FDF Handlingsplan 2009-2010

Baggrund for handlingsplanen

FDFs Vision 2015: "FDF er synligt, folkekirkeligt børne- og ungdomsarbejde med livsvigtige fællesskaber og meningsfyldte aktiviteter."

Frivilligt Drenge- og Pige-Forbund, FDF

Afsættet for Handlingsplan 2009-2010 er FDFs vision. Det er derfor målsætningen, at alle visionens fire søjler er repræsenteret i handlingsplanen, og at den fokuserer på et antal afgrænsede aktiviteter, der kan understøtte Vision 2015.

Handlingsplanen er et udtryk for en prioritering af FDFs indsats i de kommende år, og peger på udvalgte punkter, hvor FDF som landsforbund kan gøre en forskel ved hjælp af en målrettet indsat, og hvor det er realistisk at forvente, at forskellen kan mærkes allerede efter to år. Den, der vil nå det hele, når som regel ingenting.

Udgangspunktet for handlingsplanens aktiviteter er tre indsatsområder:

A. FDF møder lederen
Lederen er en væsentlig forudsætning for FDFs arbejde. Her fokuserer handlingsplanens aktiviteter på uddannelse af lederne. Der tænkes ikke blot på den klassiske lederuddannelse, men også på begreber som motivation, anerkendelse og personlig dannelse af lederne, der alle bidrager til at opfylde visionen om livsvigtige fællesskaber.

B. FDF møder børn og unge
Børn og unge er omdrejningspunktet for vores FDF-arbejde. Her er overskriften for handlingsplanens aktiviteter "Mødet". Hvordan, hvorfor og med hvad, møder vi børn og unge i FDF for at nå visionen om meningsfyldte aktiviteter?

C. FDF møder omverdenen
Omverdenen er alt det, der findes omkring vores FDF-arbejde - både forældre, kirken, politikere, medier og samarbejdspartnere. Her er identitet omdrejningspunktet for handlingsplanens aktiviteter, da der er et stort behov for at få identificeret og kommunikeret vores værdier og særlige FDF-identitet til en større del af omverden, så vi opfylder visionens mål om synlighed.

FDFs formål
På tværs af de tre indsatsområder ligger FDFs formål, der er funderet i folkekirken. Vores formål danner afsæt for lederen (den personlige tro), børn og unge (forkyndelsen) og omverdenen (FDFs relation til den danske folkekirke). Derfor er de konkrete aktiviteter i handlingsplanen, der er relateret til visionens mål om at være et folkekirkeligt børne- og ungdomsarbejde, tænkt med under alle de tre overordnede indsatsområder.

Handlingsplanens opbygning
Under hvert af de tre indsatsområder er der formuleret et strategisk mål. Disse strategiske mål realiseres gennem i alt syv konkrete aktiviteter. De syv konkrete aktiviteter præsenteres og følgende faktorer beskrives: Hvilket behov opfyldes med aktiviteten, hvilken målgruppe rettes aktiviteten mod, hvilken kvalitet ønskes, hvilket omfang sigtes der mod (hvor dette er målbart), og hvad er tidsplanen?

FDF møder lederen

Strategisk mål:
Realiseringen af visionen kræver, at FDFs ledere føler sig motiverede og klædt på til FDF-arbejdet. Det kræver, at lederne i FDF skal mødes med relevant og tidssvarende lederuddannelse, der ruster dem som mennesker, ledere og forkyndere i FDF. Det skal defineres, hvad vi vil med FDFs lederuddannelse, så den bliver et element i FDFs medlemsstrategi, der skal tiltrække og fastholde en kompetent lederstab. I strategien skal indgå en plan for, hvordan lederne motiveres og anerkendes, og hvordan vi sikrer, at lederne også deltager i lederuddannelsen.

1. Uddannelsesmateriale

FDF udarbejder nye materialer til brug for FDFs lederuddannelse. FDFs lederuddannelse skal være attraktiv, tidssvarende og vedkommende, så lederne oplever den som relevant og derved motiveres til at deltage. Vi skal aktivt formidle de muligheder, som FDF skaber for nuværende og kommende ledere og de kompetencer, de opnår.

Relation til Vision 2015: Ledernes engagement er afgørende for udvikling og vedligeholdelse af livsvigtige fællesskaber, meningsfyldte aktiviteter og vedkommende forkyndelse.

Behov: FDFs lederuddannelsesmateriale trænger til en revision, så det matcher tiden og svarer til de udfordringer, FDFs ledere møder. Samtidig er deltagelsen i lederuddannelsen bekymrende lav.

Målgruppe: Ledere i FDF. Der skal særligt satses på de unge, der skal have relevante værktøjer og kunne se relevansen af at deltage i frivilligt arbejde i FDF.

Kvalitet: Erfaringer fra landsdelene og FDFs kurser skal analyseres, og der skal tænkes både i indhold og form.

Omfang: Selve materialet skal være tilgængeligt på FDF.dk og behøver ikke at være færdigt på én gang.

Deadline: Igangsættes forår 2009 og første del skal være færdig efter et år.

2. Inspirationsbilen

FDF har gennem årene udviklet rigtig meget godt og spændende aktivitets- og forkyndelsesmateriale, der blot trænger til at blive præsenteret. FDF indretter et mobilt inspirationsbibliotek med idéer og materiale til kredsens aktiviteter og forkyndelse og sender det rundt i landet for at møde og inspirere ledere til arbejdet.

Relation til Vision 2015: Det mobile inspirationsbibliotek skal inspirere FDFs ledere til fortsat at lave meningsfyldte aktiviteter og forkyndelsesformer.

Behov: Der er behov for at give en håndsrækning til de ledere, der skal åbne og bruge både nyt og eksisterende idémateriale.

Målgruppe: Ledere i FDF.

Kvalitet: løjnefaldende bil eller trailer

Omfang: Tiltaget skal nå rundt i alle landsdele.

Deadline: Forår 2010.

FDF møder børn og unge

Strategisk mål:
Realiseringen af visionen kræver, at lederne møder børn og unge med et tidssvarende og relevant tilbud. Mødet er krumtappen i FDF, og det skal konstant prioriteres og udvikles. FDF igangsætter projekt "Det gode møde", der skal definere, hvad vi vil med mødet med børn og unge og vise nye veje i FDFs kredsarbejde - både for mødet mellem børn og voksne og i de konkrete aktiviteter.

3. Projekt "Det gode møde"

Som en udløber af projekt "Det Gode Møde" udarbejder Landsforbundet et idémateriale, nye mærkeforslag og et koncept til brug for både kredse, landsdele og landsforbund.
En række af Landsforbundets eksisterende materialer tænkes ind i projektet, f.eks. ved at samkøre databaser. Lederne skal opleve, at de får hjælp til det daglige arbejde.

Relation til Vision 2015: Projektet skal synliggøre FDF som en børne- og ungdomsorganisation, der skaber livsvigtige fællesskaber, og skal samtidig fremme FDFs arbejde med at udvikle spændende og anderledes møder som en del af de meningsfyldte aktiviteter.

Behov: Vi har brug for at få udviklet mødet samt sikre og understøtte kvaliteten i arbejdet i alle kredse til alle møder.

Målgruppe: Kredsens ledere.

Kvalitet: Projektet skal - når det er udviklet og igangsat - være selvkørende med eget forum og fortsat idéudvikling på FDF.dk.

Omfang: Det er målsætningen, at halvdelen af alle kredse skal have taget de nye koncepter og materialer i brug inden november 2010.

Deadline: Projektet skal være færdigt til start januar 2010 og ny start igen til august 2010. Projektet kan evt. tænkes sammen med forberedelserne til den kommende landslejr.

4. Projekt "LEG"

Legen er en fantastisk og værdifuld måde at møde hinanden og etablere fællesskaber på. Den udvikler både børn, unge og voksne og indeholder noget af det bedste i FDF. FDF sætter fokus på legen som møde- og samværsform og tager i den forbindelse en række nye initiativer, f.eks. en landsdækkende event, der kunne gøres tilbagevendende (en slags "FDF-dag").

Relation til Vision 2015: Projektet skal være med til synliggøre FDFs menneskesyn og FDF som et børne- og ungdomsarbejde med meningsfyldte aktiviteter.

Behov: FDF har en guldgrube af lege og erfaringer, der blot skal aktiveres. Vi vil være kendte for at være kreative og fantasifuldhed, bruge legen som en aktivitet og for at have en holdning til leg.

Målgruppe: Kredsenes ledere.

Omfang: Målet er, at 10 procent af kredsene vil være spydspidser i projektet og trække op til 25 procent af kredsene med sig.

Deadline: Projektet kan evt. indgå i sæsonstart 2010

FDF møder omverdenen

Strategisk mål:
FDF har behov for at positionere sig stærkere i folks bevidsthed med udgangspunkt i en stærk identitet. Derfor skal der laves en strategi for FDFs kommunikation med vores omverden, både i relation til pressen og andre interessenter. Strategierne skal definere målgrupperne og være afsæt for konkrete kommunikationsaktiviteter.

5. Kommunikationsstrategi

FDF udarbejder en intern og ekstern kommunikationsstrategi med forslag til konkrete handlinger til brug for såvel kredse som landsforbund.

Relation til Vision 2015: Strategierne skal tydeliggøre, hvordan FDF kommunikerer, så vi i større grad er i stand til klart og tydeligt at synliggøre FDFs arbejde.

Behov: FDF har behov for at positionere sig stærkere i folks bevidsthed.

Målgruppe: Landsforbundets egne medarbejdere og udvalgsfolk med kommunikationsopgaver, landsdelenes og kredsenes PR-medarbejdere.

Omfang: Strategierne skal være egnede redskaber med konkrete anvisninger til målgruppen og kunne danne grundlag for moduler på kurser og i øvrigt være tilgængelig for hele målgruppen.

Deadline: Juni 2009.

6. Informationsmateriale

Som en udløber af kommunikationsstrategierne udarbejder FDF et nyt informationsmateriale om FDFs formål, værdigrundlag, arbejdsform mm. FDFs formål er formuleret for mange år siden, og der er behov for, at det bliver forklaret i et moderne og ligefremt dagligdagssprog. Vi skal formulere, hvem vi er, og hvad vi vil – både som forbund og som kreds. Materialet kan tænkes i moduler, så det bliver fleksibelt og brugbart for den enkelte kreds.

Relation til Vision 2015: Udgivelsen skal være med til at fastholde interessen for FDFs formål og fremme, at FDF fremstår som en attraktiv fritidsaktivitet for børn og unge.

Behov: Vi har ikke noget materiale, der præsenterer FDFs formål.

Målgruppe: Forældre, kommunale samarbejdspartnere mm.

Kvalitet: I flot kvalitet. Den skal kunne holde til og med landslejren i 2011.

Omfang: 10.000 stk.

Deadline: Offentliggøres i august 2009

7. Debatoplæg om FDF og folkekirken

Som en udløber af kommunikationsstrategierne tager FDF, eventuelt i samarbejde med andre, initiativ til at udgive en debatfolder om forholdet mellem børn, unge, sogn og kirke. Temaet er, hvordan børn & unge møder folkekirken, og hvordan folkekirken møder børn & unge.

Relation til Vision 2015:	Udgivelsen skal være med til at sætte dagsordenen i debatten om vores fælles folkekirke og positionere FDF som et synligt folkekirkeligt børne- og ungdomsarbejde.
Behov:	FDF ønsker at være anerkendt som en synlig debattør og medspiller i det folkekirkelige miljø.
Målgruppe:	Kirkeligt interesserede og beslutningstagere.
Kvalitet:	Udgives i form af pamfletter.
Omfang:	2.000 stk.
Deadline:	Efterår 2009.