

### **FÖRBUNDSSTYRELSENS YTTRANDE ÖVER MOTION D4**

från Göteborg & Bohuslän samt Hallands Ridsportförbund angående en modernisering av medlemskommunikation.

Motionärerna föreslår att SvRF ska utveckla en strategi för modernare kommunikation med medlemmarna via till exempel ett poddformat, eller genom att öka sin medverkan i redan etablerade poddar.

Kommunikation med föreningar och enskilda medlemmar; SvRF:s centrala kommunikation tar sin utgångspunkt i den övergripande strategi som förbundsstämman fastställer. Medielandskapet förändras konstant och val av kanal behöver anpassas löpande för att nå målgruppen. Förbundsstyrelsen (FS) välkomnar därför engagemanget och instämmer i motionens syfte. På centrala kansliet arbetas det också kontinuerligt med mätning, uppföljning och analys av genomslaget, som regelbundet rapporteras till FS och sprids till berörda.

Vad gäller medlemskommunikationen så sker den både i interna och externa kanaler. Internt finns det nyhetsbrev som når ut till föreningar och distrikt. Kommunikation med distrikten sker också via regelbundna direkta möten och en Teamschatt. Nyhetsbrevet till föreningarna har utvecklats till både visuell form och innehåll och har en hög öppningsgrad om ca 50 procent (20-25 procent anses bra för jämförbara brev). Centrala kansliet har lagt ett stort fokus på att utveckla regelbunden information från förbundsordförande och generalsekreterare och med sammanfattningar av varje styrelsemöte.

Förbundsstyrelsens överväganden;

När det gäller medlemskommunikation i ett brett perspektiv så kommunicerar SvRF centralt genom en mängd olika både fysiska och digitala kanaler, alltifrån tidningen Häst & Ryttare till Tiktok. Kanalvalet baseras på typ av innehåll och hur vi bäst når målgruppen, som rör sig mellan olika plattformar. Som organisation har vi en omfattande kommunikation med våra medlemmar, och en stor räckvidd och interaktion i våra digitala kanaler. Vår närvaro i traditionell media är också hög. Val av kanal ses ständigt över och styrs också av resurser och hur vi bäst använder de medel vi har.

Vad gäller just poddformatet är strategin att nå ut via medverkan av våra företrädare i flera olika poddar, som det finns gott om med koppling till ridsporten. Att producera en egen podd är både resurskrävande och inte något som hittills har prioriterats. Förbundsstyrelsen tilltalas av det förhållningssättet med tanke på att hushålla och göra strategiska val med de resurser som står till ridsportens förfogande.

FS delar motionärens andemening om att kommunikation ständigt måste utvecklas och kansliet gör en bra löpande utvärdering och analys av vårt kommunikativa genomslag.

FS delar motionärens andemening om att kommunikation ständigt måste utvecklas kansliet gör en bra och löpande utvärdering och analys av vårt kommunikativa genomslag.

FS ansluter denna fråga till svar på motion D17 om tidningen "Häst & Ryttare". Det är förbundsstyrelsen avsikt att poddformatet är en av de kanaler som övervägs när det kommer till att effektivt anpassa kommunikation till olika målgrupper.

### **Förbundsstyrelsen föreslår**

**att** förbundsstämmans beslutar att motionen anses besvarad med vad som anförs i förbundsstyrelsens yttrande.