån det är möjligt.
- ☐ Visa föreningens stöd till personen, till exempel genom:
 - Att skicka blommor, choklad eller liknande från föreningen.
 - Vid längre sjukhusvistelse, samordna ett besök på sjukhuset från föreningens sida om så är lämpligt.

- Uttryck ert medlidande och stöd till personen/personerna i era kommunikationskanaler. Gör det i samråd med personen själv och anhöriga.
- ❑ Efter en olycka kan en person lätt bli isolerad från sociala mötesplatser. Ha dialog med personen om sociala sammankomster i föreningen där personen har möjlighet att delta och underlätta om möjligt deltagandet genom att välja lämpliga platser, erbjuda hjälp med transport eller erbjuda digital medverkan.

Bilaga 4: Checklista vid övergrepp och våld

I det akuta skedet:

- Vid pågående våld, larma nödnummer 112.
- Vid pågående våld, skydda den utsatta personen och se till att denne är i en trygg miljö.

Vid behov, använd RF:s anonyma visselblåsarfunktion för att rapportera misstänkta incidenter som du upplever inte kan hanteras av föreningen.

I efterarbetet:

VIKTIGT! Visa alltid empati för personer som påverkas, både offer, (misstänkta) förövare och anhöriga/närstående.

Att agera snabbt, professionellt och med empati för offer, förövare och anhöriga/närstående är avgörande för att hantera en kris av detta slag på ett ansvarsfullt sätt.

- ☐ Om barn är inblandade, ta alltid barnets bästa i beaktning. Vad som är barnets bästa avgörs utifrån varje unikt fall.
- ☐ Kontakta kommunens kontakt för POSOM-grupp för rådgivning. Aktivera kommunal POSOM-grupp för krisstöd om det bedöms aktuellt.
- ☐ Kontakta externa personer för rådgivning. Lämpliga organisationer och myndigheter att kontakta kan vara polisen, socialtjänsten (vid inblandade offer eller förövare under 18 år), BRIS idrottsledartelefon, Idrottsombudsmannen, Brottsofferjouren och PrevenTell (stöd kring bemötande av förövare vid sexualbrott).
- ☐ Om den utsatta öppnat upp sig för en vuxen om sin utsatthet - ge följande information till den vuxna person som offret valt att öppna upp sig för:
 - Ta ansvar för att finnas kvar för den utsatta. Boka in och erbjud ett nästa samtal genom att till exempel säga "Vi pratar igen imorgon efter träningen" eller "Jag ringer dig på söndag". Tröskeln för att öppna upp sig om våldsutsatthet är sällan lägre vid andra, tredje och fjärde samtalet. Att som offer ta initiativ till samtal kan kännas oerhört jobbigt. Lägg därför inte över det ansvaret på offret. Om någon som är/varit utsatt har öppnat upp sig för dig så är det just dig som offret har förtroende för och har valt att prata med.
 - Visa empati och lyssna utan att ställa ledande eller utredande frågor. Att utreda är inte ditt ansvar, det ska polis och/eller socialtjänst göra.
 - Tänk på kroppsspråk och ansiktsuttryck. Väldigt många som utsatts för våld och övergrepp känner själva en skam och skuld och tror att ingen ska tro på dem. Visa att du tror på och lyssnar aktivt på personen. Det är också bra att uttrycka tydligt till personen att det inte är dennes fel, att skulden för övergrepp ligger hos förövaren, även om det kan kännas självklart.

- Ditt bemötande i samtal med den utsatta har stor inverkan på offrets fortsatta bearbetning samt offrets vilja att vara målsägande i en juridisk process.
 - Var transparent med offret. Berätta om du eller föreningen känner att ni behöver göra en orosanmälan till socialtjänsten. Var tydlig med att du inte kan lova att det personen säger kan hållas hemligt. Du måste få ta hjälp av andra för att kunna hjälpa den utsatta.
 - För att en polisutredning ska bli lyckad krävs att den utsatta som blir målsägande är redo för den juridiska process som detta innebär. Forcera inte denna process, offret kan behöva tid för att landa i detta, men var tydlig med att du tycker det är viktigt att polisen får möjlighet att utreda det som hänt.
 - Ge information om stödresurser till offret, såsom vårdcentral, kurator, BRIS och/eller psykolog. Killar.se och Maana.se bedriver anonyma stödchattar för killar/män respektive tjejer/kvinnor.
-
- ☐ Bedöm vilket ansvar föreningen kan ta för att stötta den utsatta.
 - ☐ Ta kontakt med socialtjänsten för rådgivning om offer eller förövare är under 18 år. Gör en orosanmälan om så är lämpligt. Orosanmälan kan göras av en individ men även av juridisk person.
 - ☐ Ta kontakt med polis. Vem som helst kan göra en polisanmälan, även juridisk person. För en lyckad process vid polisanmälan är målsägandes (offrets) inställning till processen avgörande. Målet bör alltid vara att polisanmälan ska göras men ibland kan en forcerad process göra att offret backar och sluter sig.
 - ☐ Om den misstänkte är en ledare, anställd eller medlem, ska föreningen besluta kring att eventuellt pausa personen från verksamhet tills vidare utredning är klar.
 - ☐ Bedöm vilket ansvar föreningen kan ta för att stötta den misstänkte.
 - ☐ Informera den misstänkte om att föreningen hanterar frågan enligt lag och föreningens handlingsplan/policy. Ge information om lämpliga stödresurser så som vårdcentral, kurator, BRIS och/eller psykolog. Killar.se och Maana.se bedriver anonyma stödchattar för killar respektive tjejer. PrevenTell är en anonym stödlinje för förövare av sexuella övergrepp. Hantera samtalen med empati för den misstänkte utan att förminska vad offret utsatts för.
 - ☐ Bedöm vilka i föreningen som behöver informeras. Ha stor respekt för de inblandades integritet och undvik att sprida detaljer som kan påverka utredningen eller skada inblandade.
 - ☐ Bedöm vilket stöd som ska erbjudas tränare, aktiva, styrelse och anhöriga. Arrangera eventuellt mötesplatser för att kunna möta medlemmar i samtal.
 - ☐ Bedöm om något behöver kommuniceras externt. Ha stor respekt för de inblandades integritet och undvik att sprida detaljer som kan påverka utredningen eller skada inblandade.

Logg

Datum/tid:

Anteckning:
