



# Svenska Airsoftförbundets policy för kommunikation

## Syfte

Denna policy beskriver hur Svenska Airsoftförbundet ska planera, producera och sprida information internt och externt. Målet är att säkerställa en enhetlig, tydlig och ansvarsfull kommunikation som stärker förbundets varumärke, främjar våra värderingar och bygger förtroende hos medlemmar, samarbetspartners, medier och allmänheten.

## Omfattning

Policyn gäller för alla anställda, styrelseledamöter, volontärer, konsulter och externa leverantörer som företräder eller agerar på uppdrag av Svenska Airsoftförbundet i någon form av kommunikation – skriftligt, muntligt, digitalt eller visuellt.

## Definitioner

Vid behov, beskriv eventuella definitioner

## Policybeskrivning

Princip	Beskrivning
Transparens	Information ska vara sanningsenlig, komplett och tydlig. Undanhållande av väsentlig fakta är förbjudet.
Ansvar	Alla som publicerar i förbundets namn ansvarar för innehållet och måste följa denna policy.
Respekt	Språkbruk och bildval ska vara inkluderande, icke-diskriminerande och visa respekt för alla målgrupper.
Sekretess	Personuppgifter och konfidentiell information hanteras enligt GDPR och eventuella interna sekretessrutiner.
Enhetlighet	Visuell profil, ton och budskap ska följa förbundets riktlinjer.



## Intern kommunikation

1. Kanaler – intranät, e-postlistor, Discord, mötesprotokoll och interna nyhetsbrev.
2. Informationsflöde – viktig information (policyändringar, kriser, strategiska beslut) bör nå samtliga medarbetare inom 24 timmar.
3. Feedback – medarbetare uppmuntras att ge återkoppling via anonym enkät eller direkt till sin chef.
4. Utbildning – årlig obligatorisk utbildning i kommunikation, mediehantering och GDPR.

## Extern kommunikation

### Press och media

- Pressansvarig – en utsedd kommunikationsansvarig godkänner allt pressmaterial innan distribution.
- Pressmeddelanden – ska vara kortfattade, faktabaserade och innehålla kontaktinformation.
- Intervjuer – endast auktoriserade talespersoner får tala med media; de bör få en kort briefing i förväg.

### Medlemskommunikation

- Nyhetsbrev och digitala plattformar ska följa den fastlagda tonaliteten: informativ, inspirerande och medlemscentrerad.
- Medlemmarnas personuppgifter får endast användas för ändamål de uttryckligen har samtyckt till.

### Sociala medier

- Ansvarig kanalansvarig – varje plattform (Facebook, Instagram) har en utsedd ansvarig samt två administratörer.
- Inlägg ska granskas mot varumärkesmanualen och bör godkännas av kommunikationsansvarig innan publicering.
- Kommentarer och meddelanden besvaras inom 48 h; olämpligt innehåll tas bort enligt respektive gällande community-regler.

## Kris- och incidentkommunikation

1. Krisgrupp – består av styrelsen och kommunikationsansvarig
2. Akutmeddelande – första offentliga uttalandet ska ske inom åtta timmar efter att krisen identifierats.
3. Uppföljning – regelbundna statusuppdateringar tills situationen är löst.
4. Efteranalys – en rapport med lärdomar och förbättringsåtgärder tas fram senast 30 dagar efter händelsen.



## Sekretess och dataskydd

- Personuppgifter får endast samlas in och lagras när det finns ett lagligt stöd (samtycke, avtal, rättslig förpliktelse).
- Alla dokument som innehåller känslig information märks med "CONFIDENTIAL" och skyddas med lösenord eller kryptering enligt best practice.
- Vid misstanke om dataintrång ska incidenten rapporteras omedelbart till Dataskyddsombudet och berörda personer informeras enligt GDPR.

## Efterlevnad och revision

- Uppföljning – internrevision av kommunikationsprocesser bör ske årligen.
- Avvikelse – rapporteras till kommunikationsansvarig och kan leda till disciplinära åtgärder.
- Uppdatering – policyn ses över minst vartannat år eller vid större förändringar i lagstiftning eller verksamhet.