

GENTOFTE KOMMUNE OG UNICEFS SAMARBEJDE:

BØRN er UNICEFs absolutte fokusområde. Udsatte børn, underernærede børn, syge børn, misbrugte børn, krigsramte børn og børn hvis liv bliver slået i stykker af katastrofer. I det hele taget hjælper UNICEF børn, der lider. ALLE børn har ret til at være sunde, raske og trygge, og dét kæmper vi for på deres vegne.

Som UNICEF By bliver kommunen UNICEF By i et helt kalenderår for at støtte den gode sag, men også fordi det er en rigtig god måde at lære kommunens børn og unge om UNICEFs arbejde på og til at give dem en forståelse for de vilkår, som børn vokser op under andre steder i verden. Samtidig er det også en god mulighed for at sætte Gentofte på landkortet, for at give borgere og besøgende en række gode oplevelser – og ikke mindst for at samle hele kommunen om et fælles projekt.

Gentofte Kommune har valgt at støtte ”For børn i Grønland- venskab og fællesskab på tværs af kultur og sprog” som p.t. er arbejdstitlen. Kommuner vælger et konkret UNICEF-projekt i et specifikt land eller at støtte et af UNICEFs indsatsområder, som f.eks. uddannelse eller sundhed. Se mere om UNICEFs indsatsområder her: <https://www.unicef.dk/unicefs-indsatsomraader>.

Kommunens aktiviteter vil normalt bestå af en række større og mindre aktiviteter med fokus på kommunens udvalgte UNICEF arbejde. Typisk bliver biblioteket en UNICEF-ambassade, hvor man finder en masse spændende materiale om projektet.

Hvilken betydning kan det have for Gentofte at være UNICEF By?

Gentofte har en mulighed for at skabe et fællesskab på tværs af mål- og aldersgrupper og for at styrke samarbejde på tværs af afdelinger i kommunen og danne nye relationer på tværs af sektorer. Alle målgrupper kan sættes i spil: borgere, kommunalbestyrelsen, skolevæsenet, bibliotekerne, virksomhederne, lokale ambassadører, pressen, kulturliv. Som UNICEF By handler det om at skabe opbakning lokalt i kommunen og styrke fællesskabet omkring en fælles sag, der handler om at hjælpe udsatte børn i verden.

1. Læring i skoler og dagtilbud

- Alle børn i kommunen kan arbejde med børns rettigheder og UNICEF-projekt/tema på et niveau svarende til børnenes alder.
- Alle børn kan opleve, at de bidrager til at udbrede kendskabet til børns forhold i et land, der på mange områder adskiller sig fra det land, de selv bor i.
- Dagtilbud og skoler kan med deres arbejde bidrage til, at børn i alle aldre inddrages i projekt UNICEF By og føler, at de med deres indsats gør en forskel for børn og dermed mærker, at de er en del af fællesskabet i Gentofte Kommune.

2. Skabe synlighed

- UNICEF By kan blive markant synlig i det offentlige rum: i handels-, erhvervs- og foreningsliv, kommune og private samt i forbindelse med alle arrangementer og aktiviteter i kommunen.
- Lokale og regionale medier kan inddrages i projektet og formidle kendskab til UNICEF-projekt/tema, læringen i forhold til skoler og institutioner og dække og deltage aktivt i indsamlingsaktiviteterne.
- UNICEF By kan generere kendskab og opmærksomhed hos alle kommunens borgere og mulighed for, at budskabet også når ud regionalt og nationalt.

3. Indsamling til UNICEF

- Kommunen sætter et indsamlingsmål typisk på min. 1-1,5 mio. kr. til projekt/tema. Gentofte Kommune har sat det beløb på 2 mio. kr. Alle i kommunen skal være med til at samle pengene ind: handels-, erhvervs- og foreningsliv, institutioner, kommune og private.
- Kommunen samler ind i fællesskab. Indsamlingsaktiviteterne må gerne ske på tværs af de traditionelle samarbejdsflader. UNICEF By skal skabe nye relationer og fællesskaber.

UNICEFS FORVENTNINGER TIL GENTOFTE

- At UNICEFs arbejde bliver formidlet og at alle fra unge til gamle bliver aktiveret og engageret.
- God presseomtale af byen
- Indsamle penge til UNICEFs arbejde – og ønsker at konkurrere med forrige byers indsamlinger ☺
 - Frederiksberg Kommune er hidtil den kommune, der har indsamlet flest penge: 1,84 mil. Kr.
 - Odense: 1,60 millioner kr.
 - Hillerød: 1,65 millioner kr.
 - Herning: 1,4 millioner kr. (2015)
 - Helsingør 1,25 millioner kr.
 - Ringsted 1,1 millioner kr. (2016)
- At skolerne aktiveres og at man derigennem når ud til danske børn og formidler Børnekonventionen til dem, gør dem passionerede omkring børns rettigheder på globalt plan og skaber spredningseffekt i hjemmet og i indsamlingsaktiviteter.
- Se på muligheder for at skabe en kobling mellem skoleaktiviteter og erhverv.
- En kommune, der er entusiastisk omkring at være UNICEF By og støtter det ved at dedikere projektfolk og styre- og arbejdsgrupper.
- Arbejder på også at aktivere virksomheder.
- Skabe nye leads i erhvervssamarbejde, der starter med udgangspunkt i kommunen, men som kan vokse til større strategiske projekter, der strækker sig over flere år og er relevant for virksomheden nationalt og/eller internationalt.
- Konvertere nye donorer fra borgere til at blive regulære donorer til UNICEFs arbejde.

GENTOFTES ROLLE

- Tildele de rette ressourcer til at have 1 projektleder og 1 event manager i kommunen dedikeret til at løfte UNICEF By.
- Oprette de relevante styregrupper, arbejdsgrupper og kommunikations-og aktivitetsplaner.
- Implementeringen og drivkraften er kommunens rolle. Det er kun kommunen og de lokale folk, der kan få ideerne til at blive til "levende projekter".

- Få det lokalt forankret, og forsøg så vidt muligt at engagere på tværs af målgrupper og at skabe koblinger, hvor det er muligt
- Få inddraget de rigtige ildsjæle, stærke netværkspersoner og indflydelsesrige folk, der kan få sat ting i gang. Her er det *lokale ambassadørkorps* et vigtigt element til at kunne skabe lokale forankring:
 - For at løfte bredt er det vigtigt ikke kun at have kultur-, idræts- og foreningslivet med – men i høj grad også erhvervsfolk.
 - Forventningsafstemme at ambassadørerne ikke kun er idefolk, der genererer ideer, som projektgruppen så skal udføre og realisere, men at de også selv skal være udførende.
 - Kendis: Omtale og tiltrækningskraft til events.
 - Erhvervsfolk: kontaktperson til netværket. God ide at aftale beløb, som de enkelte ambassadører som minimum skal indsamle. *Eksempelvis biografdirektøren som sælger en premierebillet til fordel for UNICEF.*
 - Ildsjæle: Godt netværk og interesse i at arrangere fundraising-aktiviteter, har erfaring i at få aktiviteterne ideudviklet og gennemført.
- Drivkraft i at få budskabet ud og skabe en synlighed, der sætter fokus på dette fælles projekt
- Ideer og initiativer drevet af lokale folk
- Idegeneratorer fra bottom-up til top-down
- Aktivering af skolerne, som selv udfolder ideer og indsamlingsevents