

SUDANMISSIONENS KOMMUNIKATIONSSTRATEGI

Maj 2007

**”Ord er værktøjet,
der får budskabet frem.
Det åbner, forklarer,
flytter grænser og gør synlig”**

SUDANMISSIONENS FUNDAMENT

Sudanmissionens fundament er:

- **Evangelisering:** Vi vil være i mission, så mennesker får præsenteret evangeliet om Jesus Kristus.
- **Diakoni:** Gennem hånden og ånden hjælper vi mennesker.
- **Undervisning:** Vi giver viden og uddannelse, så der sker udvikling.
- **Udveksling:** Vi vil skabe større forståelse for mission gennem udveksling og besøg mellem Danmark og Afrika.

SUDANMISSIONENS VISION

Ud fra fundamentet har vi fastsat en række visioner.

- **Samarbejdsrelationer.** Vi vil hånd i hånd med central- og vestafrikanske kirker være i mission.
- **Medarbejdere.** Vi kalder og sender mennesker til at arbejde i Sudanmissionens indsatsområder.
- **Engagement.** Vi vil samle mennesker om mission i Afrika.
- **Økonomi.** Sudanmissionen støtter projekter i Afrika gennem indsamling og fundraising i Danmark. Vi vil være åbne og tillidsvækkende i vores fundraising, så det er kendt, at penge givet til Sudanmissionen er lig med penge til mission.

MÅLSÆTNING FOR KOMMUNIKATION

Sudanmissionen vil gennem øget kommunikation:

Synlighed

Være kendt i samfunds- og kirkedebatten.

Engagement

Skabe bevidsthed om og ansvarfølelse for mennesker i Afrika.
Skabe begejstring og interesse for mission.

Forbøn og støtte

Opmuntre mennesker til trofast at bede for og støtte arbejdet.

Kald

Tiltrække kvalificerede mennesker i mission

Udsendte

Knytte udsendtes familie og venner til Sudanmissionen

Troværdighed

Signalere at organisationen er troværdig, solid og stabil.

Netværk

Styrke samarbejdet med andre organisationer.

SÅDAN SIGER VI...

Der skal altid være overensstemmelse mellem det, vi er, og det, vi siger.
Vi vil gerne være kendt for følgende budskab:

- Sudanmissionen ønsker, at mennesker skal høre evangeliet om Jesus Kristus.
- Sudanmissionen samarbejder med og støtter afrikanske kirker og organisationer.
- Sudanmissionen har omsorg for det hele menneske; sjæleligt, legemligt og åndeligt. Målet er at yde hjælp til selvhjælp.
- Sudanmissionen ønsker at skabe respekt og forståelse mellem mennesker i Afrika og Danmark.
- Sudanmissionen har brug for din hjælp, for mission er også dit ansvar.

MÅLGRUPPER

Kommunikationsindsatsen skal tage hensyn til forskellige målgrupper. En betydelig del af kommunikationsaktiviteterne kan anvendes over for flere forskellige målgrupper.

Interne målgrupper

- Udsendinge
- Udsendtes familie og venner
- Tidligere udsendinge
- Fritidssekretærer
- Kredse, sektioner, regioner, landegrupper, projektgrupper
- Bestyrelse
- Ansatte
- Modtagere af nyhedsmails
- Genbrugsmedarbejdere
- Modtagere af Mission Afrika
- Givere
- Kendskab gi'r Venskab støtter
- Venskabsmenigheder
- Fadderskab af afrikanske missionærer

Eksterne målgrupper

- Potentielle bladmodtagere
- Potentielle givere
- Potentielle udsendte/ansatte eller fritidssekretærer
- Kunder i genbrugsbutikker
- Medier/journalister
- Fonde
- Virksomheder
- Skoler/efterskoler/højskoler
- Folkekirken: biskop, provst, præst/menighedsrådsmedlemmer, stifts- og provstiudvalg
- Kirkelige organisationer
- Politikere

Handleplan for Sudanmissionens kommunikationsstrategi

Den konkrete kommunikationsindsats bygges op af en række forskellige redskaber og aktiviteter. Vi ønsker at implementere følgende aktiviteter:

- **Familie og venner til missionærer**

Vi vil knytte venner og familie tættere til Sudanmissionen gennem forskellige happenings.

Navne: Missionærer og volontører skal, når de bliver ansat, stille med mindst 50 navne og e-mailadresser på mennesker, der vil følge Sudanmissionens projekter og modtage informationer.

Ved udsendelsesfester opfordrer vi alle til at modtage Mission Afrika og nyhedsbreve.

Direct Mail: Ca. tre måneder efter udsendelsen skal der sendes en Direct Mail til familien og vennerne. Mailen skal indeholde stof fra missionæren og vedkommendes arbejde, og der skal være en klar opfordring til at støtte dette arbejde. Aktiviteten kan også ske gennem telemarketing.

Event: Et år efter udsendelsen holder vi en event med billeder/video fra missionæren. Vi opfordrer folk til at blive faste støtter til projektet.

- **Udsendte**

Vi stiller klare krav til de udsendtes kommunikation før, under og efter opholdet, og det skal præciseres i ansættelseskontrakterne.

Vi forventer, at alle udsendte blogger kontinuerligt via Sudanmissionens hjemmeside, da vi ønsker den højeste mulige grad af engagement og fællesskab og vidensdeling. Udsendte skal også levere tekst, billeder og video efter bestilling.

Der skal udarbejdes en håndbog i, hvordan man kommunikerer til forskellige medier. De udsendte skal have grundlæggende viden om kommunikation og fundraising.

- **Tidligere udsendte**

Det er vigtigt, at alle tidligere udsendte har et positivt forhold til Sudanmissionen, og vi vil gennem forskellige aktiviteter opmuntre dem til fortsat engagement i Sudanmissionen.

Engagement: Efter hjemkomsten opmuntrer vi alle til, på frivillig basis, at holde møder, stå i foredragskataloget, at være fritidssekretær, at være indsamler, at være medlem af udvalg, sælge projekter, at være med i en landegruppe mm. Landssekretæren har en samtale med alle hjemvendte kort tid efter hjemkomsten.

Erfaringsudveksling: Vi vil gerne udnytte tidligere udsendinges erfaringer og skabe kontaktpunkter til nye udsendinge.

Landegrupper: Gennem landegrupper ønsker vi at udnytte tidligere udsendtes ekspertise og erfaring og at formidle information fra Afrika. Deres erfaringer er vigtige i Sudanmissionens kommunikationsindsats. Landegruppen skal generere ideer til projekter og indsamlingsprojekter. Gruppen kan også pege på projekter, der kan søges offentlige midler til.

- **Potentielle udsendte:** Alle Sudanmissionens medarbejdere og frivillige skal altid være ajourført med, hvilke arbejdsopgaver der er behov for at få løst.

Annoncer: Sudanmissionen vil profilere sig som et aktivt missionselskab gennem jobannoncer.

Annoncer indrykkes i Mission Afrika, på hjemmesiden og i andre kirkelige medier, efter hvilken målgruppe vi ønsker at nå. Alle annoncer skal have samme grafiske udformning.

Inspirationsdag: Sudanmissionen inviterer hvert år til en inspirationsdag, hvor potentielle udsendinge får Sudanmissionens projekter og job præsenteret. Sudanmissionens medarbejdere gennemtænker, hvem der skal have en personlig invitation. Dagen kan med fordel arrangeres i fællesskab med andre organisationer.

Bedekampagne: Der lanceres en bedekampagne, når Sudanmissionen skønner, at der er et konkret behov. Kampagnen lanceres bredt i det kirkelige landskab, inklusiv pressen.

- **Ambassadører (Fritidssekretærer)**

Sudanmissionen ønsker at rekruttere ambassadører med en god geografisk og aldersmæssig spredning.

Efter behov annoncerer vi i egne medier efter nye ambassadører.

Ambassadører skaber lokale kontakter og sørger for at fremme Sudanmissionens sag. De skal så vidt muligt være med i de aktiviteter,

Sudanmissionen arrangerer i lokalområdet, fx i genbrug, projektgrupper, sogne mm.

Sudanmissionen arrangerer årligt to til tre inspirationsdage og målretter information til gruppen.

- **Kredse**

Kredsene har en væsentlig rolle i forhold til forbøn og støtte til Sudanmissionen. De sørger for at sætte mission på dagsordenen lokalt, bl.a. ved at indsamle årsgave, lodseddelsalg og planlægning af arrangementer. Kredsene får fire gange årligt "Kredsbrev" tilsendt.

- **Bestyrelsen**

Sudanmissionens bestyrelse skal altid være bedst muligt informeret. Derfor modtager de alle relevante informationer på mail.

- **Interne meddelelser**

Interne meddelelser er udførlige bestyrelsesreferater, rejseplan, vigtige datoer mm. De sendes til alle interesserede på mail.

- **Medarbejdere**

Alle Sudanmissionens medarbejdere bidrager til Sudanmissionens kommunikation med relevante informationer og artikler fra deres arbejdsområde.

Alle medarbejdere skal altid have adgang til alle relevante informationer, herunder referater fra udvalgmøder. Efter ethvert bestyrelsesmøde får medarbejderne skriftlig og mundtlig information fra ledelsen.

En gang om måneden orienterer alle ansatte mundtligt om deres igangværende projekter.

Koordineringsgruppen mødes inden et bestyrelsesmøde og laver dagsorden og anbefalinger til bestyrelsen til de enkelte punkter. Medarbejdere bidrager efter behov med emner til koordineringsgruppen.

Brug af mail: Står man på modtagerlinien, forventer afsenderen respons på mailen. Står man på CC-linien, er det ren information, hvor der ikke forventes svar tilbage, men man er velkommen til at kommentere.

- **Nyhedsmail**

Sudanmissionen udsender nyhedsmail med organisations- og projektnyheder ca. hver 14. dag. Nyhedsmailen omtales i Mission Afrika, på årsmødet, på hjemmesiden, i takkebreve mm.

- **Hjemmesider**

Sudanmissionen og Sudan Genbrug har hver sin hjemmeside, og da vi ønsker mest mulig åbenhed og gennemsigtighed, er alle relevante informationer samlet her.

Hjemmesiderne skal til enhver tid være opdateret, så de opfylder brugernes behov for kommunikation. På hjemmesiderne skal der være blogs, hvor der er plads til uformel dialog.

Der skal være mulighed for at donere til Sudanmissionen direkte på hjemmesiden.

Vi ønsker en velbesøgt side, hvor brugerne interagerer og på forskellige måder kommunikerer med medarbejderne i Danmark og Afrika.

- **Modtagere af Mission Afrika**

Bladet er organisationens flagskib udadtil – det skal bryde ny jord – altså gøre nye mennesker interesseret i mission. Der udkommer otte numre årligt med otte sider samt et årsskrift på 40 sider.

Bladet har et dobbelt formål: At give kendskab til mission og at samle penge ind.

Målgruppen for bladets læsere er kirkefolk generelt. Derudover sendes bladet til alle samarbejdsorganisationer, efterskoler og højskoler, venner og familie til missionærer og volontører, pressen og udvalgte politikere.

Indholdet skal være let forståeligt, og det skal kunne læses af alle uden forudgående kendskab. Der skal være en god blanding af notitser og korte og lange artikler.

- **Potentielle modtagere af Mission Afrika**

Vi vil have flere bladmodtagere til Mission Afrika. Målet er 7000 modtagere. Økonomisk er det en gevinst, fordi der bliver flere gavegivere, og flere kommer til at kende Sudanmissionens budskab.

Følgende tiltag skal skaffe flere bladmodtagere:

Alle KGV-projektgrupper får Mission Afrika tilsendt.

Databasen skal gennemgås jævnligt, så vi er sikre på, at den er opdateret konstant.

Kampagne: Alle genbrugsmedarbejdere skal have en konkret henvendelse i form af et gocard/konkurrencekupon. 'Tag ud og rejs med din ven. Tegn en ny abonnent, og når hun vinder, kommer du selv med på rejsen.'

Alle medarbejdere skal mobiliseres til at skaffe nye læsere, da Mission Afrika er første led i kendskabspyramiden (se nedenfor)

Telemarketing menighedsrådsmedlemmer: I forbindelse med årsmødet bliver der ringet rundt til menighedsrådsmedlemmer i det geografiske område, hvor årsmødet bliver holdt, for at få dem som givere eller bladmodtagere.

- **Butiksledere, butikskasserere og genbrugsmedarbejdere**
Butiksledere og butikskasserere skal modtage Mission Afrika.

Velkomstmappe: Genbrugsmedarbejderne skal modtage en velkomstmappe, når de begynder som medarbejdere. I mappen skal der være en medarbejderhåndbog, en video (VHS/dvd) fra arbejdet i Afrika og den generelle folder om Sudanmissionen.

Fyraftensmøder: Vi ønsker at arrangere fyraftensmøder for både nye og gamle grupper, herunder genbrug.

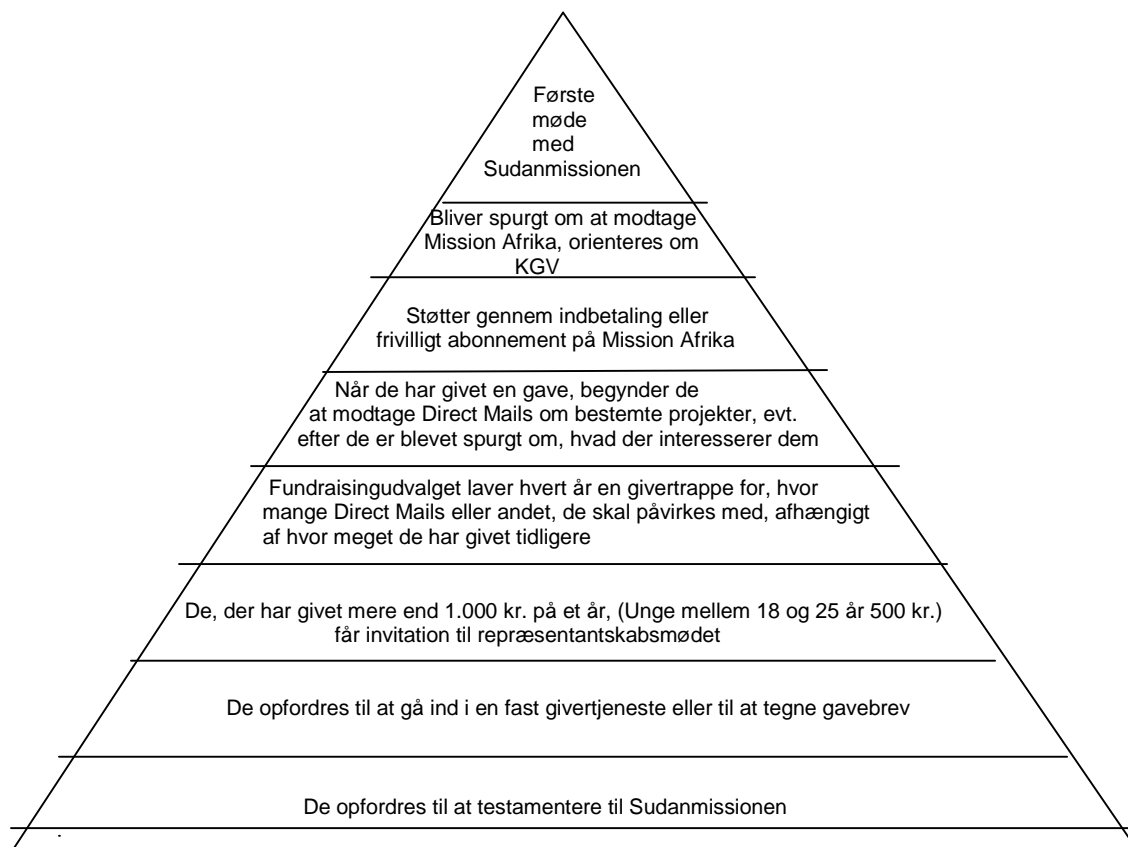
Butiksledere, ledere og kasserere i genbrugsbutikker inviteres til genbrugsstævner, regionale kurser og årsmøde. Program for årsmødet sendes til alle medarbejdere i Sudan Genbrug.

Nyhedsbrev sendes hver måned til alle genbrugsbutikker.

Alle butikker får et takkebrev, når de har indbetalt penge.

- **Giverne**

Vi ønsker at bevæge mennesker til at få en tættere tilknytning til Sudanmissionen og til at blive faste støtter. Graden af tilknytning kan tegnes på følgende måde:



Aktiviteterne i pyramiden fra punkt 4 og frem iværksættes af fundraisingudvalget i Sudanmissionen.

- **KGV-projektgrupper**

Foreninger/sogne/bibelkredse og private tegner sig for et KGV-projekt.

Projekterne skal nå nye målgrupper.

Kataloget er aktuelt og præsenterer Sudanmissionens projekter.

Alle, der har tilmeldt sig, får to gange årligt nyheder om det valgte projekt.

Enhver, der holder møder, har pligt til at sælge KGV. Fritidssekretærer og andre mødeholdere skal mindes om KGV en gang om året.

Annonce/pressekampagne: KGV annonceres i relevante medier.

Der udsendes pressemateriale om et af projekterne samtidig med annoncekampagne.

KGV og genbrug: Hver genbrugsbutik har ret til at øremærke 15 procent af overskuddet til et af de syv KGV-projekter.

Der udsendes årligt en flyer til genbrugsfolket, hvor de bliver mindet om 15 procents reglen.

- **Kunder i genbrugsbutikkerne**

Kunderne skal vide, hvilken organisation der står bag genbrugsbutikkerne.

Det sker ved, at den generelle brochure + Mission Afrika står synligt fremme i butikken.

Sammen med prismærkerne på tøjet sættes et lille visitkort.

På plasticposer og butiksfacader står Sudanmissionens navn.

- **Skoler/efterskoler/højskoler**

Sudanmissionen har lavet en samarbejdsaftale med Afrika InTouch med navnet projekt Africa Across, hvor målgruppen er fri- og efterskoler.

Sudanmissionen ansætter en netværker i projektet, hvor vi ønsker at engagere unge i mission. Netværkeren skal også etablere AIT-lokalforeninger og har ansvar for projektet 30+, tidligere volontører og potentielle missionærer.

Sudanmissionen er med i Global Mission, som er en projektmappe i FKM-regi, der kommer ud til alle efterskoler.

Konkret efterskolesamarbejde: Sudanmissionen har indgået en samarbejdsaftale med Horne Ungdomsskole. Hvert år sendes en klasse og lærere til Jimeta/Nigeria i to uger. Konceptet indebærer genbesøg. Konceptet skal tilbydes andre skoler, når erfaringer er oparbejdet.

- **Præster/menighedsråd/sogne**

Det er vigtigt, at mission formidles i folkekirken. Det sker blandt andet i samarbejde med FKM, netværket i YMH, Afrika InTouch, KGV mm. Det er vigtigt at gennemtænke en PR-strategi over for folkekirkens præster – både nye og gamle.

Venskabsmenigheder: Sudanmissionen tilbyder at etablere venskabsmenigheder mellem danske og afrikanske menigheder. Indgangen til sognene kan være gennem missionærer, stiftsudvalgene for ydre mission eller sogne, der har været med i KonfirmantAktion. Menighederne aftaler selv ønsker og behov for samarbejdet. Samarbejdet skal mindst være båret af skriftlig/mundtlig kontakt samt gensidig forbøn. Der kan også være tale om økonomisk og praktisk støtte, ligesom der kan formidles besøgsrejser.

- **Stiftskomite/provstikomiteer for ydre mission**

Sudanmissionen ønsker at få folk med Sudanidentitet repræsenteret i provstikomiteerne.

- **Medier/journalister**

Sudanmissionen ønsker, at en offentlig kendt og kristen person er med til at profilere organisationen. Vedkommende skal besøge et projekt i Afrika og derefter bruges pressemæssigt og i kampagner. Sudanmissionen udsender jævnligt pressemeddelelser, læserbreve og kronikker om mission. Desuden ønsker vi at levere gode historier til medier og journalister.

- **Fonde og virksomheder**

Administrationen sender to gange årligt ansøgninger til fonde. I fundraisingudvalget ønsker vi at tilknytte personer med viden om kontakt til virksomheder og fonde.

- **Politikere**

Sudanmissionen er medlem af ISOBRO og påvirker gennem ISOBRO de politiske beslutningstagere til at skabe gunstige vilkår for missionsorganisationerne.

- **Andre kirkelige organisationer og samarbejdspartnere**

Sudanmissionen netværker med kirkelige organisationer på flere niveauer for at skabe bevidsthed om mission, støtte og rekruttering.