

Klubbens informationsarbejde - opgaver og råd:

4.1. Hjemmeside:

Klubbens hjemmeside har følgende formål: Ekstern kommunikation, intern kommunikation - og øget klubidentitet/klubånd.

Minimumsindhold:

- Klubbens struktur - organisation
- Nyheder / Nyhedsbrev(es). Balance mellem bredde og elite.
- Downloads: Puljeskemaer, Vedtægter, ansøgningskemaer til f.eks. rejsetilskud, indmeldelsesblanket m.m..
- Bestyrelsen og trænere – navne og mailadresser.
- Billedside – fægtekampe, børnehold, trænere, fægtemester.
- Træningstider
- Lidt om fægtning på alle tre våben.
- Fægtearrangementer (polterabends) evt. m. liste med telefonnumre m.m.
- Links
- Alkohol, doping og pædofili – henvisning til DIF e.lign.
- Kontakt til klubben

TIPS: Undgå en hjemmeside, hvor alt for mange oplysninger skal opdateres. Det kræver alt for meget arbejde og virker useriøst overfor brugerne, hvis der ikke opdateres. Undgå derfor blandt andet: Stævnekalender, ranglister og adresselister (andre end bestyrelsen).

Vær opmærksom på, at kommunen o.a. har en række tilbud til klubberne om gode, gratis kurser i hjemmesiders opbygning og vedligeholdelse.

4.2. Nyhedsbrev:

Klubbens nyhedsbrev er et vigtigt instrument for intern kommunikation med alle klubbens aktive medlemmer. Lav en mailingliste, brug hjemmeside og Facebook.

- Udsendes x gange årligt f.eks. i forbindelse med kontingentopkrævning.
- Indhold: Tal med Bestyrelsen, Formanden og Trænere, om hvad der skal skrives om. Vigtige meddelelser, gode stævneresultater (men ikke for meget – det er ikke alle, der synes dette er interessant), kommende aktiviteter i klubben for alle hold af såvel sportslig som social karakter.
- Omfang: Max en dobbelt A4.

4.3. Kommunens informationsmateriale:

Klubben figurerer i f.eks. foldere om kommunale tilbud og på kommunens. Sørg for, at svare på henvendelser fra kommunen vedr. revision af disse informationskanaler. Tjek at informationerne er korrekte.

Hvis man spørger pænt er det nogle gange muligt få komme med i kommunens annoncer i lokalaviserne for kommunale fritidsaktiviteter – f.eks. i forbindelse med sæsonstart.

4.4. Klubbroschure o.a. fægtebrochurer:

Informationsmateriale om klubben og om fægtning generelt bør altid være tilgængeligt i klublokalerne, skolebesøg, event (polterabends) egne stævner m.m. for potentielle nye medlemmer. Materialet SKAL uddeles til fægtearrangementer, skoleklasser, gæster m.m. Materialet burde ligge hos kommunen, på biblioteket, den lokale pizzamand, lokale butikker, hos sponsorer, på medlemmernes skole og arbejdsplads ect.

- Informationsbrochure/flyer om klubben med som minimum adresse, kontaktinformation og holdtræningstider.
- Brochure fra DFF om fægtning.

TIPS: Hvis klubbens informationsbrochure skal vær flot og dermed dyr, så er der sikkert medlemmer eller en forælder, som har forstand på layout, markedsføring og tilgang til trykkeri eller farveprinter. Lad det være disse frivilliges bidrag til klubben at lave og evt. bekoste udgivelsen. Find evt. lokale sponsorer og indsæt reklamer i brochuren.

4.5 Presse

Pressemeddelelser og avisartikler til lokalavisen o.lign.

Avisartikler er ikke kun et spørgsmål om PR men også et spørgsmål om at gøre medlemmerne stolte af deres klub (klub image).

Der behøver ikke kun være tale om stævneresultater. Det kan også være sociale begivenheder i klubben, såsom klubafslutninger, fastelavn, loppemarked og klubbens fødselsdag, reportage fra en børnetræningsaften/træningslejr, skolefægtning, ansættelse af ny træner m.m.

Lokale aviser er ofte meget villige til at acceptere artikler.

TIPS: KODEORD: Gør det let for journalisten – så er dine chancer større.

1. Send dit materiale via e-mail, det går stærkt.
2. Selve materialet skrives på en Word-fil, så kan journalisten let redigere og skrive direkte fra din tekst.
3. Vedhæft gode billeder, så slipper journalisten for at finde nogle. Du kan også sende billeder af elitefægterne og fægtekampe til avisens arkiv.
4. Ærlighed varer længst – overdriv aldrig, lyv aldrig.
5. Skriv det vigtigste først! – Begynd med nyheden - baggrund og forklaringer senere.
6. Lav overskrifter i teksten – det gør teksten overskuelig og så slipper journalisten for selv at opfinde dem.
7. Pressemeddelelser skal ikke være mere en A4-side.
8. Skriv letforståeligt – undgå alt for mange tal og mærkelige fægteudtryk og klubforkortelser.
9. De fleste lokalaviser har deadline mandag kl. 12.

ANDRE TIPS: Gør det let for dig selv:

1. Få en kontakt på avisen.
 2. Få forældre til at sende dig børnenes stævneresultater og lad dem lave små referater og begivenhederne.
 3. Få en af de voksne elite-fægtere til at sende dig resultater – og måske en god historie.
- Billedmateriale kan findes på Internettet, hos fægtere og kan fås hos DFF.

4.6. PR-arbejde:

PR handler om at synliggøre og markedsføre klubben overfor omverdenen – men også internt i en række sammenhænge. Omtale af klubben og kendskab til klubben er en væsentlig forudsætning for medlemstilgang.

PR handler ikke om at opnå sponsorer, men PR kan være en forudsætning for at sponsoreres villighed til at yde bidrag og PR indsatsen kan med fordel koordineres med en promovring af sponsorerne.

Eks. på kræfternes samspil/ synergieffekt ved PR-arbejde.

Klubben skal lave et stævne. Klubben inviterer Borgmesteren eller Formanden for kommunens fritidsudvalg eller andre lokalpolitikere til f.eks. at åbne stævnet. Alle politikere er på valg og skal selv lave PR og hvis du tilmed lokker med pindemadder og inviterer i god tid, så er der chancer for at de møder op. Klubben udsender en pressemeddelelse. Hvis borgmesteren kommer, så er chancen for at pressen tropper op større. Hvis borgmesteren ved at pressen kommer, så er chancerne for at han kommer større. Hvis pressen og borgmesteren kommer, så er chancerne for at sponsorer gider sponsore stævnet større og lige så er chancerne for at der kommer tilskuere, hvilket kan betyde nye fægteinteresserede.

- Vær opmærksom på, om kommunen eller andre (f.eks. DIF). har en række tilbud om gode, gratis kurser i PR for klubber.
- Mund til mund metoden er stadig et fantastisk PR-middel.

4.7. Opslagstavlen i klubben.

I klubben findes en opslagstavle – f.eks. på indersiderne af skabe til udstyr. I samarbejde med træneren skal relevante stævneindbydelser og anden information til fægterne løbende ophænges.

Mange steder er opslagstavlen erstattet eller suppleret af: Email via mailingliste til diverse hold, Facebook, en mappe i klubben med tilbud (som fægtere og forældre kan bladere i og tilmelde sig stævnet på en seddel), en bærbar p.c.

4.8. Indlæg til www.faegting.dk og rundsendelser via DFF's sekretariat og konsulent.

[Www.faegting.dk](http://www.faegting.dk) er Dansk Fægte-Forbunds officielle hjemmeside. Til sekretariatet og udviklingskonsulenten kan du sende stævneinvitationer til stævner, som afholdes i klubben, og du kan orientere om begivenheder i klubben, som du/ I mener er interessante for alle danske fægtere. Lige som den lokale presse og andre medier, så er det DFF, som afgør, om jeres materiale er relevant for forbundets hjemmeside eller til udsendelse via forbundets e-postadresselister. Hovedkriteriet for DFF er som regel, at informationen er relevant for den store kreds af klubber.