

**Strategi og Handlingsplan  
for  
SENIORER UDEN GRÆNSER**

**Godkendt af bestyrelsen d. 06.12. 2018**

## **1. Indledning:**

### **Foreningens værdigrundlag:**

**Foreningens formål** ifølge nugældende vedtægter:

**§2.1.** SuG er en non-profit medlemsorganisation bestående af seniorer, som via projekter og andre aktiviteter arbejder frivilligt for at stoppe sult og fattigdom i verden - jf. FN`s mål frem mod 2030. Fokus i indsatserne er hjælp til selvhjælp og bæredygtighed på alle niveauer - politisk, økonomisk, socialt, uddannelse, sundhed, miljø og produktion. SuG er uafhængig af partipolitiske, religiøse og organisatoriske særinteresser, og dens medlemmer arbejder ulønnet.

**SuGs mission** er at forbedre livsbetingelserne for verdens fattige.

Det er således

**SuGs vision** at arbejde for

- Større global økonomisk lighed
- Bæredygtig udvikling af civilsamfundet uden sult og fattigdom
- Større respekt for menneskerettigheder, mulighed for udvikling af eget liv og indflydelse på samfundets udvikling.

Med afsæt i FNs verdensmål er det

**SuGs langsigtede mål**

- at gennemføre udviklingsprojekter i tæt samarbejde med lokale CSO, Firmaer, Offentlige myndigheder i Global South.
- at støtte lokalbefolkningens innovative kompetencer gennem hjælp til selvhjælp
- at bidrage til opbygning af lokal kapacitet som grundlag for at styrke en bæredygtig udvikling.

Derfor skal

**SuGs organisation**

- styrkes og udvikles, så den på bedste vis kan udfylde missionen, arbejde for visionen og nå de langsigtede mål.

I afsnit 2 sammenfattes strategier herfor, og supplerende er der brug for at knytte indsatser, konkrete mål og handlingsplaner til strategierne.

## **2. SuGs strategier frem til 2023**

1. Prioritet ressourcer
2. Prioritet projekter
3. Prioritet relationer

som de primære strategiske nøgleområder.

### **Ad A)**

Strategien for menneskelige og økonomiske **ressourcer** er:

1. at øge antallet af medlemmer, understøtte deres forventninger, motivation og kompetenceudvikling
2. at fremtidssikre organisationen gennem tilstrækkelig egenkapital samt ved rekruttering til projekter og foreningsopgaver
3. at øge mulighederne for alternative indtægtskilder samt øge, antallet af donorer og samarbejdspartnere.

### **Ad B)**

Strategien for **projekter** er

1. at professionalisere, kvalificere og prioritere projekterne. som de vigtigste strategiske aktører for foreningen
2. at sikre en spredning af projektarbejde på lande og faglige indsatser med baggrund i det aktuelle områdes behov, projektdeltagernes interesser, erfaringer og kompetencer
3. at professionalisere projekterne og herved sikre, at de overholder deres forpligtelser overfor alle involverede (foreningen, samarbejdspartnere, donorer m.v.).
4. at organisationen støtter projekterne med kompetent rådgivning, med respekt og integritet i forhold til projektdeltagernes ejerskab og engagement.
5. at styrke erfaringsudvekslinger mellem projekter - også på tværs af afdelinger

### **Ad C)**

Strategien for interne og eksterne **relationer** er generelt

1. at styrke den interne og eksterne kommunikation.
2. at styrke relationerne i foreningen.
3. at skabe kendskab til SuG.
4. at samarbejde med bl.a. firmaer, donorer, nationale og internationale samarbejdet og netværk.
5. at udnytte mulighederne for ekstern støtte til oplysning om vores aktiviteter.

## Handlingsplan

Målsætning	Handling	Resultat
1.1.at øge antallet af medlemmer, understøtte deres forventninger, motivation og kompetenceudvikling	Bestyrelsen skal sikre at alle afdelinger har program for introduktion af nye medlemmer Holde tværgående temamøder og kurser i SUG regi Se pkt 2.4  Alle projektgrupper er åbne.  Arrangerer rejser til de enkelte projekter.	Flere nye og aktive medlemmer og mindre frafald  Øger opmærksomheden, giver ejerskab og øger kendskabet til hvad et projekt kan være
1.2.at fremtidssikre organisationen gennem tilstrækkelig egenkapital samt ved rekruttering til projekter og foreningsopgaver	Projektdeltagerne skal søge adm bidrag hvor de vurderer der er muligheder.	Gøre organisationen mindre økonomisk sårbar
1.3.at øge mulighederne for alternative indtægtskilder samt øge, antallet af donorer og samarbejdspartnere.	Deltagerbetaling ved arrangementer Søge midler til aktiviteter fundraising Deltage i eksterne netværksgrupper, boder markeder, arrangementer. Deltage som ambassadører i foreninger Samarbejde i foreninger/frivillig organisationer  Crowdfunding Øge kendskabet til hvordan donationer kan give god PR. Støtte indsamlinger med bl.a. mulighed for mobile pay.	Større midler til forening.

<p>2.1.at professionalisere, kvalificere og prioritere projekterne. som de vigtigste strategiske aktører for foreningen</p>	<p>Viden om hvordan vi gennemfører projekterne professionelt: direkte formidling –Teori, etik og metode.</p>	<p>Afholdte møder med nuværende og kommende projektdeltagere, hvor emnerne gennemgås og der er workshops.</p>
	<p>Den professionelle indsats Bl.a. kurser i regi af SUG kurser, obligatorisk kursus i CISU regi for CISU- støttede projekter –ellers anbefaling.</p>	<p>Kurser afholdt.</p>
<p>2.2.at sikre en spredning af projektarbejde på lande og faglige indsatser med baggrund i det aktuelle områdes behov, projektdeltagernes interesser, erfaringer og kompetencer.</p>	<p>Understøtte initiativer og produktudvikling indenfor nye indsatsområder og nye geografiske områder.</p>	<p>Spredning af projekter jfr. anførte i strategi.</p>
<p>2.3 at professionalisere projekterne og herved sikre, at de overholder deres forpligtelser overfor alle involverede (foreningen, samarbejdspartnere, donorer m.v.).</p>	<p>Se ovenfor Erfamøder og tæt dialog med projektudvalget og afdelingslederne</p>	<p>Bedre forberedte projekter og derved færre problemprojekter.</p>
<p>2.4.at organisationen støtter projekterne med kompetent rådgivning, med respekt og integritet i forhold til projektdeltagernes ejerskab og engagement.</p>	<p>Sikre at projektudvalg og økonomiudvalg og fundraisingudvalg har kompetencer til at rådgive</p>	<p>Projekter på højt fagligt niveau.</p>
<p>2.5.at styrke erfaringsudvekslinger mellem projekter - også på tværs af afdelinger</p>	<p>Netværksskabende aktiviteter Fællesmøder på tværs i foreningen- Erfa grupper på tværs af afdelinger. Afdelinger erfa udveksler med udvalgene.</p>	<p>Som 2.4</p>

	Give viden til nye medlemmer i afdelinger og bestyrelser og udvalg	
3.1.at styrke den interne og eksterne kommunikation.	Referater fra bestyrelser og afd. -møder og udvalg lægges på hjemmesiden Let tilgængelig hjemmeside. Interne chatfora.	Medlemmerne, især de aktive får bedre adgang til information.
3.2.at styrke relationerne i foreningen.	Sug Update Afdelingsnyhedsbreve	
3.3.at skabe kendskab til SuG.	Tværgående møder og netværk og samarbejde om projekter og aktiviteter  PR, aktiv brug af ambassadører samt eksterne arrangementer. Pressemeddelelser og distribuere vores foreningsmateriale	
3.4.at samarbejdet med bl.a. firmaer, donorer, nationale og internationale samarbejder og netværk.	Fokus på orientering mhp. evt samarbejde  Opsøgende arbejde i forhold til andre Civil Society Organisationer (CSO ).	
3.5.at udnytte mulighederne for ekstern støtte til oplysning om vores aktiviteter	Viden om hvor man kan søge midler til oplysningsarbejde.	