

Indholdsfortegnelse

Side:

Kommunikationsstrategi:

Indledning	2
- Hvorfor er BoPaM vigtig?	2
Hvad er kommunikationsproblemet?	3
Vision, mission og værdier	3
Kommunikationsmål og budskaber	4
- Målsætning og værdier for kommunikationen	4
- Eksempel på overordnet målsætning	4
- Mulige hovedprincipper for kommunikationsarbejdet	5
- BoPaM's budskaber	5
Fokusgruppe	6
- Lærere og pædagoger	6
Stakeholdere	7
- Det mener de øvrige foreninger	8
- Liste over foreninger for børn og pårørende	9
- Forskernes vurdering	10
Krisekommunikation	11
- Forvent det utænkelige	11
Medier og værktøjer	12
- Mediestrategi	12
- Hvordan bliver man dagsordensættende	13
- Ekstern og intern kommunikation	13
Kritik af eksisterende materiale	14
- Flyer	14
- Logo	15
SWOT-analyse	15
Forslag	16
- Kanaler	16
- Kommunikationsforbedringer	17
Succeskriterier	18
Bilag - Stakeholderanalyse	19

Kommunikationsstrategi for BoPaM – En forening for Børn og Pårørende af Misbrugere

Indledning

I det følgende giver vi et bud på en overordnet kommunikationsstrategi for en ny forening for Børn og Pårørende af Misbrugere – BoPaM.

Foreningen er landsdækkende og skydes i gang i uge 40 (Sundhedsstyrelsens årlige kampagneuge om alkohol).

Forinden skal foreningen have planlagt grundlaget for sit virke.

BoPaM's formål er at give børn og pårørende til misbrugere en stemme. Foreningen vil påvirke fagpersoner og politikere til at forebygge konsekvenserne af at vokse op i en misbrugsfamilie.

Børn og pårørende skal have indflydelse via konferencer, høringer, debatter, og foreningen vil arrangere landskonferencer, projekter, arrangementer og events, der skal sætte fokus på gruppen og dens dilemmaer.

Foreningen vil kombinere de berørtes erfaringer med teoretisk viden fra forskning.

Den vil styrke uddannelsen af fagpersoner, der har med børnefamilier at gøre og klæde pædagoger, lærere, sagsbehandlere, læger m.fl. på til at opdage børnenes tegn og sikre hjælp til dem i tide. Foreningen vil udpege nøglepersoner i hver faggruppe med en særlig viden om børn af misbrugere.

I en multimedieproduktion har vi valgt at fokusere på én af de mange målgrupper, som foreningen ønsker at nå. Vi har valgt at henvende os til lærere og pædagoger, og produktionen kan være en del af foreningens kommende hjemmeside.

Hvorfor er BoPaM vigtig?

I Danmark anslås det, at der er mere end en halv million misbrugere af alkohol, piller og/eller narkotika.

Det fremgår af en rapport af Helle Lindgaard, Center for Rusmiddelforskning.

Hun har taget udgangspunkt i, at cirka 60.000 børn vokser op i familier med et alvorligt alkoholmisbrug.

Af et internt notat fra Sundhedsstyrelsen fra 2007 (se bilag 4) fremgår det, at de 60.000 børn er et absolut minimumstal. Cirka halvdelen af de 60.000 børn vil udvikle svære psykiske og fysiske lidelser.

Dette tal omfatter dog ikke børn, hvis mor eller far har søgt behandling for et misbrug, og de, som har et misbrug, de ikke har erkendt eller søgt hjælp til. Det giver en stor gråzone, og det er vanskeligt at skønne, hvor mange børn, det drejer sig om, som det fremgår af notatet. Men det skønnes, at op mod 250.000 børn er berørte af et forbrug af alkohol hos forældrene.

Ifølge Styrelsen for Specialrådgivning og Social Service vokser mellem 5 og 25 procent af hver eneste årgang op i en familie med et alkoholmisbrug.

Sundhedsstyrelsen har frem til 2008 sat fokus på vilkårene for børn med alkoholiserede forældre i et nationalt projekt: "Børne-familiesagkyndige til støtte for børn i familier med alkoholproblemer".

Projektet viser, at godt halvdelen af de danske alkoholbehandlingssteder har integreret børne- og familiebehandling i deres kerneydelser. Dog er der stor forskel på de tilbud, børnene får.

Desuden udvikler cirka hver tredje barn af en alkoholmisbruger selv et misbrug.

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

BoPaM mener, at der ofte er en sammenhæng mellem misbrug hos forældrene og sygdomme hos børnene som damp og andre adfærdsmønstre, som når piger skærer i sig selv.

Børnene viser, at noget er galt. Samfundet fokuserer på symptomerne – ikke på årsagerne. Vi vil sætte fokus på konsekvenserne af misbrug for børn og pårørende.

Kaj Bang Petersen, BoPaM

Foreningens fokus er velvalgt, da de fleste foreninger har fokus på at hjælpe misbrugere og informere om misbrug.

Hvad er kommunikationsproblemet?

Der er en risiko for, at BoPaM's budskaber drukner i mængden af tiltag, projekter og landsforeninger, offentlige som private.

Sundhedsstyrelsens rapport beskriver, at kun cirka seks procent af børnene inddrages i en behandling. Det vil sige, at barnets behov for hjælp baseres på den alkoholiserede forælders oplysninger. I rapporten vurderes det, at der er et betydeligt potentiale for yderligere udvikling på området.

Det er BoPaM's eksistensberettigelse.

Det ændrer dog ikke på, at internettet bugner af landsorganisationer, der tilbyder hjælp til børn og pårørende til misbrugere. Hertil kommer en række projekter samt lokale og landsdækkende tiltag. Derfor er det vigtigt, at BoPaM har en klar kommunikationsstrategi, som adskiller sig fra "konkurrenterne".

Vision, mission og værdier

De tre begreber er grundlæggende i en kommunikationsstrategi for enhver virksomhed og organisation. Begreberne skal gå som en rød tråd gennem alt, hvad foreningen gør. Vision, mission og værdier skal udarbejdes så konkret som muligt, før foreningen går i gang for det kan skabe sammenhæng og overblik. Hvis begreberne blot udarbejdes og glemmes, er der en risiko for, at det fælles fodslag mod fælles mål fejler. BoPaM havde ikke udarbejdet vision, mission og værdier. Derfor formulerede vi i samarbejde med foreningen følgende:

Vision:

BoPaM skal gennem konstant udvikling være den foretrukne vidensbase om konsekvenser for børn og pårørende til misbrugere, og foreningen skal være det støtteorgan, alle tænker på, når børn og pårørende til misbrugere skal have hjælp.

Mission:

Ved hjælp af BoPaM's erfaring og viden vil foreningen ændre holdning hos den brede befolkning til børn og pårørende af misbrugere. Foreningen vil fokusere på konsekvenserne af at leve i en misbrugsfamilie og yde støtte og hjælp til de berørte.

Værdier:

- Fokus på konsekvenser:

BoPaM ønsker at flytte fokus fra det synlige misbrug til de skjulte konsekvenser for børn og pårørende

- Individet i centrum:

BoPaM ønsker, at det enkelte familiemedlem skal være i centrum, frem for at gruppen børn og pårørende bliver defineret som en masse. Hvert individ har sin egen unikke historie, som kan give nyttig viden.

- Bryde vanetænkning:

BoPaM ønsker at ændre holdningen til børn og pårørende til misbrugere. Der skal ske et opbrud med tankegangen om, at når misbruget er væk, så er problemerne også væk

- Vidensdeling:

BoPaM ønsker, at børn og pårørende bliver taget alvorligt, og at der tænkes nyt i viden om og formidling af konsekvenserne for børn og pårørende til misbrugere

Visionen er ifølge foreningen ønsket på lang sigt, det vil sige om 15-20 år, men som verden er i øjeblikket, kan ingen se så langt ind i fremtiden.

Foreningen kan derfor med fordel udarbejde mål, som de ønsker at nå inden 2-3 år, 4-6 år og 7-10 år. Det første mål ifølge foreningen er at blive etableret i uge 40.

Herefter er der et mål om, at foreningen på tre år skal være bygget op og almindelig kendt.

Ved et koncentreret arbejde mener vi, at foreningen kan nå deres vision på kortere tid end 15-20 år.

Vi anbefaler foreningens initiativtagere at arbejde videre med overstående og eventuelt formulere både kort- og langsigtede mål mere præcist i samarbejde med arbejdsgruppen.

De overordnede vision, mission og værdier kan herefter årligt tages op til revision, hvor de uddybes, ændres og præciseres, alt efter hvordan det går med arbejdet.

Ved at gøre det ovenstående almindelig kendt i foreningen, kan der arbejdes ud fra en fælles forståelse.

Kommunikationsmål og budskaber

Målsætning og værdier for kommunikationen

Et værdigrundlag for foreningens kommunikation kan give foreningens frivillige og kommende medlemmer en klar ide om, hvilken rolle BoPaM skal have overfor omverdenen. Der skal desuden tages stilling til, hvem der har ansvaret for kommunikationen.

De overordnede mål suppleres herunder med mere konkrete mål, der kan følges op af både kvantitative og kvalitative analyser og evalueringer. På den måde overlades kommunikationen ikke til enkeltes subjektive vurdering af, om kommunikationen lykkes eller ej.

Eksempel på overordnet målsætning med kommunikationsindsatsen (Konkrete mål beskrives i parentes):

- At gøre BoPaM til en overordnet paraplyorganisation, der har den sidste nye viden erfaringsmæssigt om børn og pårørende til misbrugere

(Konkrete mål kan være jævnlige opdateringer af hjemmesiden, samarbejde med øvrige foreninger, forskere og faggrupper).

- At gøre opmærksom på de konsekvenser, det har for børn og pårørende at vokse op i en misbrugsfamilie.

(Målgrupperne skal have de rette budskaber)

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

- At børn og pårørende til misbrugere føler, at de har fået en stemme, bliver taget alvorligt og lyttet til.

(Børn og pårørende skal have kanaler, hvor de kan komme til orde og blive hørt)

- At udbrede kendskabet til foreningen.

(Den brede befolkning skal have mulighed for at få noget at vide om foreningen, som er relevant for dem)

- Påvirke politikere og fagpersoner

(At klæde forskellige målgrupper på)

- Informere og provokere bredt og være dagsordensættende

(Foreningen skal omtales i diverse medier og benytte utraditionelle kanaler)

- Bryde vanetænkning

(Information til målgrupperne om, at der er noget vigtigt at tilføje til sin viden)

- Holdningsændring om børn og pårørende til misbrugere hos fagpersoner, institutioner og almindeligt interesserede

(Oplysninger der får folk til at ændre holdning til børn og pårørende)

Mulige hovedprincipper for kommunikationsarbejdet

- Positiv ånd

Al kommunikation fra BoPaM skal så vidt muligt være med fokus på løsninger og ikke på problemer. Foreningen BoPaM er meget mere end tristhed og sygdom

- Troværdig og professionel

BoPaM skal værne om sin uafhængighed fra politiske, religiøse og pengemæssige interesser. De spreder budskaber og viden i forhold til foreningens mission, vision og værdier. Alle kan regne med, at BoPaM giver korrekte oplysninger og straks korrigerer ved fejl

- Dagsordensættende

BoPaM kontakter jævnligt presse, politikere og andre interessenter. BoPaM skal være den forening, folk tænker på, når de hører om børn og pårørende til misbrugere

BoPaM's budskaber

Foreningens hovedbudskab er, at der skal fokus på konsekvenserne af at vokse op i en misbrugsfamilie.

De enkelte delbudskaber til visse målgrupper vil vi se nærmere på herunder, og i bilaget med stakeholderanalysen i skemaform (se bilag 2).

Målgruppesegmentering

Ved vores første møde ville initiativtagerne nå alle grupper med den samme kommunikation frem for definerede målgrupper. De ville kommunikere det samme budskab til alle. Ved at satse så bredt risikerer foreningen, at de ikke når ud til nogen. Forskellige målgrupper har brug for forskellige budskaber.

Det kan være en trussel mod vision, mission og værdier, at foreningen vil henvende sig for bredt med for brede budskaber.

Initiativtagerne mente, at de altid kan begrænse sig, og at det ikke er nogen kunst. Vi ser det derimod som en udfordring at være fokuseret på et afgrænset område til bestemte målgrupper, da der er langt større mulighed for, at den enkelte målgruppe lader sig fange. Det kan betyde, at ingen opfatter budskabet, hvis BoPaM vil ramme alle med det samme budskab.

Som eksempel er vores hjemmeside henvendt til lærere og pædagoger.

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

Det er en faggruppe, som børnene har tæt daglig kontakt til. Lærerne og pædagogerne skal ikke have endnu en opgave som psykolog eller socialrådgiver. Siden skal derimod give dem hurtige råd og redskaber til, hvordan de tackler det enkelte barn fra en misbrugsfamilie.

BoPaM skal også henvende sig til Lærerforeningen, fagbladet Folkeskolen, uddannelsesinstitutioner, CVU m.fl, for at få deres budskaber ud til skoler og institutioner. Målet bør være at ramme de enkelte lærere og pædagoger.

I øjeblikket får gruppen ingen undervisning i at spotte børn af misbrugere.

Pædagoger kan vælge emnet, når de eksempelvis skal skrive bachelorprojekt.

For lærere er det en del af den pædagogisk-psykologiske undervisning, der dog handler om barnets trivsel i almindelighed.

Fokusgruppe

Lærere og pædagoger

For at lave et produkt, der tiltaler pædagoger og lærere, er det nødvendigt at vide, om de har interesse i emnet, hvad de ved og mangler af viden, og hvordan de kan få interesse for en hjemmeside om et emne, som ikke er deres område. Derfor arrangerede vi et fokusgruppemøde med 12 deltagere fra en tilfældigt udvalgt skole, Skovbyskolen i Skovby.

Møde 1

Fremmødet blev dog reduceret til tre på det første møde på grund af en misforståelse lærerne imellem: to pædagoger og en lærer mødte op. På trods af, at fokusgruppen ikke var optimal, gav de fremmødte os alligevel et bud på deres behov. Der var enighed om, at børn af misbrugere er et vigtigt tema, der overses i skoleregi. På skolen kender man ikke umiddelbart til problemet:

Men det kan jo ikke være rigtigt på en skole med 400 elever, at vi skulle leve i et smørhul og ikke kende til problemet

Pia Walmsley, pædagog

Fra gruppen lyder det enstemmigt, at der er brug for at vide noget om tegnene hos misbrugsramte børn. Pædagogerne giver udtryk for, at de ser meget på forældrene og ikke så meget på børnene, selvom "det er logisk, at alkohol- eller stofmisbruget også kommer til syne hos barnet".

De vil gerne vide, hvordan de spotter et barn, der har det svært.

De ved kun lidt om børnene blandt andet, at børn af misbrugere selv kan blive misbrugere.

Jeg gætter på, at børnene kan være meget usynlige og fylder lidt i SFO'en og skolen, fordi de er nødt til at klare sig selv og gøre sig usynlige hjemme. Men jeg tror også, at det modsatte kan være tilfældet, for hvis man skal putte sig hjemme, må man jo have behov for at komme af med en hel masse i skolen.

Pia Walmsley, pædagog

Gruppen efterlyser konkrete værktøjer, fakta, og hvordan man som lærer/pædagog kan drage omsorg for et barn i en misbrugsfamilie.

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

Gruppen efterlyser en beskrivelse af børns adfærd, og hvad det betyder for barnet at vokse op i en misbrugsfamilie. De vil gerne læse cases. Budskabet om, at der findes en hjemmeside, skal ske ved reklame og flyers ifølge de tre fokuspersoner.

Møde 2:

Ved vores andet fokuspå møde dukkede syv lærere og pædagoger op på trods af en aftale om 12 deltagere.

Gruppen er entydigt glade for den direkte henvendelse til dem på forsiden af hjemmesiden. De ønsker ikke yderligere "indfangning" på siden som eksempelvis citerer fra de forskellige cases, som ved opdatering kunne skiftes ud. Det tiltaler dem, at siden er "fri for gejl" og har et seriøst og overskueligt design. Cirka fem deltagere har brugt 5-10 minutter på siden, og alle synes, at de er nået godt omkring på kort tid. Det stemmer overens med vores ambition om, at den skal være hurtig og tilgængelig i en travl hverdag.

Gruppen bryder sig ikke om modelbilleder med mennesker, da det ikke er "virkeligheden". Derfor er de klippet ud af produktionen.

Den grønne baggrund betragtes som yderst læsevenlig og neutral. En mere "poppet" hjemmeside ville ikke virke tillidsvækkende på dem.

Lærerne vil se videoer frem for at høre lyd, fordi det er muligt at vælge mellem det visuelle og at høre efter.

Præsentationen af Bodil Neujahr og de fem videoer med hende havde vi døbt "Lærerværelset". Det falder ikke i god jord hos hverken lærere eller pædagoger.

Lærerne forbinder lærerværelset med rundstykker, kaffe og sladder, mens pædagoger ingen tilknytning har til lærerværelset. Ifølge pædagogerne vil "Lærerværelset" som menupunkt derfor være et turn-off. Desuden forlyder det, at pædagoger mener, at lærere altid får mere opmærksomhed. Vi valgte at ændre "Lærerværelset" til "Skolebænken" og har gennem produktionen taget højde for forskellen mellem de to faggrupper.

De faktuelle oplysninger om misbrug på siden bliver vurderet som nødvendige, da det ridser problemet op.

Det sætter fokus på problematikken om børnene, og man tænker "hold da op", når man læser, at 20 procent står for at konsumere 75 procent af alkoholforbruget.

Jørgen Jespersen, lærer

Gruppen er glad for at blive præsenteret for foreningens vision, mission og værdier, for det beskriver kort, hvad foreningen står for.

Gruppen mener, at der er mange gode elementer på siden. Der mangler dog et menupunkt om signaler, hvor man hurtigt kan gå ind og se, hvad det er, man som lærer og pædagog skal reagere på. Dette er vigtigt, da man i klassens dagligdag hurtigt kan komme til at opfatte unormale ting som normale. Derfor har vi tilføjet signaler som menupunkt.

Stakeholdere

Stakeholderanalysen i bilag 2 er ikke udtømmende, da der findes flere interessenter, blandt andet kan det have en positiv effekt på et lokalområde, at foreningen er der. De stakeholdere, vi har nævnt, kan splittes yderligere op.

Eksempelvis kan børn af misbrugere aldersopdeles. For eksempel kan der på hjemmesiden rettes kommunikation til de 10-14-årige, 15-17-årige, 18-20-årige og

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

voksne børn af alkoholikere, da en 10-årig og 20-årig i langt de fleste tilfælde har brug for noget forskelligt.

Den konkrete kommunikationssituation er afgørende for, om stakeholderne skal deles op i endnu mindre grupper.

Vi har set på stakeholdernes holdning til og indflydelse på foreningen.

Visse stakeholdere kan have både en positiv og negativ holdning til foreningen for eksempel de øvrige foreninger.

Stakeholdernes indflydelse på foreningen kommer an på forholdet til den. For eksempel har politikere og bidragsydere ingen indflydelse på foreningen, da foreningen er politisk og økonomisk uafhængig. Bidragsyderne har indflydelse, da det ret beset er dem, der betaler gildet og afgør, om foreningen kan eksistere – det samme gælder politikernes goodwill overfor projektet. Derfor har gruppen "bidragsydere" i stakeholderanalysen også fået betegnelsen "meget stor indflydelse". Bidragsydernes holdning til foreningen er positiv, idet de støtter den.

Det mener de øvrige foreninger

En stakeholder, der i høj grad skal tages stilling til, er de øvrige foreninger på området. BoPaM vil samarbejde med både eksisterende foreninger og andre interesserede.

Foreningen tror på dens arbejde og mener i kraft af den store viden, Bodil Neujahr har, at foreningen er noget helt unikt, og at de har et vigtigt budskab. Det må anses, at være vigtigste af alt.

Dog er det vigtigt at undersøge mulige samarbejdspartnere/ trusler og tidligt indgå i en dialog med dem for at få mest ud af et muligt samarbejde. De øvrige foreninger er muligheder – men også trusler (se s. 14 f.).

Vi anbefaler, at BoPaM laver en grundig analyse af så mange børn- og pårørendeforeninger og -projekter som muligt, eksempelvis hvad tilbyder foreningerne, hvor strukturerede er deres tilbud, hvad er de enkeltes erfaringer, hvilken viden har de, hvordan kan BoPaM eventuelt bruge den, og hvordan føres tilbuddene ud i livet. Og ikke mindst hvordan kan foreningerne fremover bruge BoPaM. Foreningen skal blive en interesse for andre foreninger – og det kan gøres ved at kommunikere rigtigt og varsomt ud til dem.

Som en begyndelse har vi kontaktet syv landsdækkende organisationer:

IOGT, Lænken, Blå Kors, Familieklubben.dk, KFUM, Unge på Vej og DCAA.

Udfra rundspørgen kan vi ikke konkludere noget endeligt, men organisationernes svar kan give en ide om, hvordan BoPaM opfattes, og hvordan BoPaM skal kommunikere ud til de enkelte foreninger.

De adspurgte foreninger adskiller sig alle fra BoPaM ved at tilbyde hjælp til misbrugerne, men de tilbyder også hjælp til børn og pårørende.

Et flertal af dem kender BoPaM og Bodil Neujahr. Kun en enkelt, DCAA, kender ikke til det nye initiativ. Seks ud af syv foreninger er positive overfor BoPaM som ny forening.

Hvorvidt der er brug for endnu en forening, er der delte meninger om:

DCAA mener, at det kan være svært at få de forskellige foreninger til at samarbejde, da der er mange, og fordi de har hver deres røde tråd og en "jeg har ret"-mentalitet.

John Ebbstrup fra KFUM siger:

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

Jeg kan ikke udtale mig om, hvorvidt der er brug for endnu en paraplyorganisation. Der eksisterer allerede rigtig mange, men jeg har ikke noget overblik over hvor mange.

Det lyder anderledes fra Blå Kors' presseansvarlige Susanne Justensen:

Initiativet kan vi kun støtte. Det er godt, at de kan guide pædagoger og lærere til at hjælpe børn af misbrugere.

Det samme lyder fra IOGT, der kalder tiden moden til en paraplyorganisation som BoPaM. Først var der kun fokus på misbrugeren, så på ægtefællen, og nu er børn og unge i fokus, siger formand Anne Sørensen.

Lænken mener, at der er et stort behov for foreningen, da der er "elendighed nok til alle". Endvidere lyder det: Vi samarbejder mere end nogensinde. Det handler om at samle tilbudene og kræfterne. Lænken har som sådan ingen holdning til en ny forening, men det er klart en samarbejdspartner.

Ingen af organisationerne betegner sig som konkurrenter. Familieklubben.dk mener dog, at man ikke kan undgå konkurrence, når det gælder om at søge og få bevillinger til arbejdet, men man vil støtte og bruge hinanden i det vigtige arbejde.

Vi vil ikke missionere, at vi har ret og er bedre end alle andre

Kaj Bang Petersen, BoPaM

Kajs citat er et vigtigt budskab til eksempelvis DCAA. Andre etablerede foreninger kan have brug for andre budskaber – idet de skal få interesse i at dele deres viden med BoPaM. Umiddelbart kan det øvrige marked som trussel minimeres ved, at BoPaM kommunikerer ud som samlende organisation, der har brug for alle input for at fuldføre sin vision. For de øvrige organisationer kan BoPaM være en mulighed for at få spredt netop deres projekt og viden til resten af landet.

Liste over foreninger for børn og pårørende

Flere foreninger hjælper børn og pårørende til misbrugere. Nogle tilbyder lejre for misbrugsramte børn, andre samtaleterapi, gruppeterapi og selvhjælpsgrupper. Her følger en liste, der giver indblik i samarbejdsmuligheder for BoPaM:

Lands-, lokalforeninger og diverse projekter:

Blå Kors – Landsdækkende

TUBA – rådgivning til unge under Blå Kors, er til stede i København, Århus, Hirtshals, Frederikshavn, Ålborg - og er ved at åbne på Bornholm og i Odense

Hope - Landsdækkende

Unge på Vej - Landsdækkende

Ala-teen - Landsdækkende

KFUM - Landsdækkende

Lænken - Landsdækkende

Alkoholpolitisk Landsråd - Landsdækkende

IOGT - Landsdækkende

Familieklub.dk – Landsdækkende

FamilieCentret, Egtved

DCAA – Landsdækkende

Tur/Retur96 - Svendborg

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

Misbrugsfamilier.dk - Landsdækkende
Vejle-modellen - Vejle
Café Væxt – Aalborg
De enkelte kommuners tilbud – Lokalt
Al-anon Familiegrupper – Landsdækkende
Fortrolighed – Landsdækkende
Tværs – Landsdækkende
Alkolinjen – Landsdækkende
Netværkskontakten – Odense
Alkoholheden - København
ASF - landsdækkende

Mange af de landsdækkende organisationer dækker lokalområder med tilbud eksempelvis KFUM og Blå Kors' har cafeer rundt i landet. Listen er langt fra udtømmende.

Forskernes vurdering

Konsulent Jette Nyboe fra Styrelsen for Specialrådgivning og Social Service kortlagde fra 2003 til 2005 landsdækkende offentlige tiltag og tilbud til børn og unge i familier med alkoholmisbrug. Konklusionen var, at der manglede strukturerede tilbud på området.

Jette Nyboe mener, at der er kommet langt mere fokus på den tværfaglige indsats i dag blandt andet ved Sundhedsstyrelsens nationale projekt.

En ny forening for børn og pårørende kan kun gavne, mener Jette Nyboe:

Der er ingen brugerforeninger på alkoholområdet, som der er for pårørende til sindslidende og stofmisbrugere. Det er utroligt vigtigt, at der er en forening, der taler brugernes sag – også politisk. De store organisationer som KFUM og Lænken har meget fokus på de mest udsatte.

Jette

Nyboe

En ny forening kan i høj grad være en hjælp i forskningen på området. Styrelsen samarbejder gerne med brugerforeninger, da det giver forskerne en større kontaktflade. En forening kan være meget værdifuld, især hvis den er indstillet på at gå ind i en dialog:

Foreningen skal kunne se ud over dens egen næsetip. Det kan give en ny og meget værdifuld indsamling af viden.

Jette Nyboe.

Specialkonsulent Kit Broholm varetager Sundhedsstyrelsens nationale projekt, der fortsætter til 2008. Projektet er i forbindelse med kommunalreformen overgået fra amterne til kommunerne.

Det kan få både positive og negative konsekvenser for projektet.

Kommunerne kan få øjnene op for, hvor vigtig alkoholbehandlingen er.

På den anden side er systemet ikke vant til at håndtere behandlingen. Der er risiko for, at det faglige overblik smuldrer og spaltes op i mange små enheder. Der kan også være en risiko for, at de børne-familiesagkyndige bliver opslugt i det øvrige personale, fordi der er hårdt brug for hænder.

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

Kit Broholm vurderer, at der er et stort behov for hjælp til en stor gruppe mennesker, der hidtil har været ret usynlige.

For et muligt samarbejde mellem Sundhedsstyrelsen og BoPaM, kommer det an på om foreningen er

- Kvalificeret og har ressourcer fagligt, menneskeligt og økonomisk
- Kan tilbyde undervisning og sparring
- I stand til at samarbejde med kommunerne, så den tværfaglige indsats styrkes endnu mere

Psykiater og speciallæge på Hvidovre Hospital, Henrik Rindom, mener ikke, at endnu en forening på børn og pårørendeområdet vil være nok til at afhjælpe de mange katastrofer, der sker rundt om i hjemmene i Danmark.

Der er rigtig mange børn og unge, der lider under et misbrug i hjemmet. I Danmark er vi alt for dårlige til den familiemæssige behandling, og der bliver langt fra afsat nok ressourcer på området.

Speciallæge Henrik Rindom

Han mener, at der skal langt mere benarbejde til at ændre holdningen til misbrugerne og deres familier både blandt de berørte men også i den brede befolkning, og det kan en forening bidrage til.

Ifølge Henrik Rindom er det meget skamfuldt for mange pårørende at erkende, at et familiemedlem har et problem. Han mener, at det er fordømmene, der taler på misbrugsområdet. Det er nemlig de færreste, der forstår, hvad et misbrug vil sige, og derfor bygger mange deres forestilling på baggrund af moralbegreber i stedet for faktisk forståelse.

Ud fra de eksisterende foreningers og forskernes vurdering mener vi, at BoPaM har et vigtigt budskab om børn og pårørende, der tidligere har været overset. Gruppen har gemt sig blandt andet på grund af skam og frygt for andre menneskers reaktioner. Foreningens succes afhænger af, om BoPaM formår at kommunikere sine budskaber til enkelte målgrupper og stakeholdere. Foreningen skal desuden turde gå nye veje, bryde fordomme hos både de berørte og den brede befolkning, være provokerende samtidig med, at de er troværdige. Overstående er, hvad foreningen ønsker. Den vil være dagsordensættende, provokerende, troværdig, vanebrydende og tænke anderledes, som det fremgår af mission, vision og værdier og målet med kommunikationsindsatsen. At ville noget er én ting, noget andet er at føre ønskerne ud i livet.

Krisekommunikation

Forvent det utænkelige

På trods af behovet for foreningen, bør det utænkelige forventes.

Initiativtagerne til BoPaM mener ikke, at der er noget, der umiddelbart kan true foreningen. Det er dog vigtigt at huske, at tingene og omverdenen kan arte sig anderledes end ventet.

Alene dét, at foreningen arbejder med mennesker, gør, at den kan komme i krise. Det kan ske for enhver organisation. Det er vigtigt at være forberedt, før krisen banker på. Hvis det sker, skal der altid kommunikeres internt om problemet i foreningen

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

først, så frivillige ikke overraskes af en avisforside. Foreningen skal tage stilling til, hvem der står frem i en given situation og tager sig af pressen. Der skal udpeges en ansvarlig internt som eksternt.

For at være forberedt på det værst tænkelige, kan der formuleres mulige krisescenarier, og pressemateriale kan forberedes. Vi vil ikke her komme nærmere ind på krisekommunikation, da foreningen først skal etableres. BoPaM bør dog forvente det utænkelige frem for at blive overrasket af det. For at forebygge kriser er en god mediestrategi alfa og omega.

Medier og værktøjer

Mediestrategi

Medierne er ét af de værktøjer, som foreningen i høj grad vil benytte sig af. I uge 40, når foreningen går i luften, vil BoPaM "markedsføre" sig selv ved, at foreningen fortæller om dens viden, og de frivillige fortæller deres historier. Målet er at komme i diverse morgen- og aftenshows på TV og i lokale og landsdækkende aviser. BoPaM kan dog risikere, at for eksempel TV2 ikke er interesseret i at få foreningen i Go'Morgen Danmark, hvis de aftenen før har været i Aftenshowet på DR. Der skal tilbydes nye vinkler til de enkelte programmer, for eksempel kan det én aften være nyheden om foreningen og omfanget af problemet for børn og pårørende. Næste aften kan det være en casehistorie og følgerne af at være overset som barn af en misbruger. At håndtere medierne kræver kendskab til journalisters arbejdsproces, en god mediestrategi og forberedelse.

Som regel går journalister ikke nogens ærinde – hermed ikke sagt, at der ikke er brodne kar. Hvis man er ophav til gode historier, er der en chance for, at det er lettere for kilden at få journalisten til at høre på sin sag.

For et godt forhold til medierne er det nødvendigt at forstå og acceptere mediernes rolle i samfundet:

- Forsøg ikke umiddelbart at styre mediernes måde at bruge foreningens informationer på.
- Vær åben og tag hensyn til mediernes arbejdsmetoder og deadlines.
- Ved gennemlæsning: kun faktuelle fejl og mangler rettes. Der er ingen formel ret til at forlange ændringer – aftal i forvejen med journalisten, om artiklen skal til gennemlæsning.
- Vær klar og tydelig i besvarelsen af spørgsmål. Det kan styrke en histories vinkel og sikre den en markant plads i det pågældende medie. Her skal det overvejes, hvordan BoPaM vil fremstå som kilde. Ved at besvare spørgsmål bredt og ufokuseret, kan BoPaM risikere, at informationerne kun bruges perifert, fordi de ikke kan bære en skarp vinkling. Men ved skarpvinkling er der også risiko for at give et forkeret billede af BoPaM. Det skal overvejes i den enkelte situation.

Det er det vigtigt med nye vinkler om, hvad der skal gøres for børn i misbrugsfamilier. En nyhed om et stort pilleforbrug i Danmark skal eksempelvis følges op. Den kan dagen efter kaste en ny vinkel af sig, som BoPaM melder ud, ved at ringe til journalisten på det pågældende medie. BoPaM kunne byde ind med en vinkel som "Børn svigtes af forældre med pillemisbrug".

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

Også en historie om, at flere piger skærer i sig selv, skal få BoPaM til at reagere. Det betyder, at foreningens kommunikationsansvarlige skal holde sig orienteret i den daglige nyhedsstrøm.

Det er også vigtigt at kende den gode historie, som ofte er ny, overraskende, provokerende og tankevækkende. Skriv ikke til et medie for at gøre opmærksom på foreningen. For mange irrelevante informationer til medierne kan øge en eventuel metaltræthed. Kontakt derimod et medie, når BoPaM har en klar historie. Det øger chancen for at blive udvalgt.

Sælg desuden den helt store og landsdækkende historie solo. Så vil andre medier højst sandsynligt følge efter.

BoPaM har masser af historier at fodre pressen med – medlemmernes og de frivilliges. Foreningen kan desuden lave undersøgelser og statistikker blandt medlemmerne og de frivillige, som kan skabe opmærksomhed og skabe historier i medierne. De personlige casehistorier kan sættes i system, så foreningen kan trække på dem, når medierne ringer.

Hvordan bliver man dagsordensættende?

BoPaM vil være meningsdannere og dagsordensættende.

I artiklen "Alle har en dagsorden. Nogle har en dagsorden, som sætter dagsorden", kommer Troels Johannesen og Jakob Ebeling ind på, at blandt andre humanitære organisationer konstant er på valg. Medlemsskabet revurderes, hvis der ikke er en klar profil af foreningen i medierne. De mener, at medlemsorganisationerne skal opruste i forhold til kommunikation til medlemmerne. For mange foreningers vedkommende bygges der på et udbredt medlemsdemokrati og langsomme beslutningsgange. Det samme gælder i BoPaM. Derfor handler det om, at de demokratisk valgte ledere formår at modernisere organisationen og indtænke *målgrupper, mediehandling og direkte kommunikation*.

Tre formål ved at være en markant aktør i medierne:

1. Medlemmerne får noget for deres kontingentkroner
2. Betydeligt rekrutteringspotentiale
3. Hurtig vej til at få politikernes opmærksomhed

I forhold til at kontakte medierne i uge 40 bør BoPaM have interessante historier på lager. De første historier skal spredes i uge 39. Foreningen har i uge 40 mulighed for adskillige opfølgninger, da det er Sundhedsstyrelsens alkoholuge.

Ekstern og intern kommunikation

Vi mener, at BoPaM kan have glæde af at skelne mellem ekstern og intern kommunikation i visse sammenhænge, selvom medlemmerne i høj grad skal have samme informationer som de frivillige.

Intern kommunikation kan hjælpe de frivillige til at skabe og opretholde deres engagement. Initiativtagerne giver udtryk for, at alle har mange gode ideer og kan føle sig bremset, idet det er vigtigst at få grundlaget på plads først. De frivillige får udsendt nyhedsbreve per mail og er dermed underrettet om, hvad der foregår. Det er et hurtigt og billigt redskab, men der er ingen umiddelbar responsmulighed. Et internt netforum kunne måske sætte endnu mere skub i tingene og de gode ideer, som så kan deles med andre.

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

Den interne kommunikation kan på sigt øges til at omfatte intranet, eller en del af hjemmesiden kan kræve login. Her er mulighed for interaktivitet, hvor de frivillige kan drage nytte af hinanden.

Her kunne også oprettes et internt chatforum, hvor børn og unge kunne tale sammen, så udestående ikke fristes til at udnytte børn, der har det svært i forvejen.

Vi anbefaler en opdeling af intern og ekstern kommunikation i foreningen.

De frivillige skal informeres af en ildsjæl, der ved, hvad det vil sige at vokse op i en misbrugsfamilie.

Den kommunikationsansvarlige udadtil bør derimod være en stærk og troværdig person, der ikke lader følelserne løbe af med sig jvf. værdigrundlaget for kommunikationen.

Det er vigtigt at få udpeget disse personer hurtigst muligt, så BoPaM kan komme i gang med det forberedende arbejde.

Kritik af eksisterende materiale

Flyer

BoPaM har udviklet en foreløbig flyer, som skal uddeles til interesserede.

Billedet og overskriften signalerer umiddelbart abort/graviditet.

Foreningens frivillige har diskuteret, at billedet kan give associationer til abort, men har valgt at gå videre med billedet, da foreningen "fødes", og fordi 400 børn hvert år fødes med Føtal Alkohol Syndrom som følge af en mor, der har drukket for meget under graviditeten.

Vi mener ikke, at argumentationen holder, da vi lever i en tid, hvor vi bombarderes med reklamer og budskaber. Flyeren skal være skarp i første hug, især da foreningen har fået finansieret at få den trykt. Det ville være synd at sende en flyer på gaden, som ikke virker efter hensigten og dermed spilde 30.000 kroner.

Billedet og overskriften skal hænge sammen med budskabet om, at foreningen vil have fokus på konsekvenserne af at vokse op i en misbrugsfamilie, og det er ikke tilfældet her.

I teksten på bagsiden er der brugt floskler som "Tiden er inde og sammen bliver vi stærke". Det siger ikke noget og er brugt mange gange før.

På flyeren skal foreningens budskaber og seriøsitet brænde igennem og skal være identitetsskabende for læseren.

BoPaM vil sætte foreningens logo på forsiden, og gøre teksten i toppen mindre, inden flyeren trykkes igen.

Vores forslag til BoPaM er at ændre billedsiden og skrive en mere letlæst tekst. Se forslaget til en flyer i bilag 3.



Logo

Logoet til højre er demokratisk valgt mellem 15 forskellige forslag, som de frivillige i foreningen har indsendt. Logoet skal sende et klart signal om, hvad foreningen står for. Udfra vores tolkning af logoet kan der være religiøse undertoner i måden, som hænderne rækker op mod ordet BoPaM – det kan give associationer til Jehovas Vidner. Foreningen mener, at hænderne rækker ud efter BoPaM for hjælp. Symbolikken i en barnehånd og to voksenhænder kan gå tabt for mennesker, der ikke har forhåndskendskab til BoPaM og kan give forskellige associationer, alt efter hvem man er.



Logoet har et vist særpræg, som er vigtigt for et logo, men de mange detaljer kan gøre, at det er svært at huske. Logoet er håndtegnet, og det kan gøre det svært at bruge på en hjemmeside, hvis det skal bruges med gennemsigtig baggrund. For mange pixels i den indscannede tegning vil ikke kunne gøres gennemsigtige uden tidskrævende arbejde, da der er mange nuancer af hvid, og flere "huller" i den sorte tegning, der ikke er samme hvid som resten af logoets baggrund. Vi har set foreningens 15 forskellige logoer igennem og valgt ét, som vi har redigeret yderligere i.

I vores forslag er bogstaverne rykket sammen som symbol på sammenhold. Farven på hoveddelen af logoet er grøn, håbets farve. Der er fjernet en taleboble i forhold til det forslag, som vi har taget udgangspunkt i. Taleboblen er et enkelt symbol på det, foreningen står for: dialog og "det at komme til orde".

Baggrunden på logoet er gennemsigtig, så det kan bruges på enhver hjemmeside og som brevhoved. Vi har valgt at sætte foreningens nuværende logo ind på multimedieproduktionen, så foreningen kan bruge sit eget logo på hovedsiden.

SWOT-analyse

En SWOT-analyse kan give BoPaM et indblik i, hvad der er foreningens styrker og svagheder internt, og hvad der er foreningens muligheder og trusler eksternt. Analysen kan hjælpe, når der skal træffes strategiske valg og prioriteringer. Gennem overvejelserne får foreningen indsigt i, hvordan en bestemt egenskab kan være både en styrke og en svaghed, og hvornår den er hvad.

Blandt andet kan de frivilliges engagement være både en styrke og en svaghed. Det kan trække foreningen både i en positiv og negativ retning, da de frivillige kan sætte for meget i gang på samme tid. Dermed kan BoPaM tabe det store overblik.

Listen er ikke udtømmende, men kan give større klarhed over, hvor den står.

Analysen kan også inspirere til nye initiativer, som tidligere er overset.

Styrke/svaghedsdelen kan give et indblik i, hvor godt foreningen er klædt på til at udnytte de muligheder, der er, og hvor der skal sættes ind for at udbedre svaghederne:

Styrker

Foreningens erfaring og viden

Ildsjæle og deres arbejde

Et overordnet fokus – ingen selvhjælpsgruppe

Mange målgrupper

Kommunikationsrapport for BoPaM. Eksamensprojekt på Danmarks Journalisthøjskole, 7. semester kommunikation, forår 2007.

Lavet af: Lise N. Jensen (lisen@mail.djh.dk) – Michael Sørensen-Bech (michael@mrsb.dk)

De frivillige kommer fra alle sociale lag i samfundet

Mange ideer

Stort engagement

Overordnet viden om regnskaber, søgning af fonde med mere.

Kan hjælpe de berørte på længere sigt

Kan give redskaber til fagpersoner

Kan samle og skabe ny viden

Svagheder

Det store engagement kan trække i alt for mange retninger på for kort tid.

Har et stort fokus – mange målgrupper

Foreningen planlægger ting, der skal ske langt ud i fremtiden

Tingene kan ske for hurtigt og uovervejede

De frivillige er ofte dybt følelsesmæssigt engageret

De frivillige kan forsømme arbejdet

Muligheder

Fokus på et underbelyst område

Andres viden og forskning

Kan nå ud af mange kanaler - landsdækkende

Samarbejde med eksisterende foreninger, der ligger inde med viden

Misbrugsforeninger

Samarbejde med politikere

Faggrupper er positive og mangler værktøjer

Medierne kan se og skrive de gode historier

Trusler

Foreninger, der allerede hjælper børn og pårørende af misbrugere

Mulige finansieringsproblemer, da der er mange foreninger om de penge, der er.

Landsdækkende – svært at komme ud i lokalsamfundene

Budskaberne drukner i andre foreningers budskaber

Fagpersoner og institutioner kan være negative overfor foreningen, fordi de mener, at de ved nok

Andre foredragsholdere og videns- og forskningsenheder

Manglende mulighed for at komme i medierne

Forslag

Kanaler

En hjemmeside med blandt andet multimedieproduktioner og en speciel presseside er foreningens hovedkanal, da foreningens mål er, at hjemmesiden skal blive foreningens centrale omdrejningspunkt.

Udover denne og diverse medier, kan BoPaM benytte andre medier og værktøjer til at nå og fastholde sine målgrupper:

Eksterne kanaler:

- Elektroniske medier som cd-rom og dvd – de kan stiles til enkelte faggrupper og omhandle, hvad faggruppen kan gøre for at afhjælpe konsekvenserne for børn i misbrugsfamilier. Det er mere visuelt og interessant end teksttungt materiale som Sundhedsstyrelsen 16-siders tilbud til lærere og institutionsfolk

- Teater og rollespil kan synliggøre og sætte fokus på problemet for voksne og børn på en anderledes og kreativ måde
- Annoncer er dyre, men ses af mange og kan påvirke mange, og foreningen kan selv kontrollere, hvordan den fremstår. I begyndelsen er det en dyr kanal, men den kan blive aktuel på længere sigt
- I Uge 40 går BoPaM i luften. Foreningen skal hægte sig på Sundhedsstyrelsens hjemmeside og det nationale projekt. Der skal mindst være et link på styrelsens hjemmeside
- De Børne-familiesagkyndige kan blive en vigtig brik for at få foreningens budskaber ud i landet. Danskerne skal vide, at foreningen er der efter det nationale projekt er slut
- Der skal linkes til BoPaM fra andre foreningers hjemmeside
- DR2' s udsendelse om børn af misbrugere i oktober er en mulighed for at vise flaget for BoPaM.
- Events i lokalsamfundet – ikke kun i Vejle
- Eventuelt eget blad
- Fagblade som Socialpædagogen, Ugeskrift for Læger, Folkeskolen, Sygeplejesken osv
- Ugeaviser, der læses af mange, og hvor journalisten sjældent griber ind, men sender den udsendte pressemeddelelse mere eller mindre i avisen
- Udover flyerer skal der udarbejdes forskellige pjecer/reklame til forskellige målgrupper – eventuelt for at lokke dem ind på hjemmesiden

Interne kanaler:

- Konkurrencer eventuelt i kunst og andre kreative ting for at holde fokus på de positive evner, som børn og pårørende til misbrugere har. Det kan også give ekstern interesse. På børnenes side kan der være tale om at præmiere ugens tegning, ugens foto eller andre kreative projekter
- Ved nyheder om foreningen: Sms-service til de frivillige og på længere sigt medlemmerne

Kommunikationsforbedringer

Foreningen har mange ideer, og vi har ikke kunnet nå at sætte os ind i alt, hvad der rører sig i den kommende forening. Vi vil her give nogle bud på kommunikationsmæssige forbedringer og tiltag:

- Den store iderigdom skal samles og skrives ned, så den kan udnyttes senere
- Foreningen har udarbejdet et Gantt-kort over etablering af foreningen, hjemmesiden, PR-aktiviteter og fundraising. Et Gantt-kort er en god ide, der giver en kontrol med uddelegerede opgaver. Det gør det let for de involverede at se, hvornår de skal passe deres del af en opgave, og hvornår de skal være færdige. Foreningen har delt tiden op i måneder – vi foreslår en ugeopdeling, da der kun er fire måneder til foreningens opstart. Vi mener, at et uddybende Gantt-kort om hjemmeside og PR-aktiviteter vil være en fordel, så langt flere opgaver kan beskrives
- Ansættelse af en fast kommunikationsrådgiver. Der er også mulighed for at hyre et bureau eller en freelancer i et halvt år. Langt det meste af BoPaM' s arbejde er kommunikation. Hvis foreningen vælger at ansætte en freelancejournalist i et halvt år, kan han eller hun uddanne en gruppe af frivillige i journalistik og kommunikation, så de kan varetage en del af opgaverne. Vi råder dog til, at den

overordnede kommunikation varetages af en kommunikationsrådgiver, der arbejder tæt sammen med initiativtagerne og arbejdsgruppen i opstartsfasen, så den professionelle tilgang bevares

- Foreningen skal turde bryde normerne, fortælle de skæve historier og gøre op med de fordomme, som folk har om misbrug. En intern journalist kunne eksempelvis følge en pårørende i en misbrugsfamilie i længere tid. En pårørende kunne også udstyres med et kamera og selv tage billeder af sit liv. Foreningen skal kort sagt sørge for, at børn og pårørende kommer til orde
- Hovedhjemmeside skal dække børn og pårørende til misbrugsfamilier, hvor rusmidlet har været både piller, narko og alkohol
- Udarbejdelse af en medieliste over alle relevante medier, der kan deles op i kategorier landsdækkende, lokale, fagblade mm. Det giver overblik over foreningens mediekkanaler

Succeskriterier

Det er vigtigt at måle, om foreningen opnår dét, som den ønsker, til tiden. Det kan løbende forbedre kommunikationen. En overordnet målsætning kan være svær at sætte ord på. Derfor er det vigtigt at have konkrete mål, der kan måles både kvalitativt og kvantitativt.

Eksempelvis kan foreningen udarbejde spørgeskemaer til diverse målgrupper et år efter start, hvor målgruppen bliver spurgt, om den har fået de budskaber, der var intentionen, og om målgruppen har brugt dem.

Hvis det ikke er sket, kan målgruppen undersøges nærmere, og kommunikation tænkes på en anden måde.

På foreningens hovedhjemmeside kan der et år efter opstart laves en undersøgelse om, hvad brugerne synes om hjemmesiden. Det samme kan ske på eventuelle undersider til målgrupper såsom lærere og pædagoger, socialrådgivere, læger og psykologer.

Med et internt statistikmodul på hjemmesiden kan BoPaM holde styr på, hvor mange, der besøger de enkelte sider, hvilke sider og i hvilken rækkefølge, en såkaldt "visit path".

Foreningen kan også lave en kvalitativ evaluering af hjemmesiden via fokusgrupper, som kan fortælle, hvad de synes om og ikke synes om.

Et andet succeskriterium kan være, hvor ofte BoPaM er i medierne. Her kan man allerede efter uge 40 evaluere, om det lykkedes at komme i de ønskede medier.

Om der sker holdningsændringer hos visse målgrupper, kan undersøges ved fokusgrupper og spørgeskemaer til begrænsede grupper.

Stakeholder:	Indflydelse (lille/stor)	Holdning (pos./neg.)	Delbudskaber
Børn af misbrugere:	++	++	Du er ikke alene, og du kan få hjælp, og andre er kommet videre.
De vigtigste øvrige pårørende: Ægtefælle/kæreste Søskende Forældre Øvrig familie Plejefamilier	++	++	Du skal ikke støtte misbrugeren eller misbruget, du skal komme videre med dit eget liv, hjælp børnene, du er den voksne.
Internt i BoPaM: Frivillige Medlemmer Bestyrelsen Initiativtagerne	++ + ++ ++	+ + +/- ++	I er vigtige for foreningens virke, det går fremad på grund af jer.
Samfundet: Lærere og pædagoger Sundhedspersonale Sagsbehandlere Skoler	-- 0 0 -	0 + - 0/+	I skal være bedre til at opdage, når et barn eller en voksen har problemer med at en nær er misbruger.
Mulige partnere: Misbrugsforeninger Andre børn og pårørendeforeninger Sundhedsstyrelsen	+ ++ +	+/- +/- 0/+	I kan henvise misbrugernes børn og pårørende til os. I kan blive bedre klædt på til at hjælpe misbrugernes børn og pårørende.
Medier, TV, avis, radio: Lokale Landsdækkende Fagblade	0 0 0	+/- +/- 0	I kan trygt henvende jer til os. Vi ved alt, hvad der skal vides om området. Og vi har casene både lokalt og nationalt. "Vi har den nyeste viden".
Politikere: Sundhedsudv. i FT Socialudv. I FT Ordførere i FT	0 0 0	+/- +/- +/-	Der er brug for anderledes tænkning indenfor behandling af pårørende og børn af misbrugere. I skal lytte til os, for vi vil hjælpe bedst muligt til at skabe ny viden og forskning.
Forskere: Rusmiddelforskere Misbrugsforskere	++ ++	++ ++	BoPaM er interesserede i at formidle jeres resultater, så de kan gavne alle faggrupper. Gratis. Dette er en ny kanal for jer.
Bidragydere: EU Fonde Staten	++ ++ ++	++ ++ ++	I kan være med til at skabe grundlag for ny forskning og viden, og samtidig gøre noget godt for samfundet. Og være med til at skabe bedre forhold

Private	++	++	for fremtidige generationer.
Potentielle medlemmer: (resterende omverden)	0	0	Du kan være med til at gøre en forskel.

Signaturforklaring:

++: Meget stor indflydelse / Meget positiv holdning

+ : Stor indflydelse / Positiv holdning

0 : Neutral indflydelse / Neutral holdning

- : Lille indflydelse / Negativ holdning

-- : Ingen indflydelse / Meget negativ holdning