

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR INDRE MISSION

PÅ VEJ MOD EN BEDRE KOMMUNIKATION

Revideret: Juni 2012



 Indre Mission

ission

Indre

Indre M

MISSION

ndre Mission

INDHOLD

Indhold	2
Målsætning	3
Politikker	4
Overordnede politikker	4
Krisekommunikation	4
Målgrupper	5
Målgrupper for den eksterne kommunikation	5
Målgrupperne for intern kommunikation:	5
Budskaber	6
Lede til Jesus – leve i Ham	6
Ansvarsfordeling	7
Indre Missions Hovedbestyrelse	7
Generalsekretæren	7
Ledende sekretærer og konsulenter	7
Indre Missions sekretariat	7
Missionærer og konsulenter	8
Indre Missions Tidende	8
Virksomhedsledere	8
Økonomiafdelingen	9
Mediekonsulenten	9
Indsamlings og markedsføringskonsulent	9
IT-afdelingen	9
Medier	10
Politik	10
LENFO	10
egne Hjemmesider	10
Eksterne hjemmesider og netjenester	11
Lokale Hjemmesider	11
E-mail	11
Politik for e-mail	11
Sociale medier og indholdsdeling på internettet	12
Netmission	12
Video	12
Nyhedsbreve	12
Pressemeddelelser	13
Indbydelser, foldere og brochurer	13
Udstillingsstande, plakater og uddelingsmaterialer	13
Pressestrategi	13
Fælles design	14

MÅLSÆTNING

Indre Mission skal over for venner, ansatte, samarbejdspartnere og den øvrige offentlighed være en troværdig, initiativrig og relevant aktør i det kirkelige landskab og dermed også være en betydningsfuld og nutidig missionsbevægelse i mødet med det omgivende samfund.

Målet for kommunikationsstrategien er at skabe de bedste forudsætninger for formidling af Indre Missions vision (se side 6).

Strategiske mål med den eksterne kommunikation er:

- at skabe opbakning og forståelse omkring Indre Missions arbejde og de vedtagne visioner og målsætninger
- at sikre, at Indre Mission udgør en tydelig røst i den kirkelige debat
- at være en stærk og progressiv vækkerrøst i Danmark
- at fortælle de positive historier

Strategiske mål med den interne kommunikation er:

- at opbygge og sikre et højt informationsniveau og en høj grad af åbenhed og dialog
- at give kendskab til og forståelse for de vedtagne visioner og mål
- at sikre vidensdeling og understøtte en god kommunikationskultur
- at skabe engagement, stolthed, fællesskabsfølelse og giversind over for bevægelsen
- at motivere medarbejderne og understøtte deres aktive medvirken i udviklingen af deres arbejdsplads/-område

POLITIKKER

OVERORDNEDE POLITIKKER

Vi ønsker at vores kommunikation skal være:

- Åben og ærlig
– også når det gælder de svære og følsomme emner
- Aktuel og rettidig
– når og hvor det er hensigtsmæssigt
- Tilpasset målgruppen
– både hvad angår form, omfang og sprog
- Respektfuld
– dvs. imødekommende og anerkendende

KRISEKOMMUNIKATION

Vi vil kommunikere aktivt og offensivt i sager om intern uenighed, fejlslagne satsninger eller manglende evne til at efterleve egne idealer. Det vil vi gøre for at sikre et troværdigt og åbent kommunikationsmiljø og undgå rygtedannelser. Vi vil altid være omhyggelige med ikke at lække personfølsomme oplysninger.

I sager, der kan være skadelige for Indre Missions omdømme, kommunikerer vi åbent og ærligt og med nødvendig hensyntagen til involverede personer. Erkendelse af de faktiske omstændigheder bliver så vidt muligt fulgt op med konkrete handlingsplaner for, hvordan vi kan løse krisen og forhindre, at den vender tilbage.

Der udarbejdes særskilte handlingsplaner til at imødegå følgende krisesituationer:

- Alvorlige personalesager, herunder overgreb
- Alvorlig offentlig kritik af medarbejdere, arbejdsgrupper og lokalafdelinger

I krisesituationer skal den interne og eksterne kommunikation drøftes med nærmeste overordnede. Generalsekretæren inddrages i alvorlige tilfælde.

Er der begået fejl, undskylder vi uden tøven.

I håndtering af kritik gælder GÅRIMA-princippet:

1. Gå – hen til ham/hende og aflever kritikken ansigt til ansigt
2. Ring – kun hvis ovenstående ikke kan lade sig gøre
3. Mail – kun hvis de ovenstående ikke kan lade sig gøre

MÅLGRUPPER

MÅLGRUPPER FOR DEN EKSTERNE KOMMUNIKATION

- Befolkningen i almindelighed uanset alder, køn, tro og etnicitet
- Regionale, lokale, nationale og kirkelige medier (TV, aviser, blade, netsider)
- Den Danske Folkekirke, herunder præster, biskopper, menighedsråd og valgmenigheder
- Kirkelige organisationer, institutioner og selskaber, herunder søsterorganisationer i andre lande
- Politiske beslutningstagere og offentlige myndigheder

MÅLGRUPPERNE FOR INTERN KOMMUNIKATION:

- Indre Missions venner
- Kredsbestyrelser og samfundsbestyrelser
- Valgmenigheder, frimenigheder, institutioner og skoler med tilknytning til Indre Mission
- Indre Missions Unge (IMU)
- Danmarks Folkekirkelige Søndagsskoler (DFS)
- Ansatte i Indre Mission, herunder også fritidsansatte og pensionerede medarbejdere
- Indre Missions virksomheder og administration

Indre Missions ansatte opdeles i følgende målgrupper:

- Sekretærer og landsdækkende konsulenter
- Missionærer og konsulenter
- Ansatte på Indre Missions Hus
- Virksomhedsledere
- Fritidsansatte og pensionerede medarbejdere

BUDSKABER

LEDE TIL JESUS – LEVE I HAM

Indre Mission har en mission og et formål: Vi vil ”Lede til Jesus - leve i ham”.

Vi ønsker, at fastholde vores mission i fire kerneværdier, som skal gennemsyre vores kommunikation:

1. Fællesskab der favner

- Indre Mission er både lokalt og på landsplan et åbent og imødekommende socialt og åndeligt fællesskab for alle, der søger et kristent fællesskab. Uanset om man er afklaret eller forholder sig spørgende til kristendommen. Og uanset om man deler Indre Missions bibelsyn og øvrige formulerede synspunkter.
- Indre Mission tilbyder gennem talrige arbejdsgrupper åbne kristne fællesskaber til mennesker i alle aldre og livssituationer, både lokalt og på landsplan.
- Indre Mission ønsker ud fra et kristent menneskesyn og en diakonal grundholdning at hjælpe og støtte alle mennesker i det danske samfund, som har det svært.
- Indre Mission ønsker lokalt og nationalt at være en positiv og aktiv medspiller i folkekirken og i det øvrige samfund.

2. Forkyndelse der frigør

- Med udgangspunkt i en evangelisk-luthersk kristendomsforståelse ønsker Indre Mission at forkynde budskabet om frelse gennem dåb og tro til alle.
- Vi ønsker, at evangeliet skal nå ud til hele verden. Derfor skal forkyndelsen også appellere til international mission på tværs af kulturer og landegrænser.

3. Fundament der fastholder

- Indre Missions arbejde hviler på Bibelen og folkekirkens bekendelsesskrifter. Indre Mission læser Bibelen som Guds klare budskab og vejledning om tro og liv til mennesker til alle tider.
- Indre Mission bakker aktivt op, når kirkelige, politiske eller andre meningsdannere træffer beslutninger eller udtaler sig i tråd med Bibelen og folkekirkens bekendelsesskrifter.
- Indre Mission siger aktivt fra, når kirkelige, politiske eller andre meningsdannere træffer beslutninger eller udtaler sig i klar strid med centrale dele af Bibelen og folkekirkens bekendelsesskrifter.

4. Forvaltning der forandrer

- Indre Mission er i alle arbejdsgrupper og virksomheder en loyal og troværdig samarbejdspartner med høje etiske standarder.
- Indre Mission forvalter dygtigt og ansvarligt de indsamlede gaver i overensstemmelse med ISOBROs retningslinjer
- Indre Mission ønsker at gå foran, når det gælder omsorg for lønnede og frivillige medarbejdere over hele landet.
- Indre Mission vil inspirere til gavmildhed og ansvarlighed i forhold til de svage og stillede – både her i landet og i resten af verden.
- Gennem Indre Missions arbejde ønsker vi, at danskerne skal møde Jesus og få evigt liv. Gennem ord og handling vil vi vise, hvem Jesus er og lede mennesker til ham.

ANSVARSFORDELING

Ledere og mellemledere har ansvar for, at kommunikationsindsatsen bliver prioriteret højt i dagligdagen og er indsat som punkt på diverse dagsordener. Informationsniveauet skal være højt.

Kommunikationsindsatsen for hele Indre Mission koordineres i forbindelse med hovedbestyrelsesmøder, HB-stabsmøder og ledermøder. Spørgsmålet om kommunikation indgår som et fast punkt på disse møders dagsorden.

Aktører

INDRE MISSIONS HOVEDBESTYRELSE

Formanden udtaler sig på vegne af hovedbestyrelsen og besvarer spørgsmål fra pressen.

Alle hovedbestyrelsesmedlemmer kan udtale sig på egne vegne, så længe det sker i loyalitet over for hovedbestyrelsens beslutninger, medarbejdere og arbejdsgræne og ikke vedrører følsomme emner (f.eks. personalesager).

GENERALSEKRETÆREN

Repræsenterer i samspil med formanden Indre Mission over for pressen mv.

Formidler hovedbestyrelsens beslutninger, med mindre der i konkrete tilfælde er indgået en anden aftale.

Er ansvarlig for den interne og eksterne kommunikation.

Er dermed også ansvarlig for, at både bestyrelser og enkeltpersoner i baglandet kan komme i dialog med ledelsen om aktuelle emner.

Er ansvarlig for at synliggøre IM og præsentere aktuelle tanker og budskaber både til Indre Missions venner, til pressen og til offentligheden.

LEDENDE SEKRETÆRER OG KONSULENTER

Repræsenterer i samspil med generalsekretæren Indre Mission over for pressen mv.

Er ansvarlige for at sikre et højt informationsniveau inden for de specifikke arbejdsområder.

Har til opgave at viderefordre beretninger og oplevelser fra arbejdet, så Indre Missions venner kan blive holdt opdateret om, hvordan de indsamlede midler bliver forvaltet. Denne formidling kan f.eks. ske gennem Indre Missions Tidende, nyhedsbreve og informationer ved møder.

Er ansvarlige for, at der bliver opstillet mål for kommunikationen, samt at der sker en løbende evaluering.

INDRE MISSIONS SEKRETARIAT

Besvarer daglige administrative henvendelser.

Varetager den daglige kommunikation mellem ledelse, medarbejdere og vennerne.

Er ansvarlig for, at den skriftlige formidling er personlig og vedkommende (se appendiks).

MISSIONÆRER OG KONSULENTER

Har medansvar for at videreformidle beretninger og oplevelser fra arbejdet, så Indre Missions venner kan blive holdt opdateret om, hvordan de indsamlede midler bliver forvaltet. Denne formidling kan f.eks. ske gennem Indre Missions Tidende, nyhedsbreve og informationer ved møder

Har også et medansvar for at videreformidle beretninger og oplevelser fra det lokale arbejde i den lokale presse, med henblik på at oplyse offentligheden om Indre Missions arbejde og visioner.

INDRE MISSIONS TIDENDE

Er et vigtigt og uomgængeligt medie i forbindelse med Indre Missions kommunikation.

Er forpligtet på at lave oplysende, kritisk, skarp og væsentlig journalistik inden for et organisationsblads rammer. Det tilstræbes, at journalistikken er på omgangshøjde med tiden, den aktuelle virkelighed og IM-vennernes behov. Der er redaktionel frihed til at skrive om alle emner, så længe det sker ud fra en grundlæggende loyalitet over for Indre Missions ledelse og værdigrundlag.

Er Indre Missions ansigt udadtil og kan dermed anvendes som et vigtigt redskab i den strategiske og ledelsesmæssige kommunikation. Ledelsen har ret til at få sine budskaber kommunikeret igennem Indre Missions Tidende.

Er som udgangspunkt imødekommende, spørgende og interesseret, når ledelse, arbejdsgrøner, virksomheder samt frivillige og lønnede medarbejdere i Indre Mission kommer med ønsker og ideer til artikler og budskaber, der ønskes kommunikeret ud gennem bladet.

Er forpligtet på at vurdere og prioritere relevans og muligheder i de ideer til artikler og budskaber, som kommer fra forskellige dele af Indre Mission. Har redaktionel frihed til at vinkle og afvise ideer ud fra journalistiske kriterier med skyldig hensyntagen til Indre Missions Tidendes placering og afgørende betydning som organisationens blad og talerør.

Er med ekspertise og arbejdskraft til rådighed for ledelsens kommunikation gennem andre medier, for eksempel i form af hjælp til udformning af pressemeddelelser, udtalelser og læserbreve.

Er en proaktiv sparringspartner for ledelsen i dennes eksterne og interne strategiske kommunikation.

Er indstillet på at lade eventuelle konflikter, som kan opstå i spændingen mellem at være et foreningsblad og et journalistisk produkt, erstatte af en dialog, som har til formål at finde de fælles holdninger og mål og nå frem til en form og et indhold, som alle kan leve med. Kan dette ikke lade sig gøre, har Indre Missions Tidendes ansvarshavende redaktør det afgørende ord. Indre Missions ledelse har, efter at bladet er skrevet og trykt, ret til at kritisere redaktionens konkrete valg og prioriteringer, ligesom redaktionen/redaktøren har ret og, når det efterspørges, pligt til at begrunde disse.

VIRKSOMHEDSLEDERE

Virksomhedslederen er kommunikationsansvarlig for sin egen virksomhed.

Er ansvarlige for, at der bliver opstillet mål for ekstern og intern kommunikation, samt at der sker en løbende evaluering.

Er ansvarlig for, at de vedtagne handlingsplaner følges i krisesituationer.

ØKONOMIAFDELINGEN

Er i samarbejde med indsamlingskonsulenten ansvarlig for kommunikation vedrørende indsamlingsarbejdet.

Besvarer daglige administrative henvendelser vedrørende økonomiske spørgsmål.

Informerer Indre Missions medarbejdere om personalemæssige, økonomiske og skattemæssige forhold, der er relevante for ansættelsesforholdet i IM. Dette sker blandt andet via medarbejdermappen.

Informerer det lokale arbejde (primært kassererne) om juridiske, økonomiske og skattemæssige forhold, der har betydning for giverne og det lokale arbejde – herunder missionshusene.

Sørger for, at der informeres bredt via IMT om væsentlige emner, der har betydning for det lokale arbejde og giverne.

Informerer om Indre Missions økonomiske forhold (budget, regnskab mv.)

MEDIEKONSULENTEN

Er ansvarlig for samspejlet mellem og udviklingen af Indre Mission centrale hjemmesider

Er ansvarlig for redaktion og vedligehold af indremission.dk samt de øvrige relevante digitale medier. Herunder video.

INDSAMLINGS OG MARKEDSFØRINGSKONSULENT

Er i samarbejde med økonomiafdelingen ansvarlig for kommunikationen vedrørende indsamlingsarbejdet.

Er i samarbejde med virksomhedslederne ansvarlig for PR og markedsføring af Indre Missions virksomheder.

Er ansvarlig for, at den skriftlige formidling er personlig, vedkommende, korrekt og let forståelig.

IT-AFDELINGEN

Er ansvarlig for drift og udstyr til brug ved den internetbaserede og elektroniske kommunikation (se s. 11ff.).

MEDIER

POLITIK

Indre Mission ønsker at gøre brug af alle tilgængelige og veludviklede kommunikationsteknologier, hvis teknologien virker hensigtsmæssig i forhold til de aktuelle målgrupper.

Vi anser internettet for at være en afgørende kommunikationsplatform i dag. Det gælder både i forhold til den interne og den eksterne kommunikation. Derfor vil vi stille de nødvendige værktøjer til rådighed og tilbyde undervisning til både ansatte og frivillige medarbejdere.

Elektroniske medier

LENFO

LENFO (Indre Missions Leder og Netværksforum) er Indre Missions interne internetbaserede kommunikationsværktøj for både ansatte og frivillige medarbejdere.

LENFO skal opfylde behovet for:

- **Netværk**
Et katalog over både ansatte og frivilliges data og kompetencer
- **Information**
En central for intern information fra Indre Missions ledelse og arbejdsgrøne
- **Samarbejde**
Et forum for samarbejde og ressourcedeling på tværs af alle medarbejdergrupper

LENFO udvikles løbende til at opfylde de behov, der er for en effektiv og brugervenlig dialog mellem ledelse og alle Indre Missions medarbejdere.

Ansatte medarbejdere er ansvarlige for at holde deres personlige profil på LENFO opdateret og for at holde sig ajour med meddelelser og informationer, som lægges ud på LENFO.

Via LENFO udsendes regelmæssigt en nyhedsmail med aktuelle informationer og nyheder målrettet Indre Missions frivillige medarbejdere.

EGNE HJEMMESIDER

Alle arbejdsgrøne, virksomheder og lokale afdelinger er ansvarlige for at præsentere sig for offentligheden og vennerne via egne hjemmesider eller via indremission.dk.

Indre Mission stiller brugsvenlige skabeloner og cms-systemer til rådighed for både lokale og landsdækkende afdelinger, som selv står for udvikling og vedligehold. IT-afdelingen yder dog support til alle, som bruger det anbefalede cms-system. Desuden tilbyder Indre Mission standardiserede alias-domæner til alle lokale hjemmesider.

Indre Missions officielle hjemmeside, www.indremission.dk, er et afgørende organ for Indre Missions for information til offentligheden. Indremission.dk skal indeholde:

- Klare og lettilgængelige præsentationer af Indre Missions forkyndelse og budskaber
- Faktuel information om Indre Missions formål, historie, arbejdsgrøne, afdelinger og medarbejdere
- Aktuelle strategiske meddelelser om organisatoriske forhold, holdninger og beslutninger

- Aktuelle nyheder og reportager, der giver et bredt dækkende indtryk af Indre Missions arbejde
- Digitale ressourcer såsom lydfiler (taler og podcast), billeder, præsentationer, videoer og forkyndelsesmaterialer
- Mulighed for donationer / gaver

Indremission.dk skal i design og sprog præsentere Indre Mission som en moderne, dynamisk og engageret missionsbevægelse. Sproget og indholdet skal generelt være tilgængeligt for teenagere på 14 år.

EKSTERNE HJEMMESIDER OG NETTJENESTER

Indre Mission vil løbende holde sig ajour med informationer om bevægelsen på eksterne netsteder – såsom nyhedsmedier, net-leksika, kataloger osv. I de tilfælde hvor informationen er mangelfuld eller misvisende, foretages en vurdering af behovet for at reagere.

Vi vil særlig have fokus på:

- Landsdækkende nyhedssites
- Folkekirken.dk og lign. religionsportaler
- Katalogsider såsom Google, De Gule Sider o.lign.
- Undervisningsportaler og ressourcesider for studerende, f.eks. Wikipedia og www.denstoredanske.dk

LOKALE HJEMMESIDER

Via indremission.dk præsenterer Indre Mission de lokale arbejdsgrøner og afdelinger og tilbyder enkle hjemmeside-løsninger for lokale samfund. Herunder en mødekalender, som via et samarbejde med KultuNaut eksponeres bredt til danske kulturkalendere.

Lokale brugere af systemet betaler et gebyr for servicen.

E-MAIL

Indre Mission vil fremme brugen af e-mail frem for papir-post og vil undgå papir-print af korrespondancen, hvor det ikke er nødvendigt.

Indre Missions sekretariat bruger fortrinsvis direkte e-mail i den individuelle dialog med de ansatte medarbejdere og LENFO, når det drejer sig om mere generel information.

Alle ansatte medarbejdere i Indre Mission skal have en tjenstlig e-mail-konto under @indremission.dk, som kun bruges til arbejdsrelateret kommunikation og er i øvrigt ansvarlige for at administrere deres tjenstlige e-mail-adresse efter de gældende retningslinjer.

POLITIK FOR E-MAIL

- Indre Mission anser e-mail for at være en kommunikationsform, der skal behandles med samme seriøsitet og juridiske validitet som papirpost.
- Indre Mission stiller en e-mail-konto til rådighed for alle ansatte medarbejdere. Kontoen skal bruges til arbejdsrelateret korrespondance, som i hovedreglen holdes adskilt fra privat korrespondance
- På arbejdsdage bør alle personlige henvendelser så vidt muligt besvares - eller kvitteres for – inden 24 timer efter modtagelsen.

- Ved ferie eller fravær bør der oprettes en automatisk svar-service, der meddeler, hvornår e-mailen kan forventes besvaret.
- Filer på mere end 5 mb bør ikke vedhæftes e-mails, men sendes via en særskilt fildelings-tjeneste.
- Alle medarbejdere er pligtige til at installere og vedligeholde antivirus-programmer og tilsvarende software efter anbefalinger fra Indre Missions IT-afdeling.

SOCIALE MEDIER OG INDHOLDSDELING PÅ INTERNETTET

Vi forventer, at Indre Missions medarbejdere ikke formulerer sig i modstrid med Indre Missions budskaber og værdier, når de færdes på internettet og f.eks. benytter sociale medier som Facebook og Twitter.

Vi vil udforme regelmæssigt opdaterede strategier for, hvordan Indre Mission aktivt kan synliggøre sit arbejde og sine værdier gennem de mest brugte internet-fora, såsom Facebook, Twitter og blog-forummer.

Vi vil desuden - i videst muligt omfang - distribuere aktuelle budskaber og informationer fra Indre Mission ved hjælp af indholdsdeling og åbne standarder, som gør det muligt for alle at abonnere på og integrere opdateringer og nyheder fra Indre Missions hjemmesider.

NETMISSION

Indre Mission bruger internettet til evangeliserende mission ved at skabe hjemmesider og andre internettjenester, der forkynder evangeliet og bliver et mødested for mennesker.

Aktuelt fokuserer vi på:

- Hjemmesider
- SMS-tjenester
- Korte videoer med forkyndelse, refleksion og vidnesbyrd

VIDEO

Indre Missions Videoværksted skal producere korte video-programmer, der kan integreres i både informations, indsamlings- og forkyndelsesarbejdet. Videoerne stilles til rådighed via internettet og kan benyttes frit.

Skriftlige medier

NYHEDSBREVE

Indre Mission anser nyhedsbrevet for en vigtig kommunikationsform, der skal prioriteres højt. Nyhedsbrevet bør indgå i alle arbejdsgrenes kommunikations-strategier og udsendes via forskellige mediekkanaler (f.eks. e-mail, hjemmeside, RSS/webfeed, Facebook, Twitter, SMS mv.).

Nyhedsbrevene skal formuleres i et personligt, lettilgængeligt og udadvendt sprog tilpasset deres primære målgruppe, så de sikres bredest muligt gennemslag hos modtagerne.

Til udsendelse af regelmæssige nyhedsbreve skal der benyttes en særlig mailliste-server, som Indre Missions IT-afdeling stiller til rådighed.

Indre Mission udsender følgende nyhedsbreve:

- Månedlig email til frivillige medarbejdere via LENFO (se ovenfor)

- Lejlighedsvis email til presse og organisationer
- Medarbejderbrev
- 3 gange årligt papirbrev til samfundsråd og tillidsfolk

PRESSEMEDDELELSER

Vi anser pressemeddelelser som et strategisk kommunikationsværktøj og vil derfor arbejde målrettet med sproget, formen og indholdet, sådan at der i hver pressemeddelelse er fokus på én god og interessant historie om Indre Mission.

Pressemeddelelser udsendes kun, når der er relevante historier eller nyheder at fortælle.

Pressemeddelelserne udformes, så de uden videre kan sættes i de aviser, de er skrevet til. Det vil sige, at de skal skrives med den journalistiske distance og tone, som er typisk for dagens avisartikler. Hovedpointen skal præsenteres i pressemeddelelsens indledende underrubrik.

INDBYDELSER, FOLDERE OG BROCHURER

Tryksager er supplerende og støttende mediekkanaler for tilhørende netsteder, hvor den opdaterede og udvidede information findes. Af samme grund skal papir-tryksager begrænse sig til den mest nødvendige information.

Alle tryksager skal indeholde oplysning om:

- Dato
- Ansvarlig arrangør eller udgiver
- Kontaktoplysninger (e-mail, hjemmeside, tlf.)

UDSTILLINGSSTANDE, PLAKATER OG UDDELINGSMATERIALER

Ved produktion af udstillingsmateriale skal omkostninger og ressourceforbrug nøje gennemtænkes i forhold til nytten og effekten af materialerne. Vi skal producere materialer, som tåler at blive brugt mange gange, og som er enkle at opdatere.

Udstillingsmaterialer skal produceres og udformes, så det er relevant og let at bruge i offentlige sammenhænge, fx på biblioteker, ved messer og lign. arrangementer. De skal være lette at transportere og opstille af forskellige medarbejdere i forskellige sammenhænge.

PRESSESTRATEGI

Vi ønsker at fortælle de gode historier og pege på, at Indre Mission er en nutidig og samfundsorienteret bevægelse. Derfor skal vi være velforberejede og give pressen en god service. Vi anerkender, at den gode historie skal målrettes journalistens læsere, lyttere eller seere. Generelt indeholder en god historie nogle eller flere af disse elementer:

- Aktualitet. Hvad er det nye? Hvad sker der lige nu?
- Væsentlighed. På hvilken måde har det "nye" betydning for målgruppen?
- Identifikation. Hvad kan andre genkende eller let sætte sig ind i?
- Sensation. På hvilken måde er historien unik? Hvad er aldrig set eller sket før?
- Konflikter. Hvem er uenige?

Vi besvarer alle henvendelser fra pressen og stiller os til rådighed med synspunkter og baggrundsviden om relevante emner og historier, med mindre det er til skade for Indre Mission og beslægtede organisationer og enkeltpersoners navn og omdømme. Vi bestræber os på altid at give ærlige og korrekte oplysninger, fordi en god historie er en sand historie.

De ledende medarbejdere (se afsnittet Aktører og ansvarsfordeling) har ansvar for at opdyrke et netværk af journalistiske kontakter på fagblade, dagblade og landsdækkende radio/TV. Vi planlægger løbende, hvordan Indre Missions aktiviteter kan synliggøres gennem kronikker, debatindlæg, pressemeddelelser m.v.

FÆLLES DESIGN

Der udarbejdes en designmanual som detaljeret beskriver opsætning af fx breve, hjemmesider, kuverter, fonte, artikler, mapper, rapporter, logoer, farver, brochurer og andet informationsmateriale.