

Strategiaftale 2026-2029: *Dansk Softball Forbund*

Spor 2: *Eksponering og ekstern branding af softball*

Overordnet målsætning - beskrivelse af ønsket effekt (Kvalitativ beskrivelse)

Her beskriver I helt kort den effekt, I vil opnå med jeres strategiske spor.

DIF anbefaler at der kun er 1-2 ønskede effekter i et strategispor (beskrivelsen af den ønskede effekt fylder KUN 3-5 linjer)

Vi ønsker mere synlighed og kendskab til vores sport i Danmark, samtidig at sporten skal være mere tilgængelige for alle. Derfor skal vi udvikle en relevant kommunikationsplan, der kan løfte vores sport noget højere end det er nu. Ved at arbejde med *branding* af vores sport frem til OL 2028, forventer vi at flere danskere (både på lokal - primært - og national plan) kender til softball og interesserer sig for det, både som aktive medlemmer og som tilskuer.

* Arbejde i dette spor vil inkludere alle vores aktiviteter og særligt softball og baseball frem til OL 2028

Resultatmål (Kvantitative mål)

Her beskriver I jeres ønskede resultatmål med sporet. Et resultatmål er en måling på, om den effekt vi ønsker at opnå er indtruffet eller ej. Resultatmålet er derfor en operationalisering af den ønskede effekt i noget der kan måles.

Samlet	2026	2027	2028	2029
Resultatmål 1 At vores medlemsbase og digital kendskab til sporten viser konstant vækst gennem strategiperioden.	Over halvdelen af vores klubber viser en vækst på 5% 15% vækst af tilmeldinger til vores nyhedsbrev og følgere på facebook & instagram 10% vækst af organisk trafik til softball.dk	Over halvdelen af vores klubber viser en vækst på 5% 15% vækst af tilmeldinger til vores nyhedsbrev og følgere på facebook & instagram 10% vækst af organisk trafik til softball.dk	Over halvdelen af vores klubber viser en vækst på 5% 15% vækst af tilmeldinger til vores nyhedsbrev og følgere på facebook & instagram 10% vækst af organisk trafik til softball.dk	Over halvdelen af vores klubber viser en vækst på 5% At øge kendskabet til softball/baseball med 25% på lokalplan. 15% vækst af tilmeldinger til vores nyhedsbrev og følgere på facebook & instagram

				10% vækst af organisk trafik til softball.dk
<i>Beskriv hvordan I helt konkret måler på jeres resultatmål:</i> Vi vil monitorere vores vækst ved at kigge på CFR tallene. Derudover vil vi årligt måle på vores diverse digitale kanaler og kontrollere deres udvikling. Som et supplement, og for at holde øje med mulige tendenser, vil vi samle data via spørgeskemaer om viden om softball/baseball i de kommuner hvor vi har klubber, hvor der overvejes at samarbejde med andre organisationer og andre forbund for at kunne samle data.				

Hovedindsatser - Beskrivelse af vejen til målene (Kvalitativ) <i>Her skal I beskrive, hvilket initiativer og arbejdsindsatser I vil gennemføre for at være sikre på at kunne nå de resultatmål I opstillede under det forrige punkt. Hvilke initiativer / indsatser/aktiviteter/handlinger vil I sætte i gang og arbejde med for at realisere jeres resultatmål og indfri jeres effekter? (beskrivelsen af jeres hovedindsatser fylder maksimalt 20 linjer)</i>				
Softball/baseball skal komme tættere på vores publikum og det kræver aktive og konsekvente indsatser. Vores indsatser er tænkt som en kæde, hvor man tilføjer flere og flere elementer, uden at forsømme de tidligere igangsat indsatser. Indsatserne skal supplere hinanden og der skal være god sammenhæng fra start til slut. Vi vil udvikle en kommunikationsplan som skal være hjørnестenen for det fremtidige arbejde i dette spor, hvor vi kommer til at definere vores primære målgruppe. Vi vil være i konstant aktivitet i vores sociale medier for at skabe en bedre ramme for vores publikum. Vi vil også skabe en bedre og stærkere grafisk identitet som skal afspejles i alle vores kommunikationskanaler og materialer. Vores netværk skal blive større, så vi kan nå flere mennesker, derfor skal der arbejdes på tættere kontakt med flere nøglepersoner og organisationer. Vi vil arbejde på at forbedre vores gode eksisterende softball kultur for at have en bedre fanbase. Det skal være en oplevelse at se softball "live".				
Procesmål (Kvantitative) <i>Her skal der opstilles procesmål for jeres primære hovedindsatser. Det er altså kun de allervigtigste indsatser, som I arbejder med, som I skal lave procesmål for. Et procesmål er en måling på, om de indsatser I ønsker at iværksætte, er indtruffet eller ej. Procesmålet er derfor en operationalisering af udvalgte hovedindsatser og noget der kan måles.</i>				
Samlet	Juni 2026	December 2026	Juni 2027	December 2027
<i>Procesmål 1</i>	Udvikling af ny	Lancering af ny grafisk	Udvikling af SoMe plan	Udvikling af

Vi vil forbedre alle vores kommunikationskanaler for bedre eksponering af softball	kommunikationsplan Fortsat udvikling af SoMe kampagner for at skabe mere opmærksomhed om sporten i de kommuner hvor vi har klubber. (Løbende kampagner med 1-2 måneders varighed) Etablering af en frivillig media "task force" der kan producere billede- og videomateriale som frit kan benyttes til reklamer, kampagner, osv. (min. 5 personer)	identitet (branding kit, logo, farvekoder, skrift, osv.) Enkelt streaming platform klar til at streame seniorkampene. Forbedring af 2 af vores baner til bedre oplevelse af tilskuerne (f.eks. plakater, lyd med musik og kommentator, scoringstavle, bedre siddepladser, osv.)	med fokus på rekruttering Redesign eller ombygning af vores hjemmeside softball.dk	markedsføringsplan frem mod OL 2028 i samarbejde med andre forbund (storskærm, fans zone, events, osv.) Forbedring af yderligere 2 baner til bedre oplevelse af tilskuerne (f.eks. lyd med musik og kommentator, scoringstavle, bedre siddepladser, osv.)
<i>Procesmål 2</i> Vil vil skabe et større netværk udadtil med lokale medier, nogle organisationer og personer som kan udsprede kendskabet til softball	Forbedre kontakt med allerede etablerede relationer (Dansk Skoleidræt, Skole OL, Ambassader, Erhvervslivet, osv.)	Etablere min. 3 nye relationer med mulige softball ambassadører (personer eller organisationer)	Vi vil udvikle en "PR-pakke" så vores klubber kan være bedre klædt på til at promovere sig selv i deres lokale samfund. Min. 3 klubber implementerer PR-pakken. Vi vil til min. 50% vores slutspil kampe invitere noglepersoner til den første pitch (politikker, sportsstjerne, leder, osv.)	Yderligere 3 klubber skal implementere PR-pakken Yderligere 3 nye relationer med mulige softball ambassadører