

DANMISSION  N

Danmissions
strategi for
engagement

Danmissions strategi for engagement

Intro.....	3
Bærende principper	3
Fem pejlemærker	5
1. Skabe flere handlingsfællesskaber drevet af "sagen"	5
2. Være flere mennesker	5
3. Øge omsætningen og bevare minimum 50% egenfinansiering.....	6
4. Udsende flere mennesker.....	7
5. Have mere kant og en skarpere offentlig profil	7

Danmissions strategi for engagement

Intro

Siden stiftelsen af Danmission i 1821 har det været et afgørende princip, at Danmission skal være et folkeligt forankret missionsselskab. Det direkte og levende engagement i arbejdet fra frivillige ildsjæle, medlemmer, kirker, menigheder, institutioner og andre, der bidrager med tid, arbejdskraft eller økonomiske bidrag er en af forudsætningerne for Danmissions virke overalt i verden.

Denne strategi for engagement udgør en samlet paraply for alle typer af aktiviteter indenfor kommunikation, branding, fundraising, oplysning, frivillighed og foreningsrelaterede opgaver, der tilsammen skal understøtte målet om at styrke engagement og folkelig forankring i Danmission. Strategien indeholder en række bærende principper samt fem strategiske pejlemærker med tilhørende indsatsområder, som efterfølgende vil blive udmøntet i konkrete aktivitetsplaner.

En vigtig præmis er, at engagement i Danmission altid skal være båret af "sagen" og ønsket om at støtte det fælles formål, sådan som det kommer til udtryk i *Danmissions missionssyn*, programstrategi og tilhørende landeprogrammer.

I *Danmissions missionssyn* står der: "Som missionsorganisation er det vores opgave at møde verden med evangeliet om Jesus Kristus i ord og handling, og vi arbejder derfor ud fra troen på, at der er håb, der er tilgivelse og der er liv." Formålet med denne engagementsstrategi er således at engagere endnu flere mennesker i at støtte udbredelsen af dette formål både i Danmark og udlandet.

Derfor skal der i alle engagementsaktiviteter fokuseres på at bygge bro mellem Danmissions internationale programarbejde og mulighederne for engagement i Danmark blandt medlemmer og frivillige.

Strategien vil blive taget op til revision en gang årligt, hvor den suppleres med en handlingsplan, der specificerer planer for de aktiviteter, der forventes igangsat.

Bærende principper

Engagement i Danmission kan antage mange former med den grundlæggende fællesnævner, at mennesker skal motiveres og mobiliseres til at støtte Danmissions formål ved at:

- Udbrede kendskabet til og tale for Danmissions sag
- Donere penge enten som privatpersoner eller kollektivt via en kirke, organisation eller anden interessegruppe
- Engagere sig i en aktivitet, der støtter arbejdet enten økonomisk eller indholdsmæssigt.

I den løbende udformning af aktivitetsplaner er det afgørende at have skarpt fokus på, hvilken type engagement der er det primære formål med en aktivitet.

Danmission skal fortsat være en medlemsbaseret, demokratisk organisation, hvor medlemmerne er den øverste myndighed via det årlige repræsentantskabsmøde, og hvor stiftsbestyrelserne er omdrejningspunktet i det lokale medlemsdemokrati og som vigtig drivkraft i lokale aktiviteter.

Engagement i Danmission skal først og fremmest være baseret på og motivere til frivillig indsats fra både medlemmer og andre, der ønsker at støtte Danmission med deres tid, arbejdskraft eller penge. Danmission skal bl.a. med hjælp fra lønnet arbejdskraft løbende søge at tilbyde de bedst mulige rammer for frivilligt engagement ud fra de ressourcer, der er til rådighed.

Bæredygtighed er en grundlæggende værdi for engagementsaktiviteter i Danmission. Det kommer til udtryk på mange måder, hvor disse tre former er de vigtigste:

- Danmission skal fremme ansvarlig og retfærdig forvaltning af klodens ressourcer. Det er omdrejningspunkt for mange projekter ude i verden, og i Danmark er Danmission Genbrug en vigtig platform for at sætte fokus på øget genanvendelse af varer og forbrugsgoder som et af de nemmeste og vigtigste bidrag til bæredygtig udvikling og forebyggelse af klimaforandringer
- Danmission skal fremme økonomisk bæredygtighed i engagementsaktiviteterne ved at sikre, at det økonomiske afkast er rimeligt i forhold til ressourcerne og det konkrete formål med aktiviteterne. Danmission må ikke tabe penge på aktiviteter, der først og fremmest har til hensigt at tjene penge til arbejdet
- Danmission skal fremme bæredygtige frivilligmiljøer ved at arbejde for, at de fleste engagementsaktiviteter, der er båret af frivillige, så vidt muligt kan hvile i sig selv og derigennem reducere afhængigheden af lønnet arbejdskraft til den grundlæggende planlægning, rekruttering og afvikling af aktiviteterne.

Partnerskaber er en central del af Danmissions måde at arbejde på ude i verden, og det skal også afspejles i arbejdet med engagement i Danmark. Hvor det er muligt og relevant, skal der etableres samarbejder, hvor man gensidigt bidrager til at opfylde

partnernes formål. Partnerskabet med Folkekirken på alle niveauer er vigtigt at fastholde og udvikle.

Engagement i Danmission har altid været båret af den personlige fortælling og det personlige møde på samme måde som missionen ude i verden er personlig og relationsbåret. Denne unikke, analoge kommunikationsform skal fortsat være bærende, samtidig med at den skal suppleres med optimal udnyttelse af moderne, digitale kommunikationskanaler, da de på sin egen måde tilbyder stærke muligheder for udsyn til og fra verden.

Fem pejlemærker

Med den nye strategi for engagement i Danmission vil vi:

1. Skabe flere handlingsfællesskaber drevet af "sagen"

Engagement i Danmissions sag skal være båret af, at man skal opleve, at man gør en forskel. Der skal altid være vedkommende temaer og opgaver, man kan være sammen om; ting man kan brænde for enten individuelt eller sammen med andre. På den måde tiltrækker vi flere aktive frivillige.

- Frivillighed: der skal udformes en samlet tilgang til frivillighed i Danmission for at styrke rammerne for frivilliges indsats og skabe forudsætninger for bæredygtige frivilligmiljøer
- Aktivisme: der skal være flere muligheder for at engagere sig i konkret handling indenfor lande, regioner, temaer og projekter i Danmissions programarbejde
- Fortalervirksomhed: der skal være flere muligheder for at engagere sig i fortalervirksomhed for Danmission, både analogt og digitalt – og gerne indenfor nye handlingsfællesskaber
- Genbrug: genbrugsbutikkerne er Danmissions største handlingsfællesskab og skal styrkes med nye måder og funktioner, hvor man kan yde et bidrag samtidig med at blive en del af et socialt fællesskab.

2. Være flere mennesker

Danmission skal tiltrække flere nye medlemmer og frivillige samt private og kollektive givere for at fastholde den folkelige forankring og det medlemsbaserede demokrati. Det er målet, at Danmission i 2025 skal have 2000 medlemmer (+400), 2300 frivillige i genbrugsbutikkerne (+300), 4500

private givere (+500) samt 500 kirker og institutioner som kollektive givere (+100)

- Danmission skal tiltrække nye og yngre målgrupper for at imødegå det naturlige frafald af medlemmer, frivillige og givere, der vil ske i de kommende år
 - Der skal være attraktive og alderssvarende tilbud om engagement og handling for 13-25årige for at give dem tilknytning til Danmission. Disse tilbud kan med fordel udvikles i partnerskab med relevante organisationer og institutioner
 - Pensionister udgør kernen af frivillige i alle Danmissions aktiviteter og vil også gøre det fremover. Derfor skal indsatsen styrkes for at tiltrække de kommende pensionister, allerede når de begynder at få mere overskud i alderen 50+
- Det levende medlemsdemokrati i Danmission skal fastholdes og udvikles ved at medlemskab af Danmission bliver en naturlig - men frivillig - del af at være engageret i organisationen
- Danmission skal udvikle nye måder at øge antallet af private givere, der loyalt fastholder deres støtte over længere perioder. Der skal være særlig fokus på, hvordan samarbejdet med Folkekirken kan bruges som løftestang til at styrke engagement hos enkeltpersoner.

3. Øge omsætningen og bevare minimum 50% egenfinansiering

Indenfor 3-5 år ønsker Danmission at nå en årlig omsætning på 135 mio. kroner, dels for at kunne styrke programmer, projekter og partnere ude i verden og dels for at gøre organisationen mere robust og slagkraftig til at løfte nye opgaver.

- Danmission skal fortsat være en indsamlingsbåret organisation, der målrettet udvikler nye måder at rekruttere og fastholde både private og kollektive givere for at bevare den høje grad af egenfinansiering, der sikrer uafhængighed
- Genbrugsbutikkerne er Danmissions største indtjeningskilde af frie midler og skal styrkes i den funktion. Der skal ske løbende udvikling af forretningsgrundlaget ved at styrke indtjeningen i eksisterende butikker, åbne nye butikker og ved at identificere nye forretningsområder, der kan skabe nye indtjening og nye muligheder for at engagere sig

- Danmission skal finde nye måder at tjene penge på ved at udforske innovative partnerskaber med private og offentlige aktører, der både kan skabe nye muligheder for engagement, kontakt til nye målgrupper og adgang til nye finansieringskilder.

4. Udsende flere mennesker

Mødet med mennesker og kulturer ude i verden er en af de stærkeste drivkræfter for engagement i Danmission. Derfor skal der indenfor 1-2 år udvikles og afprøves nye måder at udsende flere mennesker til Danmissions programarbejde i udlandet.

- Der skal være flere muligheder for at arbejde frivilligt i Danmissions programarbejde i udlandet i tidsafgrænsede perioder
- Der skal være flere muligheder for at sætte sin uddannelse eller faglighed i spil og samtidig styrke egne kompetencer, mens man yder et konkret bidrag til Danmissions projekter og partnere i udlandet i en kortere eller længere periode
- Der skal være flere initiativer, der integrerer engagement og programarbejde ved at involvere relevante personer og grupper i samskabelse, uddannelse, oplysning eller lignende til gavn for det fælles formål for Danmission og partnere i Danmark og udlandet
- Der skal fortsat være en bred vifte af muligheder for korttids-ophold, udveksling og besøg hos Danmissions projekter og partnere som led i engagement og fortalervirksomhed.

5. Have mere kant og en skarpere offentlig profil

En organisation med et positivt image og en stærk offentlig profil er langt mere attraktiv at engagere sig i. Derfor skal der hvert år ske en løbende intensivering og optimering af indsatsen for at øge det generelle kendskab til Danmissions arbejde og styrke den positive opfattelse af Danmission blandt vigtige stakeholders.

- Danmission skal løbende sikre proaktiv kommunikation af centrale værdibærende budskaber på tværs af programmer og projekter overfor relevante stakeholders for derigennem at blive en stærk stemme i den offentlige debat, styrke det brede kendskab til Danmission og styrke grundlaget for at skabe engagement

- Der skal skabes større bevidsthed og synlighed omkring de samfundsgavnige resultater af Danmissions arbejde. For alle programmer og projekter i Danmission skal det så vidt muligt formuleres, hvordan aktiviteter, partnere, og deltagere bidrager konkret til at gøre en synlig og målbar forskel for geografiske områder, befolkningsgrupper eller enkeltpersoner
- Danmission skal bruge sin egen fortalervirksomhed som katalysator og primær kanal for en skarpere offentlig profil. Alle personer, der agerer som fortalere for Danmission, skal rustes til at fortælle om, hvordan aktiviteterne bidrager til at gøre en synlig og målbar forskel.

Godkendt af Danmissions bestyrelse den 16. juni 2022