

Terre des Hommes (www.terredeshommes.nl)

Kinderhulporganisatie Terre des Hommes stopt uitbuiting van kinderen (zoals kinderprostitutie, kinderhandel en kinderslavernij) in ontwikkelingslanden. Met projecten op het gebied van onderwijs, gezondheid en microkrediet maken we kansarme kinderen weer kansrijk. Terre des Hommes steunt in vier werelddelen meer dan driehonderd projecten die worden bedacht, opgezet én uitgevoerd door de lokale projectpartners. De projecten sluiten dus nauw aan bij de problemen van de lokale bevolking.

Inleiding

(Potentiële) donateurs willen zien waar ze hun geld aan geven, ze willen meer betrokken zijn bij hun donatie en meer beleving zorgt voor een grotere kans tot donatie.

Deze factoren dragen eraan bij dat Terre des Hommes een interactieve video gaat inzetten om (potentiële) donateurs aan haar projecten te binden. Binnen de interactieve video wordt de (potentiële) donateur meegenomen in het leven van één of meerdere kinderen binnen een project van Terre des Hommes. Op meerdere momenten binnen de interactieve video kan de (potentiële) donateur invloed uitoefenen op het verloop van het leven van deze kinderen. Hierdoor wordt de (potentiële) donateur voor zijn/haar gevoel onderdeel van het leven van de kinderen en zal eerder geneigd zijn een donatie te doen. De donatie is tevens een moment binnen de interactieve video en is daarmee een belangrijke factor binnen het verloop van het leven van de kinderen binnen de interactieve video.

Type actie

Het creëren van een interactieve video die (potentiële) donateurs meeneemt in het werk van Terre des Hommes en de (potentiële) donateur het gevoel geeft hier invloed op uit te oefenen. De interactieve video moet een wervend karakter hebben maar even belangrijk een zo goed mogelijk beeld geven van het leven van kinderen binnen Terre des Hommes projecten.

Actieperiode

Start ontwikkeling interactieve video; september 2010, einddatum nog nader te bepalen.

Doelgroep

Primaire doelgroep Terre des Hommes: particuliere markt 18+, met accent op jonge gezinnen en 55 plussers. Betrokken mensen, hoger opgeleid, hoger inkomen. Gaan voor inhoud, concrete, bewezen resultaten.

Uitingen Terre des Hommes

Kinderuitbuiting is een centraal aandachtsgebied binnen het werk van Terre des Hommes en een begrip dat we claimen. De centrale boodschap in massamedia is dan ook: Terre des Hommes stopt kinderuitbuiting. In de zogenaamde 'tweedelijns communicatie' volgt de verdere uitleg over het werk en de doelstellingen van Terre des Hommes. Deze positionering wordt vertaald in campagnes die een zogenaamd 'schurend' effect hebben. De beelden zijn confronterend, laten de harde werkelijkheid zien van kinderen die worden uitgebuit. Maar we laten ook zien wat het publiek aan het probleem kan doen. Onder het motto 'Jouw geld/sms verandert een leven' kan het publiek direct het resultaat zien van hun inzet en het werk van Terre des Hommes. Recent voorbeeld:

<http://www.terredeshommes.nl/stopseksueleuitbuiting>.

Wat moet men terugkoppelen bij Terre des Hommes:

1. Kinderen
2. Uitbuiting
3. Resultaatgericht (Terre des Hommes is een doener met concrete resultaten)
4. Is ergens anders (internationaal)
5. Confronterend (schurend, maar niet schreeuwend)

Doel / Doelstelling

- Het creëren van een pilot interactieve Terre des Hommes video's;
- De projecten van Terre des Hommes op een interactieve wijze onder de aandacht brengen;
- De betrokkenheid van (potentiële) donateurs bij Terre des Hommes projecten verhogen;
- De drempel tot het doen van een donatie ten behoeve van Terre des Hommes projecten verlagen.

Werkwijze

Communicatie medewerkers van Terre des Hommes creëren in samenwerking met de Vrije Universiteit Amsterdam één of meerdere interactieve video's. Om tot het eindproduct te komen zijn de volgende stappen noodzakelijk:

- Opstellen briefing ten behoeve van het interactieve video project (Terre des Hommes);
- Verdere invulling van het interactieve video concept aan de hand van een script door communicatie medewerkers Terre des Hommes en Vrije Universiteit Amsterdam.
- Opzetten van een korte agenda waarin belangrijke momenten en overleggen worden vastgelegd (Terre des Hommes ism VU);
- Verzamelen geschikt video materiaal door medewerkers Terre des Hommes en beschikbaar stellen aan Vrije Universiteit Amsterdam;