



Social Media-policy för Hisingens Ishockeyklubb

Människor kommer och går i en föreningsverksamhet. I vårt fall försvinner föräldrar och vissa ansvariga den dag barnen slutar spela hockey. Därför behöver vi rutiner för konton som förekommer inom Hisingen Hockey för att hålla varumärket inom klubben. Det gäller uppstart, användande, avslut och allt däremellan.

Social Media-policy för Hisingens Ishockeyklubb	1
1. Syfte, varumärke och grafisk profil	1
2. Namn på konton	1
3. Öppnande av konton	2
4. Ansvar	2
5. Avslut av konton	2
6. Löpande inlägg	3
7. Fotoregler	3
8. Taggning, hashtags och dela	3
9. Reklam	3
10. Alkohol	4
11. Sponsorer	4

1. Syfte, varumärke och grafisk profil

Våra sociala media-konton är till för att sprida och lyfta klubbens värderingar Glädje, Tävlning, Acceptans och Tydlighet. Vår vision är "Trygghet som utvecklar".

Grundprinciper vid användande av sociala medier är att:

- Visa respekt
- Tänk efter före du publicerar
- Skydda barn och ungdomar
- Var en god ambassadör för klubben
- Hantera information med omsorg
- Använd gott omdöme

Klubbens visuella identitet ska genomsyra all kommunikation i sociala medier. Det innebär konsekvent användning av klubbens färger, typsnitt och logotyp enligt den grafiska profilen. Bildspråket ska kännetecknas av vår värdegrund, med fokus på klubbkultur. Tonaliteten ska vara tydlig och igenkännbar och alltid i positiv anda, både i text och bild.



2. Namn på konton

Alla officiella konton ska följa en enhetlig namnstandard oavsett om det är Instagram, Facebook, X (Twitter), TikTok eller YouTube. Vi rekommenderar att i dagsläget endast använda Facebook och/eller Instagram.

Namnet är alltid Hisingen hockey.

Upp till U14 används Teamnamn, exempelvis @hisingenhockeyteam15. Från säsongen U15/U16 (A-trupp) ska ett konto finnas för bägge åldersgrupperna, @hisingenhockeyu16p (alt u16f)

Vi använder inte smeknamn eller personliga tillägg – kontot ska tydligt representera klubben. Enskilda medlemmar får inte öppna konton som innehåller Hisingen Hockey i namnet.

Profilbild är Hisingen Hockeys logotype eller lagbild.

Använd gärna förklarande text under profilbild. Förslag: "Välkommen till Hisingen Hockeys xx-lag. Häng med oss på våra träningar, matcher och andra aktiviteter." Även "Officiellt konto för Hisingen Hockey xx-lag" funkar.

U16P och U16F samt J18 och J20 lämnar över sina konton löpande.

3. Öppnande av konton

Nya konton öppnas av lagets ledare eller kommunikationsansvarig.

Inlogg och lösenord sparas i en central och säker fil tillgänglig för ansvariga samt med kopia på information av kontoägare och lösenord till marknadsgruppen.

4. Ansvar

- Huvudansvar för varje konto: Lagets huvudledare eller annan utsedd person. Marknadsgruppen har ansvar över huvudkontot hisingenhockey.
- Varje lag (t.ex. J18, A-lag, Tjejlager) kan ha en sekundär ansvarig, men innehåll ska följa klubbens riktlinjer.

Tänk på att innehåll med klubbkläder eller annat med Hisingen IK's logotyp/färger alltid representerar föreningen. Visa alltid respekt i ord och bild. Kränkande, nedsättande eller olämpligt innehåll får inte kopplas till Hisingen IK.



5. Avslut av konton

Konton som inte längre är aktiva eller relevanta ska avslutas av lagets ledare efter avslutat aktivt spel. Exempel: När ett team i framtiden blir U16P/F så avslutas det tidigare team-kontot.

Följare informeras om att kontot avslutas men att man gärna får fortsätta följa “nästa” konto och/eller Hisingen Hockeys huvudkonto.

Konton avslutas också om någon inte följer riktlinjerna eller använder kontot som på ett sätt kan skada klubbens rykte. Det kan handla om att man lägger upp olämpligt innehåll, delar saker som ska vara interna eller på annat sätt skapar problem för klubben eller enskilda individer. Om det efter samtal sker upprepade gånger – eller om något riktigt allvarligt inträffar – kan vi stänga kontot för att skydda klubben och medlemmar.

6. Löpande inlägg

Bilder och inlägg ska alltid spegla vår värdegrund. Den som har ansvaret över lagkontot har också ansvaret över vad som publiceras. Exempelvis att fördela inläggen så att enskilda individer rättvist uppmärksammas. Fullständiga namn på spelare eller medlemmar publiceras endast om nödvändigt ([t.ex.](#) vid matchreferat). Används namn med bild ska medverkande tillfrågas. Detta ska lyftas i samband med föräldramöte i början av säsong.

Emojis bör användas sparsamt.

Politiska inlägg eller egna åsikter hör inte hemma i våra konton.

Om någon taggar en av våra medlemmar och/eller föreningen och uttrycker sig kritiskt ska detta tas upp direkt i samtal.

Vi svarar alltid på relevanta kommentarer och kritik. Hisingen hockey (huvudkontot) kan vara behjälpliga att gå in och svara vid behov om önskas. Skicka då meddelande i Instagram-profilen.

7. Fotoregler

Alla medlemmar i Hisingens IK signerar i sitt avtal att fotografering kan förekomma för exempelvis sociala medier. Spelare och andra medlemmar har dock rätt att avböja fotografering eller publicering och det accepteras.

Tänk på att det är foto- och mobilförbud i omklädningsrum.



8. Taggning, hashtags och dela

Vi använder taggning för räckvidd och varumärke:

- [@hisingenhockey](#) används alltid. Detta gör det också enklare för huvudkontot att dela andra inlägg.
- [@tuveishall](#) vid alla händelser hemma
- Motståndarlag som har sociala medier taggas med fördel.

Hashtags kan vara:

- [#Juniorhockey](#) (för juniorhockey)
- [#tjejhockey](#) (för tjejhockey)

Spelare under 18 taggas inte.

9. Reklam

Reklaminlägg ska märkas med #samarbete enligt Konsumentverkets riktlinjer.

Inga personliga samarbeten via klubbens konton.

Företagslogotyper ska användas korrekt och i god kvalitet.

10. Alkohol

Innehåll som visar alkohol (även vid firande) är **inte tillåtet**.

Klubben tar tydligt avstånd från alkoholkonsumtion i samband med matcher, träningar eller officiella evenemang.

11. Sponsorer

Endast Hisingen Hockeys godkända sponsorer får marknadsföras via klubbens alla kanaler, inklusive i de enskilda teamens konton.

Endast Hisingen Hockeys sponsorer taggas om/när de exponeras i bild/innehåll. Lagens egna sponsorer taggas inte.

Av styrelsen beslutad hösten-2025