**Ansøgningsskema til CISUs Oplysningspulje**

**A. Basale informationer om samarbejdspartner**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | The Light of Miracle (partner organisation i Tanzania) | | | |
| Adresse | Tanzania, Bagamoyo, Box 202 | | | |
| Telefon |  | E-mail | thelightofmiracletz@gmail.com | |
| Hjemmeside |  | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | | Instagram @the\_light\_of\_miracle\_org |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | Swahilihuset | | | |
| Adresse |  | | | |
| Telefon |  | E-mail | geesalehdk@gmail.com | |
| Hjemmeside | http://swahilikitchen.dk/ | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | | Facebook <https://www.facebook.com/swahilikitchendk/?fref=ts>  Instagram @swahilihuset |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Navn på *samarbejdspartner*** | KIBY, Kulturhuset Indre By | | | |
| Adresse | Charlotte Ammundsens Plads 3, Kbh K | | | |
| Telefon | 6163 3849 | E-mail | [ge0u@kk.dk](mailto:ge0u@kk.dk) | |
| Hjemmeside | https://kulturhusetindreby.kk.dk/ | Evt. Facebook, blog, Youtube kanal, Flickr etc. | |  |

*Hvis der er flere samarbejdspartnere (fx sydpartner, andre foreninger, uddannelsessteder, virksomheder, medier eller forskningsinstitutioner), skal der udfyldes en boks med basale informationer om samtlige samarbejdspartnere. Hvis der ingen partnere er, kan boksen slettes.*

**B. Aktiviteten**

1. **AKTIVITETEN. Giv en kort beskrivelse af det I søger om støtte til**
   1. *Hvad er formålet med aktiviteten?*
   2. *Hvorfor er det vigtigt? Og hvorfor skal den realiseres nu?*
   3. *Hvad består aktiviteten af?*
   4. *Hvis oplysningsaktiviteten ikke skal foregå på dansk skal det beskrives hvorfor, og hvordan I vil nå målgruppen for aktiviteten.*
   5. *Hvordan hænger aktiviteten sammen med foreningens øvrige arbejde og projektrelateret informationsarbejde (2% PRI-midler)?*
   6. *Hvordan inddrager I erfaringer fra eventuelle tidligere oplysningsaktiviteter?*
   7. *Er der tale om en oplysningsaktivitet, der før har været gennemført af foreningen? Hvis ja, hvad har man lært i foreningen og hvad påtænker man at gøre anderledes i forhold til sidst?*

|  |
| --- |
| *1.1*  *Formålet med aktiviteten er, at oplyse en dansk målgruppe om vores forening, vores partner i Tanzania, vores indsatser i Tanzania samt tanzaniansk kultur. Vi vil gerne skabe et større engagement omkring vores forenings formål, herunder at forbedre marginaliserede gruppers levevilkår. Konkret er aktiviteten et forsøg på at udvikle et festivalskoncept, hvor vi vil showcase entrepenørskab fra det østlige og sydlige Afrika. I første omgang vil dette ske ved at arrangere en række koncerter med up-and-coming kunstnere fra Tanzania med et særligt kulturelt udtryk. Da kunsterne og de genrer de repræsenterer, ikke nødvendigvis er velkendte i en dansk kontekst, vil vi bruge kendte danske kunstnere til at motivere folk til at komme.*  *1.2*  *Rising Hope støtter marginaliserede grupper, oftest dem som overses i internationale og nationale udviklingsstrategier. Aktuelt er vi i gang med en indsats for kvindelige stofmisbrugere i Tanzania under en bevilling fra CISU og vi har taget første skridt hen imod et nyt projekt med en ny partner i Tanzania, hvor målgruppen er sexarbejdere. Vi mener det er vigtigt at oplyse danskerne om vores arbejde og indsatser, for at få støtte, engagement, flere frivillige og samarbejder med aktører i DK.*  *Tanzania er Danidas ældste udviklingspartnerland og vi har en stor tilknytning til landet. Derfor vil vi gerne udbrede kendskabet til landets kultur i Danmark. Det skal realiseres nu, mens der stadig er vejr til at afholde nogle af aktiviteterne udenfor. Derudover er vi snart halvvejs med vores aktuelle indsats med The Light of Miracle og er igang med at søsætte en ny indsats med en ny partner. Derfor mener vi, at tidspunktet er godt.*  *Herudover erfarer vi, at der er mindre fokus på det østlige og sydlige Afrika, når det kommer til kulturudtryk og events med Afrika i fokus. Vi ser derfor et vakuum, som vi kan udforske og udnytte, da vi samtidig mener at der er en interesse.*  *1.3*  *D. 24/9-2022 kl. 16-23 afholder Rising Hope sammen med vores partner The Light of Miracle, Swahilihuset i Danmark og Kiby et event, som har til formål at oplyse om vores forening, indsatser og tanzaniansk kultur. Oplysningen vil primært være på dagen, men i ugerne optil og efter dagen vil vi gennem sociale medier nå en større del af befolkningen. Eventet hedder ’Bonanza’, som på swahili ofte bruges som udtryk for festival eller fest, og derfor passer godt med hvordan vi ser konceptet.*  *På selve dagen vil der være følgende aktiviteter:*   * *Workshop i trommer og dans fra Tanzania* * *Mad fra Tanzania* * *Flere Live opkald med video til vores partner i Tanzania* * *Taler fra projektledere om vores indsatser i Tanzania og forening i Danmark* * *Kunst udstilling fra kunster fra Tanzania* * *Liveoptræden fra de danske kunstnere JJPaulo og Kaka, som har rødder i Tanzania* * *Liveoptræden fra to kunstnere fra Tanzania som vi aktuelt er ved at søge visum til* * *På dagen vil der blive fremstillet en professionel video, som vi kan bruge efterfølgende til oplysning*   *På dagen vil Rising Hope informere om vores arbejde og indsatser men også søge at engagere folk i vores forening som frivillige eller samarbejdspartnere eller medlemmer.*  *Gennem madsalg og billetsalg vil vi søge at dække udgifterne til eventet, og hvis der genereres et overskud, vil det blive anvendt til foreningens formål.*  *1.4*  *Sproget vil hovedsageligt være dansk, da målgruppen, som er deltagerne på dagen, er dansktalende. Men for at fremme vores formål med at showcase tanzaniansk kultur, vil der også blive talt swahili. Når vi sender Live fra Tanzania, vil det også foregå på swahili, og her vil vi oversætte til dansk til publikum.*  *Promovering på sociale medier vil være på dansk og engelsk.*  *1.5*  *Vi oplyser løbende gennem vores hjemmeside og sociale medier om vores arbejde i Tanzania og Danmark, men med et event som dette skaber man en nyhedsværdi, et happening, som kan tiltrække ekstra opmærksomhed - og opmærksomhed fra nogle som ellers ikke ellers ville have hørt om os.*  *Vores aktiviteter i Rising Hope drives i høj grad af frivillige og det samme vil gøre sig gældende til eventet, så det er også en måde at ”fejre” frivillighed og civilsamfund.*  *1.6*  *Vi har efterhånden god erfaring med brugen af sociale medier til oplysning og til at engagere folk, disse erfaringer tager vi med os til planlægning af og oplysning om dette event. Vi har deltaget ved lignende events, fx for nyligt Couleur Café på Skt Hans torv. Erfaringer herfra er, at vi kortfattet skal kunne fortælle de mest centrale budskaber om vores arbejde og engagere vores følgere. Derudover har vi i september 2021 afholdt et lignende event, som var vores første event, hvor vi gjorde os mange erfaringer om blandt andet koordinering af frivillige, budgettering og logistiske aspekter.*  *1.7*  *Vi afholdte i september 2021 et lignende event, som var vores første og derfor var i form af pilot. Formålet var primært fundraising, men vi erfarede, at det er svært at skabe et særligt stor overskud til et event, hvor der er mange omkostninger. Vi erfarede dog, at et event er en god måde at oplyse om vores arbejde på, fordi man når ud til folk, som man ellers ikke ville. Derfor er oplysning det primære formål med vores event i år. Fundraising er således et sekundært formål og ikke et kriterie, der absolut skal opfyldes - vi søger blot at gå i nul.*  *Ved sidste event gjorde vi i Rising Hope alt selv og brugte kontakter til at få dækket opgaver som teknik, scene, lys, lyd, mad, remedier, reklame mm. Vi erfarede, at det var enormt ressourcekrævende for os, og vi derfor ikke fik prioriteret oplysning op til og på selve dagen så meget, som vi ønskede. Derfor har vi i år indgået samarbejde med Kiby, hvor mange af de store opgaver klares. Det gør, at vi kan fokusere mere på at oplyse om vores arbejde og forening.*  *Ved sidste event, havde én person for meget ansvar, i år skal det uddelegeres mere.*  *Vi skal have flere frivillige end ved sidste event. Og organisering af dem og deres opgaver skal foregå før selve dagen.*  *Vi fik meget positiv feedback sidste år, fordi der var en rød tråd i vores arrangement i og med, at Tanzania var et centralt og gennemgående tema. Det vil vi gøre igen, men med endnu mere.* |

1. **SUCCESKRITERIER. Beskriv konkret hvad I vil opnå med aktiviteten**
   1. *Beskriv de kriterier der skal være opfyldt for, at I har nået jeres mål med aktiviteten.*
   2. *Hvordan vil I måle om succeskriterierne er opfyldt?*

|  |
| --- |
| *2.1.*  *Målet er at oplyse borgere i Danmark om vores forenings formål og indsatser i Tanzania, herunder vores samarbejdspartner i Tanzania og deres daglige arbejde og udvikling. Dette både gennem promovering op til eventet, samt til selve eventet og efterfølgende delinger af højdepunkter fra artister og deltagere. A: 200 mennesker deltager mellem kl. 16-19 og 300 mennesker fra kl. 19-23. B: Gennem promovering før, under og efter eventet søger vi at nå ud til 200.000 mennesker.*  *C: Derudover søger vi gennem salg af mad og indgangsbillet på dagen at få dækket udgifter til eventet og evt. også lave et lille overskud, som vi kan anvende til foreningens formål.*  *D: Flere mennesker skal kende til og være engageret i vores forenings arbejde og vores festivalskoncept.*  *2.2.*  *Mål A om deltagere fra 16-19 kan tælles på dagen. Deltagere 19-23 kan måles gennem billetsalg.*  *Mål B om at nå ud til 200.000 mennesker, kan måles gennem aktivitet på Facebook, Instagram og vores hjemmeside.*  *Mål C om at få dækket udgifter kan måles gennem regnskab efter eventet*  *Mål D kan måles med sociale medier (nye og engagerede følgere osv.); nye medlemmer; nye frivillige mv.* |

1. **LÆRINGSMÅL. Opstil de læringsmål I har for aktiviteten**
   1. *Hvad ønsker I som forening at blive klogere på med aktiviteten? (Hellere få konkrete og realiserbare mål end mange ufokuserede mål, der ikke er realiserbare).*
   2. *Hvordan vil I sikre opsamling og videndeling fra aktiviteten i jeres forening? Og hvem er ansvarlig?*

|  |
| --- |
| *3.1.: A: Om der er opbakning og interesse til vores festivalkoncept. B: Om vi kan skabe engagement blandt en ny og anderledes målgruppe; C: Om vi kan definere en god relation mellem vores forening og et festivalkoncept og om målgruppen kan forstå den*  *3.2.: Vi kan bede om feedback på sociale medier og ved at invitere til fokusgruppediskussioner. Planlægningsgruppen til eventet vil være ansvarlige for denne opfølgning.* |

1. **MÅLGRUPPE. Beskriv hvem aktiviteten primært henvender sig til**
   1. *Hvem er det vigtigst, at I får i tale med aktiviteten? (Vær gerne meget specifik i jeres beskrivelse af målgruppen og om der er særlige hensyn til den).*
   2. *Hvordan appellerer særligt I til den målgruppe?*
   3. *Hvad skal målgruppen have lært af aktiviteten?*

|  |
| --- |
| *4.1.: Ressourcestærke unge mellem 21-35*  *4.2.: Aldersgruppen appellerer vi til gennem de kunstnere, som kommer på dagen og optræder samt deres følgere på Sociale Medier. Vi reklamerer om eventet ved også at italesætte det som fundraising, så dem der tiltrækkes eventet, er dem som har et lille overskud.*  *4.3.: Målgruppen skal have lært om vores forening, hvordan man bliver en del af den, vores indsatser i Tanzania og partnere. Derudover få en indsigt i tanzaniansk kultur.* |

1. **TEMAER. Beskriv hvordan I arbejder med de fire punkter nedenfor** (hvis I gør det)
   1. *Hvordan inddrager I jeres partner i Syd planlægning og gennemførelse af aktiviteten?*
   2. *Hvordan fortæller I om de strukturelle årsager til fattigdom og ulighed?*
   3. *Hvordan indgår FN’s Verdensmål i jeres aktivitet?*
   4. *Hvordan arbejder I med løsningsorienterede og konstruktive vinkler på jeres budskaber?*

|  |
| --- |
| *5.1.: Vi vil lave flere live video opkald med vores partner under begivenheden. Op til begivenheden vil de to kunstnere fra Tanzania besøge centeret i Bagamoyo Tanzania og møde vores partner og se vores arbejde. Det besøg vil også blive filmet og anvendt i promoveringen.*  *5.2.: Der vil være en stand, hvor Rising Hope repræsentanter informerer om vores arbejde, hvor der også vil informeres om vores syn på strukturelle årsager til fattigdom og ulighed. Gennem talerne på scenen vil vi også fortælle om det, i forhold til vores indsatser. Misbrugsbehandling for kvinder afhængige af stoffer eller alkohol er ringe prioriteret i Tanzania, grundet stigma mod målgruppen og ulighed mellem kønnene. At misbrugsbehandling ikke prioriteres har flere konsekvenser for lokalsamfundene og fattigdom.*  *5.3.: Mål 8 indgår i vores aktivitet idet festivalkonceptet vil have entreprenørskab i fokus. Der vil også være særligt fokus på Verdensmålet 5 med Ligestilling mellem kønnene.*  *5.4. Ikke noget særligt at tilføje her i forhold til vores event.* |

1. **PLANLÆGNING. Skriv gerne i punktform (tids)planen for gennemførelse af aktiviteten**
   1. *Tidsplan for aktiviteten*
   2. *Hvilken grad af frivilligt engagement og bidrag forventer I?*
   3. *I hvilket omfang vil det være nødvendigt at aflønne?*
   4. *Beskriv aftaler med Syd-partner og evt. andre organisationer i Danmark om aktiviteten.*

|  |
| --- |
| *6.1.: Vi er aktuelt startet med planlægningen og har kontaktet kunstnere. Vi er i gang med visum process for udenlandske kunstnere. To uger inden dagen for selve eventet starter vi promovering gennem Facebook og Instagram, samt tager kontakt til medier. Eventet er d. 24/9-2022 i tidsrummet 16-23. Mellem 16-19 vil der være workshops, taler, live video opkald med vores partner. Mellem 19-23 vil der være koncerter med entre. Vi arbejder på at finde en venue til en efterfest, hvor vi samarbejder med en partner ift. Afholdelsen af denne.*  *6.2.: Vi oplevede større opbakning end forventet ved vores første event i september 2021 og derfor forventer vi en høj grad af frivilligt engagement. Den primære hjælp fra de frivillige består i at tale med deltagerne, sørge for kunstnere og andre deltagere, samt frivilligpleje. Vi forventer en frivilliggruppe på 15 personer. Vi afholder det i Indre By Kulturhus, hvorfor lyd/teknik, servering af mad og drikke osv håndteres af de ansatte på stedet.*  *6.3.: Det bliver ikke nødvendigt at aflønne nogle direkte. Vi har dog aftalt en pakkepris med kulturhus, hvoraf del af prisen går til aflønning. Kunstnerne har desuden indvilget i at optræde gratis, herunder også dem, der rejser ind fra Tanzania.*  *6.4.: Aftale med Syd-partner er, at de giver sparring til afholdelse af event. De indgår i promoveringen ved at modtage kunstnerne i Tanzania til en besøgsdag. Vi har inden selve eventet forberedt videoopkald så vores partner kan forberede oplæg, der kan udføres over video opkald.*  *Vores danske partnere er Indre By Kulturhus, der agerer venue. Herudover Swahilihuset, som er medvært på eventet. De har erfaring med lignende arrangementer og en stor tilknytning til det østafrikanske miljø i Danmark. Aftalen er, at de hjælper med promovering samt invitationer til særligt interessante personer i Danmark.*  *Vi forsøger at gå i dialog med andre, eksempelvis Mellemfolkeligt Samvirke.* |

1. **KOMMUNIKATION. Beskriv hvordan I vil formidle jeres aktivitet**
   1. *Hvordan formidles aktiviteten internt i foreningen?*
   2. *Hvordan kommunikeres udadtil om aktiviteten?*
   3. *Er der elementer af aktiviteten, som kan interessere medierne, og hvordan skal disse kommunikeres?*

|  |
| --- |
| 7.1:  Vi har ved foreningens generalforsamling i marts 2022 besluttet at afholde eventet. Her blev der også nedsat en planlægningsgruppe. Siden har vi haft 4 møder og flere vil komme jo tættere vi kommer på eventet. En måned før eventet vil vi reklamere for muligheden for at blive frivillige til eventet. Herefter vil én person fra planlægningsgruppen være ansvarlig for frivillig gruppen og opgavefordeling.  7.2.:  Indtil videre har vi oprettet eventet på Facebook, men ikke promoveret det, da vi venter på at have visum til artister fra Tanzania og skriftlig bekræftelse fra mindst 3 fra Danmark (vi har aktuelt fra 2). Herefter vil vi promovere eventet på Instagram og Facebook. Derudover vil vi skrive om det i vores Nyhedsbrev.  Sidste år var vi i to Netaviser, en fysisk og i Go’aften Live ugen op til eventet. Dette vil vi søge at gøre igen i år.  Vi vil også printe fysiske plakater, som vi hænger op i København.  7.3. Vi håber at medierne vil finde eventet interessant, og vi vil søge at få kontakt til forskellige medier. Her vil det være Formand Jeppe Damkilde eller stifter og projektleder Stine Andersen, som udtaler sig, for at sikre at vores budskaber kommunikeres korrekt. |