

100%

TIL BØRNENE



Strategi for 100% til Børnene 2012-2013

1) Introduktion

Udviklingsbistand har været på den vestlige verdens dagsorden i omkring 50 år. I udgangspunktet handlede bistand primært om at skabe økonomisk vækst i en forventning om, at en stigning i udviklingslandenes realindkomst ville reducere fattigdom og ulighed. Det viste sig dog ikke at være så enkelt, og siden har også den danske tilgang til udviklingsbistand ændret sig mange gange. Den behovsorienterede tilgang, hvor vi med teknisk bistand og levering af serviceydelser har forsøgt at imødekomme de behov, som fattige og marginaliserede mennesker i udviklingslandene har, er en anden måde at arbejde på. I dag er der opnået bred enighed om, at vi ikke kan opnå udvikling alene gennem levering af basale service ydelser til fattige lande og befolkninger. Der er brug for yderligere kapacitetsopbygning af både civilsamfund og statslige institutioner i udviklingslandene, med henblik på at styrke deres kompetencer til at planlægge og gennemføre egne udviklingsaktiviteter. De seneste år er fokus endvidere blevet rettet mod nødvendigheden af at identificere og bekæmpe de grundlæggende og strukturelle årsager til fattigdom og ulighed, som betyder, at det enkelte menneskes rettigheder ikke bliver imødekommet og respekteret. Kampen for en retfærdig samfundsstruktur kræver, at civilsamfundets aktører (NGO'er) bevæger sig ind på det politiske felt; og på den måde strategisk tager del i og påvirker de politiske processer, hvor der tages beslutninger, som har indflydelse på folks liv og udviklingsmuligheder. Det gælder på alle niveauer i samfundet: i familien, på markedet, i landsbyen, på kontoret og selvfølgelig i råd, nævn og parlamenter. Det er den ramme, 100% har for sit arbejde – som værende både en nødvendig hjælpeorganisation og engageret udviklingsaktør.

2) Projekter i partnerskaber

En vigtig del af strategiarbejdet i 2011/2012 har været fokuseret på at udvikle 100% til Børnene fra at være primært en hjælpeorganisation til at være en udviklingsorganisation, der har hjælpearbejde som en sideløbende, indbygget komponent. Dette har betydet en professionalisering af organisationen, som før har været en primært en ildsjælsdrevet organisation. Som en naturlig del af dette ligger også en udvidelse af organisationens fokusområder, der tidligere hovedsageligt har været tjensteydelser (mad, sundhed, adgang til uddannelse), men i 2012-2013 i stigende grad vil omfatte elementer af kontinuerlig kapacitetsopbygning og fortalervirksomhed. Aktiviteterne vil derfor blive opdelt ifølge disse to ben, en udviklingsorienteret del og den fortsatte velgørenhedsdel. Den udviklingsorienterede del vil omfatte kapacitetsopbygning/ fortalervirksomhed, hvorimod velgørenhedsdelen fortsat vil omfatte tjensteydelser. Disse to sideløbende elementer vil oftest være at finde i alle vores projekter og søgt integreret i alle vores partners arbejder.

Som et led i professionaliseringen af organisationen har 100% i 2011 etableret en række strategiske partnerskaber med udviklingsorganisationer i henholdsvis Kenya og Ghana. Vi arbejder på at have tre solide partnere i hvert samarbejdsland. Målet for disse partnerskaber er fortsat at hjælpe flest mulige børn (f.eks. lossepladsbørn, gadebørn, forladte børn og handicappede børn) på den bedst mulige måde, over længst mulig tid – hvilket er vores oprindelige og fortsatte mission.

100% vil sammen med disse partnere arbejde for, at udsatte børn og deres familier inkluderes i det socioøkonomiske liv på lige fod med andre børn. Dette for at sikre, at de opnår adgang til uddannelse, sundhed og andre relevante serviceydelser i lokalsamfundet. På sigt vil børnene herigennem potentielt kunne opnå kompetencer og handlemuligheder, der sætter dem bedre i stand til at agere aktivt i deres lokalsamfund, blive en del af den lokale beslutningstagen, samt være bedre stillede til at kunne håndhæve deres rettigheder. Partnerskaberne søger derfor at arbejde aktivt med de sociale, økonomiske, politiske og miljømæssige barrierer, der forhindrer udsatte børns udvikling og fastholder dem i fattigdom. Det handler derfor også om at gøre ansvarlige aktører opmærksomme på, at disse børn også har ret til et værdigt liv – selvom vores målgruppe som oftest ikke nyder prestige på den politiske dagsorden.

Således tegner 100%'s strategiske partnerskaber for 2012 sig på denne måde:

KENYA - WEMA Centre (www.wemacentre.org)

WEMA Centre er en Kenyansk NGO, der blev grundlagt i 1993 som svar på det voksende antal gadebørn i Mombassa.

Centeret startede småt med etablering af et pigehjem for unge gade piger. I dag når WEMA ud til mere end 10.000 børn gennem deres aktiviteter indenfor gadeplansarbejde, uddannelse, træning etc. WEMA dækker 4 distrikter i og omkring Mombassa. Wema er en ny partner for 100% og det danske sekretariat tog i april 2012 til Mombasa for at udarbejde et projektforslag med WEMA. Der ansøges om et DANIDA projekt, med formål om at opbygge et netværk af de mange organisationer, der arbejder i dette felt, med formål om at styrke indsatsen og stå stærkere, sammen.

KENYA - Sct. Patricks

Sct. Patrick's er en irsk, katolsk kirkelig sammenslutning, der er registreret som en kenyansk NGO, i øvrigt den eneste kenyanske NGO, der arbejder på Kibarani losseplads og i slumkvarteret Bangladesh (Bangla) i Changamwe. 100% har samarbejdet med præsterne siden 2009 i disse områder, hvilket var 100%'s første projekt. Der er etableret en sundhedsklinik, en skole, en børnehave samt faciliteret daglig udlevering af mad. Familier i begge områder har adgang til sundhedsklinik og omkring 400 børn går i skole og i børnehave og modtager daglige madudleveringer. Sct. Patricks arbejder partcipatorisk, hvilket betyder at lokalbefolkningen i høj grad er involverede i projektaktiviteterne. De foreløbige resultater har været mærkbare - lokalbefolkningen har opnået styrket værdighed og identitet samt en følelse af at gøre noget og betyde noget. Derudover arbejder St. Patricks målrettet med tiltag, der advokerer for lokalbefolkningerne og deres ret til et bedre liv. Særligt udgør faren for at blive evakueret fra det sted, der udgør hele rammen om deres liv og indtjening – uden at have andre steder at tage hen - en tilbagevendende trussel. Dette arbejde støttes ligeledes af 100%. Perspektiverne for 2012/13 er at fortsætte de eksisterende aktiviteter samt udvide støtten til det rettighedsbaserede arbejde.

Der er for 2012 identificeret en CSR partner for lossepladsen Kibarani, men der mangler stadig 2-4 partnere, for at kunne fortsætte og udbygge aktiviteterne. Derudover vil der fortsat skulle søges støtte gennem offentlige fonde.

KENYA - New Hope Children's Home (www.newhopechildren.org)

Siden 2008 har 100% haft et fint samarbejde med New Hope børnehjem. Lederen og grundlæggeren af børnehjemmet, Japheth, startede det fordi han selv som fattigt barn i slummen blev hjulpet til en uddannelse af en lokal forretningsmand. New Hope er potentielt en rigtig succeshistorie; her bor og spiser 47 børn, som ellers ville bo på gaden. Mere end 400 børn fra de omkringliggende slumområder går på New Hope's skole og lokale lærere og udenlandske frivillige arbejder på New Hope, så børnene kan modtage kvalificeret undervisning. Der er mulighed for at udvide samarbejdet til at kunne inkludere flere børn fra det omkringliggende slumkvarter. Der er store ønsker om at opføre en spisesal og at investere i en skolebus. Japheth er desuden interesseret i at kapacitetsopbygge børnehjemmets personale i forhold til den administrative praksis, således at New Hope selvstændigt ville kunne søge midler og dermed opretholde og styrke egen bæredygtighed. Der er på nuværende tidspunkt identificeret en middelstor CSR partner (tøjfirmaet Stella Nova) som sponsor til New Hope børnehjemmet for 2012 - strategien er at identificere yderligere 2 sponsorer for at kunne styrke arbejdet.

KENYA - Portreitz Childrens Hospital (gennem Sct. Patricks)

Programmet for børn med særlige behov er et samarbejde mellem 100% og Portreitz Childrens hospital i Mombassa, særligt omhandlende de børn fra Kibarani lossepladsen, der er allermost udsatte. I programmet tilbydes fejrlærrede børn særlig proteinrige diæter, børn med handicaps får fysioterapi og børn med manglende lemmer tilbydes proteser og genoptræning. Formålet er at tilbyde disse børn støtte til et værdigt liv i et miljø, hvor ingen hensyn tages til de allersvageste. Et mål for 2012/13 er at udvide dette program til at omfatte et større antal børn, da antallet af handicappede børn desværre er meget højt på lossepladsen, bl.a. grundet de ringe sikkerheds- og sundhedsvilkår samt utilstrækkelig viden og overskud hos forældrene til at varetage plejen af disse børn. Disse årsager arbejdes der med sideløbende, primært gennem Sct. Patricks, men fremover gerne gennem organisationen for fysisk handicappede i Kenya APDK, der står bag Portreitz hospitalet. (www.apdk.org). Strategien er at identificere 2-3 middelstore CSR partnere til at støtte programmet, sammen med tilskud fra offentlige fonde. Desuden søges der at opstarte et program med private sponsorer til individuelle handicappede børn.

GHANA – Catholic Action for Street Children (www.casghana.com)

CAS er en lokal NGO etableret i 1992 for at yde støtte og beskyttelse til de mange børn, der bor på gaden i Accra, Ashaiman og Tema Metropolis. Børn i gaderne er ifølge CAS en gruppe, der ikke er statisk, men ændrer sig over tid, hvilket også betyder meget forskellige behov – f.eks. for migrantbørn, børn der er født på gaden, urbane fattige børn samt arbejdende børn. Disse børn går under den samlede betegnelse "ude af skole børn". Det kortsigtede mål hos CAS er at hjælpe disse børn med at vinde værdighed til at udvikle sig til respektfulde borgere i samfundet. Det langsigtede mål er at tilbyde børnene træning og vejledning, så de kan finde passende beskæftigelse til at opbygge deres fremtidige liv. CAS består af flere afdelinger, primært the House of Refuge og hjemmet Hopeland. Der arbejdes en del med fortalervirksomhed for at kaste lys over de mange bagvedliggende årsager til gadebørnsproblematikken i Ghana. Det er dette arbejde, 100% gerne vil støtte, særligt gennem et Danida projekt gennem CISU, som den første form for samarbejde. I modsætning til arbejdet i Kenya har CAS i Ghana noget bedre betingelser for at samarbejde med staten. Et partnerskab med CAS vil potentielt give 100% nogle værdifulde erfaringer, der formodentlig også ville kunne styrke arbejdet i Kenya.

GHANA – Steps in Ghana (www.stepsinghana.org)

Dette er et nyt partnerskab med et projekt, der i sin essens ligner starten på 100% i Kenya. Den lille organisation Steps in Ghana støtter Footprint Child Development Centre (FCDC), som er en blanding af en daginstitution og en halvdagsskole i lokalsamfundet Pebi ved Saltpond, ca. 100 km vest for Ghanas hovedstad, Accra. Der har ikke været adgang til hverken skole eller sundhed før, men gennem Steps går nu 65 børn i skole og der er ved at blive etableret en sundhedsklinik. 100% støtter i 2012 projektet med 1000 kr. om måneden til en skolemads-ordning, der sikrer, at særligt pigebørnene kommer i skole. Madordningen er meget vigtig for børnene, idet lærerne oplever at børnenes koncentrations- og indlæringssevne bliver skærpet betydeligt. Tidligere kunne børnene ofte ikke koncentrere sig, da de var for sultne. Der er en skolefarm på skolen, som skal gøre madordningen mere bæredygtig. Udviklingen af denne er en oplagt kommende opgave for 100% at støtte.

GHANA - Rural Education for Empowerment Program (www.reep-ghana.org)

REEP er en ghanesisk NGO med det formål at reducere antallet af børn, herunder særligt piger, der må gå ud af gymnasiet pga. forskellige vanskeligheder. REEP arbejder i den nordlige del af Ghana, i Kumbungu distriktet, der har en høj grad af unge, men et foruroligende lavt antal af unge, der fortsætter skolen udover folkeskolen. REEP har derfor identificeret en række udfordringer, hvor særligt forældrenes uvidenhed i forhold til vigtigheden af uddannelse, økonomiske begrænsninger og mangel på håb og tillid til fremtiden blandt børnene selv, er at nævne som vigtige faktorer.

REEP's aktiviteter handler om at skabe opmærksomhed omkring og bevidstgøre forældrene om vigtigheden af uddannelse, gennem radio programmer og besøg i landsbyområderne (brug af bl.a. forum teater som metode), tildeling af legater til dygtige, men trængende piger, for at kunne komme i gymnasiet samt organisering af specialklasser for gymnasielever, der ikke kunne bestå gymnasieeksamen. Derudover tilbydes rådgivning til de unge mennesker, der har mistet håbet for fremtiden samt foretages uddeling af cykler til piger, der ved at kunne cykle distancen til det nærliggende gymnasium derigennem kan få lov af forældrene. Dette sker gennem det danske initiativ www.freebikes.dk og gennem udsendelse af en container gennem Genbrug til Syd programmet. 100% støtter REEP i opstartsfasen ved etablering samt radioprogrammer og forum teater besøg i landsbyerne. På sigt kan der etableres individuelle sponsorater til gymnasiepigerne samt søges fonde til REEP programmet.

3) Strategi for arbejdet 2012

I 2012-2013 arbejdes strategisk med udgangspunkt i et program, som vi omtaler som DE TRE SAMMENHÆNGENDE SØJLER

	SØJLER	AKTIVITETER	RESSOURCER
A	ADGANG TIL BASALE BEHOV (tjenesteydelser): SKOLE, MAD OG SUNDHED	<p>KENYA</p> <ul style="list-style-type: none"> - KIBARANI & BANGLA • Drift af skole, daglig uddeling af måltider • Løbende helbredstjek + drift af sundhedsklinik • Særligt program for handicappede børn <p>KENYA - NEW HOPE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drift af børnehjemmet • Ny skolebygning, legeplads og skolebus <p>KENYA – WEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drift af Wema Centre <p>GHANA – FCDC i Pebi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skolemadsprogram <p>GHANA – REEP programmet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sponsorering af piger i gymnasiet 	<ul style="list-style-type: none"> • Private donorer • Private fonde • Offentlige fonde • CSR samarbejder, også i Kenya

B	KAPACITETSOPBYGNING F.EKS - AF DE STORE BØRN/UNGE, TIL BEDRE AT KUNNE BEGÅ SIG PÅ LOSSEPLADSEN - AF ORGANISATIONERNE - NØGLEPERSONALE	KENYA <ul style="list-style-type: none"> • Lossepladsen: <ul style="list-style-type: none"> - Træning i 'life skills', herunder træning i fælles indsamling, sortering og handel med affaldet - HIV/AIDS oplysning - Afsøgning af nye markeder og nye færdigheder, anvendelige i forhold til et liv på en losseplads og i slummen GHANA <ul style="list-style-type: none"> • Etablering/drift af organisationen REEP 	<ul style="list-style-type: none"> • PATC (DANIDA) • Offentlige/private fonde • Samarbejder med andre NGO'er • Mulighed for CSR samarbejder
C	FORTALERVIRKSOMHED/ NETVÆRKSOPBYGNING FOR AT FÅ DE ANSVARLIGE I TALE – 'KEEPING THE PROMISE'	KENYA og GHANA <ul style="list-style-type: none"> • Lobbyvirksomhed overfor store industrier (lossepladsen) og politikere • Medieopmærksomhed • Møder med myndigheder • Netværksopbygning og samarbejde med lignende organisationer 	<ul style="list-style-type: none"> • PATC (DANIDA) • Offentlige/private fonde • Samarbejder med andre NGO'er • CSR samarbejder

4) "Keeping the promise" – et løfte skal man da holde!

Keeping the promise er 100% nye motto. Med det vil vi støtte arbejdet med f.eks. at holde de nationale kenyanske myndigheder ansvarlige i forhold til udviklingen på Kibarani losseplads og Bangla slumområdet - blandt andet i forhold til rettighederne til land for de mennesker, som bor der. 100% vil også overordnet set arbejde målrettet sammen med vores partnere på at sikre, at nationale myndigheder tager deres del af ansvaret i forhold til levering af serviceydelser såsom skoler, sundhedsklinikker og madhuse, ligesom vi vil fortsætte med at støtte fortalervirksomhed, der advokerer for en større ansvarlighed og sikkerhedskontrol i forhold til f.eks. håndteringen og leveringen af skrald i Mombassa området.

Desuden er det vigtigt for 100% som organisation, at vi holder løftet til både vores partnere, men særligt de børn og familier, som vi arbejder med. Det er der ikke mange, der gør.

5) Strategi for fundraising

I forhold til det nye strategiske fokus i 100% kommer strategien for fundraising til at falde på to ben. 1) Det første bliver en udvidelse af 100%'s CSR aftaler. Vi har i 2010-11 indgået samarbejder med en række danske virksomheder. Derudover har vi også fået en række henvendelser fra virksomheder, som er interesseret i at samarbejde. Fremover vil der være flere former for samarbejder, således at en virksomhed kan vælge at bidrage med penge, produkter og/eller ansatte (Corporate Volunteers). Der vil blive udarbejdet forskellige virksomhedspakker således, at en virksomhed tydeligt kan se hvilken reklame/markedsføringsmuligheder, der er indbefattet i de forskellige beløb. Således vil der på 100% nye hjemmeside også blive en prioriteret liste over virksomhedsstøtter.

Under dette første ben ligger også private fonde, privatpersoner, skoler og foreninger. I forhold til at gøre det nemt at støtte organisationen for denne gruppe begyndte 100% i 2011 at arbejde mere strategisk med sociale medier. Det har betydet, at en ny hjemmeside er under udarbejdning og forventes færdig medio 2012. Et nyt element i denne hjemmeside vil være, at det bliver nemmere at støtte 100% for enkeltpersoner og foreninger, bl.a. gennem egne indsamlinger på den digitale portal, BetterNow. Der vil også blive langt mere synlighed til 100%'s aktiviteter på bl.a. Facebook.

2) Det andet ben af strategien retter sig mod offentlige midler, særligt DANIDA midler. I forbindelse med indgåelsen af nye partnerskaber og projekter forventes 100% at søge 500.000 KR i DANIDA støtte i løbet af 2012.

6) Arbejdet med frivillige

Medlemmer og frivillige er en vigtig ressource for 100%. Derfor vil dette arbejde fortsat blive prioriteret i 2012/13. I forhold til at 100% skal arbejde mere udviklingsorienteret, forestiller vi os at oprette en række faglige temagrupper, der kan levere vigtige input for organisationen samt give et signal om, at organisationen er velforankret i det danske civilsamfund. Der vil i den forbindelse også blive lagt vægt på folkeligt oplysningsarbejde i forhold til foredrag på skoler, klubber, foreninger, sportsklubber, festivaler etc.

I forlængelse af de forskellige frivillige grupper er 100% begyndt at benytte sig af virksomhedspraktikordningen, som faciliteres af kommunen. Denne ordning vil fortsætte og ønsket er, at den kan blive udvidet til også at omfatte en kollega i løntilskud som støtte til det lille sekretariat.

7) Strategi for sociale medier

For at understøtte det strategiske arbejde med *fundraising* og *frivillige* kan sociale medier synliggøre og styrke synergien mellem de allerede eksisterende platforme. For at skabe opmærksomhed og eksponering af sagen vil 100% for børnene kunne finde værdi i at brande sig endnu mere visuelt og i langt højere grad anlægge en anderledes tilgang end øvrige NGO'er for at skille sig ud og bruge sin status som "lillesøster" til at stille skarpt på enkeltsagerne såsom losseplads sagen. Her vil et samspil mellem forskellige medie platforme være en værdifuld indsats, som visuelt og viralt vil kunne bære budskaber ud til målgruppen. Ved at styrke samspillet mellem forskellige platforme, vil der kunne dirigeres trafik mellem den eksisterende webportal, Facebook siden og en potentiel crowdfunding side og dagbogsopdateringer via Youtube og dermed optimere synligheden. Derudover vil en øget synlighed også skabe øget politisk opmærksomhed om NGO'ers arbejde generelt og dermed også om 100 %.

Social Fundraising - Crowdfunding

At skabe midler til 100 % er primært et ønske om at "gøre en forskel" og rejse midlerne til dette – enten private eller offentlige donationer eller fonde. Dog har utallige undersøgelser vist, at ønsket om at yde bistand ofte fordrer at man får noget igen – i en eller anden form. Det kan være en aktie i sagen såsom et nyhedsbrev, en T-shirt, en gratis koncert – på sociale medier skal man tænke: **Social kapital**. På disse platforme kan 100% f.eks. tilbyde bidragsyderne en badge – en credit i visuel form ved at det bliver vist på deres timeline/deres væg på eksempelvis Facebook, at de støtter lossepladsen og 100% med x-antal kroner. Sociale medier har en unik egenskab indlejret i sig til at sprede budskaber hurtigt via netværk. Derfor vil det være et oplagt sted, at sætte 100 % ind. Følgende sociale medieplatforme er oplagte: Facebook, Pinster, Youtube, Twitter og diverse Crowdfunding websites.

Målgruppen er:

- Private – især målgruppen kvinder med børn
- Fonde – private og offentlige

Hvis 100% for børnene gør som alle de andre, er det 100%, at organisationen drukner i mængden, derfor – gør noget andet! Stil skarpt og fokusér. Udvalg et projekt – eksempelvis lossepladsen. Der kan etableres et samarbejde med kreative miljøer (IT-universitetet, Journalisthøjskolen, Fotolinjen på Teknisk skole, Designskoler, Arkitektskoler, Teknisk Universitet) med henblik på at lave en visuel kampagne, der vender tingene på hovedet, tænker ud af boksen og gør henvendelsen til målgruppen skæv, anderledes, visuelt fængende og innovativ. En kampagne med kant, der visuelt er lækker og som bærer en rå æstetik, der vækker modtagerens nysgerrighed.

Kampagne for børn med 100 % POWER

NGO'er har i mange kampanjer opereret med en appel baseret på sympati, medfølelse og dårlig samvittighed. Denne tilgang har tidligere virket, men tiden er moden til at anlægge et nyt og mere moderne perspektiv på formidling af støttesager.

Traditionelle billeder af børn i Afrika kan med fordel erstattes af billeder fra lossepladsen med billeder af børnene og deres styrkepositioner. Der skal kommunikeres en ny side af børnene på lossepladsen. I stedet for at vise skyggesiden af livet på lossepladsen, kan fortællingen på de sociale medier vendes til fortællingen om afrikanske ressourcestærke børn med et potentiale til at løfte sig ud af den situation de befinder sig i. På sociale medier kan der fortælles en ny og anderledes historie – er den skarp og anderledes nok, vil den blive delt i de sociale netværk og sprede ringe i vandet.

Folk skal ikke yde donationer fordi de føler medlidenhed, men fordi de ser et potentiale, de kan støtte. Ved at skabe en kampagne på sociale medier, som udsdiffer medlidenhed, skam, dårlig samvittighed med en respekt og tro på, at med en donation vil man kunne støtte børnene på lossepladsen og bidrage til, at deres potentiale og ressourcer kan udfoldes og gøre dem selvhjulpne. Børnene på Lossepladsen er seje, viljestærke overleverere, som vil være interessant at følge visuelt – evt. via meget korte 30 sek. videoklip fra særlige begivenheder på Youtube. Hvis der kunne skabes en fortløbende kampagne, som løbende kunne dokumentere lossepladsens blomstrende udvikling visuelt, vil det være en stærk kommunikation, som vil kunne leve og ånde på sociale medier fremadrettet.

For at anvende sociale medier til det, som de er bedst til – at sprede ringe i vandet - skal en visuel kampagne være stærk, anderledes og besidde en aura af noget appellerende, provokerende og inspirerende til at blive delt med andre. Æstetikken må gerne være rå med glimt i øjet og med en meget afbalanceret humor som bærer af budskabet – det skal være NYT og ikke lægge sig i slipstrømmen på de øvrige NGO'ers ellers udmærkede kampanjer. For at blive delt skal budskabet være nærværende for modtageren uden at denne føler det intimiderende eller vække dårlig samvittighed. Mæthedspunktet er nået for *in your face* æstetik og brutal virkelighed serveret på traditionel vis. Er lossepladsbørnene ressourcesvage, i underskud og mangler power? NEJ. De er små stærke mennesker med en unik overlevelsessevne, ressourcestærke og fulde af kreativ gå på mod og en vilje til at leve livet med håb på trods af den bidende virkelighed de hver dag vågner op til lugten af på lossepladsen. De er små moderne Pippies og kan med fordel portrætteres sådan i en viral kampagne på sociale medier – den vil være ny, anderledes, forfriskende og vende tingene på hovedet i et hidtil anderledes billede af afrikanske børn end man har set tidligere. Det drejer sig i høj grad om, at målgruppen (kvinder med børn) skal spejle deres egne børn i børnene på lossepladsen og føle et ejerskab for sagen. Derfor kan det anbefales, at formuleringen "Signes Sager" ændres, således at Signes sag bliver til "100 % ALLES SAG" – mennesket motiveres, når det føler sig som en del af et fællesskab og en fælles sag.

Rekruttering og fastholdelse af frivillige

Et andet centralt element for 100 % for børnene er rekruttering og fastholdelse af frivillige. For at skabe incitament for at blive og fortsætte med at være frivillig, skal der især være et element af fællesskab – at alle arbejder for samme sag og er en del af en succes. Social kapital er et centralt begreb, som man med fordel kan arbejde med strategisk i arbejdet for at tiltrække og fastholde frivillige. For at tiltrække frivillige til organisationen skal der tænkes i relationer. De gode relationer funderes på gensidig respekt og forståelse. For mange frivillige handler deres indsats bl.a. om opsparing af social kapital: ”Jeg er frivillig og har overskuddet til at hjælpe andre og give af dette overskud til en sympatisk sag”. Der skal være en forståelse af, at der fordres noget begge veje for at opretholde en afbalanceret relation fremadrettet.

Til gengæld vil 100 % for børnene kunne tilbyde den frivillige noget CV pleje, et fællesskab og muligheden for at blive en del af fortællingen om ”dem der gør en forskel”. For at understøtte fællesskabet skal frivillignetværket nurses i form af eksklusive muligheder, som kun tilbydes frivillige. En årlig tur til lossepladsen i Kenya kan evt. være en mulighed for de frivillige til selv at møde og opleve de børn, som de arbejder for – helt for deres egen regning! Selve organiseringen af rejsen til Kenya for de mange frivillige skal være organisationens måde at vise, at de frivilliges indsats værdsættes af 100 %. En sådan årlig tilbagevendende begivenhed for de frivillige vil give dem incitament, styrke sammenholdet på sigt og dermed kunne fastholde frivillige over en årrække. Den årlige begivenhed vil i høj grad skulle fortælles på sociale medier og visualiseres i form af billeder, som kan blive delt i netværk og hermed både skabe opmærksomhed omkring frivilligrekruttering samt sagen.

Sociale medier er et effektivt redskab til at understøtte rekruttering og fastholdelse af frivillige. Ved at oprette frivillignetværk på eksempelvis Facebook, hvor de frivillige vil kunne dele med deres netværk, at de om x-antal måneder drager til lossepladsen i Kenya for at møde de børn, som de arbejder for, vil betyde, at de frivilliges sociale netværk vil eksponeres for 100 % for børnenes arbejde og dermed sagen. Med frivillige som ambassadører for sagen, vil deres netværk i højere grad opfatte sagen 100% for børnene som troværdig. De frivilliges netværk kan herigennem blive rekrutteret som frivillig i 100 % med udsigt til, at de på et tidspunkt rent faktisk kan komme ned og se resultatet af deres frivilligindsats og møde børnene fra 100 % *live* i Kenya og dermed i højere grad føle et ejerskab og et ansvar for sagen fremadrettet.

8) Kontakt

Camilla Legendre (Fundraiser/projektkoordinator)
Email: cdw@100pct.org, tlf. +45 2515 9955

Camilla Nielsen-Englyst (Fundraiser/projektkoordinator)
Email: cne@100pct.org, tlf. +45 2972 3145