

EUROOPA SOLIDAARSUSKORPUS KOMMUNIKATSIOONIKAMPAANIA

PR / Sotsiaal/vastutustundlik
kommunikatsioon

KOKKUVÕTE

Kui paljudes riikides on vabatahtlikuna panustamine tavapärane osa inimeste igapäevaelust, siis Eestis ei ole see veel normaalsuseks muutunud – vabatahtlikuna töötavad meil pigem inimesed, kes saavad seda endale lubada põhitöö asemel või hobi korras. Euroopa Solidaarsuskorpuse kommunikatsioonikampaania eesmärgiks oli seda suhtumist muuta ning tuua vabatahtliku töö kaudu esile muutusi ühiskonnas.

TAUST

Euroopa Solidaarsuskorpus on ELi uus programm, mis pakub noortele erinevaid võimalusi vabatahtlike värbamiseks ja kohaliku elu edendavate projektide rahastamiseks, kuid bürokraatlikust masinavärgist läbinärimine, projekti kirjutamine ja rahastuse taotlemine on üsna keeruline. Viisime perioodil septembrist detsembrini läbi kampaania, mille käigus värbasime erinevate kommunikatsiooni-tegevuste, ürituste, koolituste kaudu ning *influencerite* toel uusi noori ja organisatsioone, kes löövad kaasa vabatahtlikus töös ning muudavad paremaks elu oma kodukohas või panustavad ühiskonna arengusse kodust kaugemal.

EESMÄRGID

- Edendada noorte sotsiaalset närvi ja aktiivset osalemist ühiskonnas
- Tugevdada kogukondi ja lahendada reaalseid probleeme, eelkõige maapiirkondades
- Tõsta noorte teadlikkust vabatahtliku töö võimaluste ja eeliste osas
- Toetada noorte isiklikku arengut, kaasates neid elukeskkonda paremaks muutvatesse projektidesse
- Värvata Euroopa Solidaarsuskorpusesse uusi liikmeid
- Kasvatada organisatsioonide arvu, kes võtavad vabatahtlikke Eestis vastu või saadavad välja, värbavad noori töö- ja praktikaprojektidesse ning löövad kaasa kohalike solidaarsusprojektide elluviimisel
- Lihtsustada ELi programmist arusaamist ning toetada projektide kirjutamist ja elluviimist



STRATEEGIA

Kuna sihtrühmaks olid noored, siis kasutasime neile olulisi kommunikatsioonikanaleid – suurim osa kommunikatsioonist toimus digikanalites (Youtube, Instagram, Facebook, Google Display võrgustik, Postimees, Delfi), tegime koostööd noorte jaoks oluliste sotsiaalmeediamõjutajatega ja korraldasime üritusi, mis aitasid noori projektide kirjutamisel, rahastuse taotlemisel ja meeskondade komplekteerimisel, pakkudes lisaks ka enesearengut ja meelelahutust.

TAKTIKA

- Kuna ESK programmil on kolm erinevat osa, siis jagasime kampaania etappideks, et lihtsustada sõnumite edastamist
- Esimene projekti faas keskendus kohalikele solidaarsusprojektidele – jagasime sihtrühmaga juba ellu viidud projekte, mille algatajad jagasid oma kogemust, inspireerides teisi noori ka oma kodukohas probleeme märkama ja neile lahendusi otsima
- Korraldasime inspiratsioonipäeva ja ideede inkubaatori, aitasime meeskondade komplekteerimisel, mentorid abistasid noori ideest rahastuse taotlemiseni ja projekti äratagemiseni
- Tegime koostööd noorte hulgas populaarsete mõjutajatega, kes rääkisid oma vabatahtliku töö kogemusest ja aktiveerisid projektis osalema
- Projekti teises faasis tutvustasime vabatahtliku töö ja praktikaprojektide võimalusi üle kogu maailma. Ajakirjanduses said sõna Eestis töötavad välismaalastest vabatahtlikud ja Eesti noored, kellel vabatahtliku töö kogemus piiri tagant. Lugude jutustamine aitas värvata uusi liikmeid vabatahtlikku teenistusse
- Projekti kolmanda osana nõustasime organisatsioone, et suurendada selliste vabaühenduste, ettevõtete ja asutuste arvu, kes panustavad ühiskonna arengusse, värvates vabatahtlikke noori või toetades nende läbiviidavaid projekte
- Kampaania lõppes vabatahtlike tunnustamise üritusega ja tegevused vabatahtlike kogukonna arendamisel ning ühiskonna arendamisel jätkuvad ka tulevikus

Sihtrühm: noored vanuses 18-30

Kampaania aeg: september-detsember 2018

Eelarve: 20 000 € +km (sh ürituste korraldamine)