

Superheltfabrikken



Rekrutteringshåndbok for Røde Kors Ungdom 2010

 Røde Kors
ungdom



Hei kjære frivillig!

Det du leser i nå er Røde Kors Ungdoms nye vervemanual. I denne manualen skal du få tips og råd om hvordan du kan verve nye medlemmer og frivillige til Røde Kors Ungdom. Det er dere frivillige i distriktene og på lokalt plan som har ønsket et fokus på verving og satt dere mål for kampanjen.

Sammen skal vi gi flere unge muligheten til å gjøre en frivillig innsats og jobbe med viktige humanitære utfordringer. Flere skal få muligheten til å føle motivasjonen og gleden ved å være med på å gjøre en forskjell. Samtidig som nye og gamle frivillige vil skape gode møteplasser for engasjert ungdom. Med flere hoder og hender kan vi skape enda mer aktivitet og gjøre enda litt mer for sårbare grupper.

Vi i landsrådet synes selvfølgelig dette er kjempeflott og skal gjøre hva vi kan for å legge til rette og hjelpe dere med arbeidet. Men det er deres som vet hvordan man verver best i dere lokalmiljø, dere som skal ha nye frivillige, dere som må gjøre jobben, men ikke minst dere som også skal ha kreden for det flotte arbeidet og resultatene.

Dere er en fantastisk gjeng og jeg ser frem til å jobbe videre sammen med enda flere frivillige.

Knut Sverre
Stolt leder av Røde Kors Ungdom

Innhold

Rekrutteringshåndbok for Røde Kors Ungdom 2010	1
Hei kjære frivillig!	2
Innhold.....	3
Hvorfor verve?.....	4
Kick-off.....	5
Verveuken.....	6
Vervekonkurransen	6
Hvordan verve?	7
Forslag til aktiviteter i verveuka	8
Etterarbeid.....	11
Ressurser.....	12

Hvorfor verve?

Røde Kors Ungdom har alltid et behov for flere medlemmer og frivillige. Det gir oss noe ekstra penger i kassa, men det aller viktigste er at det gir oss nye hoder og hender som kan være med å drive god Røde Kors Ungdom-aktivitet over hele landet.

Etter ønske fra Sentral ungdomskonferanse 2009 har vi derfor laget en landsdekkende rekrutteringskampanje. I løpet av året har de fleste distriktene satt seg egne mål for hvor mange nye som skal verves.

Kampanjen har fått navnet "Superheltfabrikken" og målet er at vi ikke bare skal få mange nye medlemmer, men også mange nye frivillige, eller superhelter, som vi liker å kalle dem. For hver nye frivillige som verves, får lokallaget mulighet til å hjelpe enda flere. Selv om Røde Kors Ungdom ofte jobber med store og ofte internasjonale utfordringer, skjer mye av det viktige arbeidet lokalt. Det er her vi kan legge grunnlaget for holdningsendringer, som igjen kan påvirke politikere og andre beslutningstakere. Det er her vi yter humanitær innsats gjennom blant annet aktivitet på mottak. Det er her vi samler inn penger når de store katastrofene rammer sine uskyldige ofre. Det er her vi har grunnlaget for et sterkt og slagkraftig Røde Kors Ungdom.

Derfor er alle frivillige i Røde Kors Ungdom superhelter. Selv om de ikke har røde kapper eller superevner, utgjør de en stor forskjell. Vi arbeider med og setter fokus på store internasjonale utfordringer gjennom lokalt engasjement og aktivitet. De er med på å redde verden i sin egen gate.

Selv om kampanjen er nasjonal, ønsker vi derfor å fokusere på den lokale innsatsen siden det er jo der det meste av det frivillige humanitære arbeidet utføres. Hvert distrikt skal derfor velge en uke i løpet av høsten hvor de har fokus på verving. På denne måten vil det bli enklere å skape større oppmerksomhet rundt rekrutteringen. Siden det er opp til distriktet å velge seg en rekrutteringsuke er det viktig at den er koordinert med lokallagene, slik at den ikke kolliderer med annen planlagt aktivitet. Det gir også muligheten til å kombinere verveuken med store arrangement i området, enten det er konserter, turneringer, festivaler eller lignende.



Deltakere på ØY, landsleir 2010

Kick-off

Før dere skal starte kampanjen anbefaler vi at hvert distrikt arrangerer en kick-off. Denne kan brukes til planlegging av de ulike aktivitetene, men også til skolering og motivasjon. For å få hjelp til dette kan dere blant annet be om å få besøk av foredragsholdere fra Landsrådet, ungdomsdelegater eller sekretariatet. Trenger dere støtte til arrangementet, kan lokallagene søke om penger fra Frifond. Hver lokallag kan få tildelt 10.000 kroner til rekruttering. For lokallagene i de tre nordligste fylkene er beløpet økt til 15.000 kroner på grunn av reisekostnader. Har du spørsmål om Frifond, send en mail til youth@redcross.no

En kick-off kan ha følgende programposter:

Om dere velger å ha kick-off over en helg eller bare en kveld er opp til dere. Det samme gjelder om dere ønsker å ha flere lokale arrangementer i stedet for ett per distrikt. Her bør dere særlig ta hensyn til reisevei for lokalagene. Hvis dere velger å avholde kick-off over en helg, kan dere også benytte anledningen til litt skolering, for eksempel grunnkurs Røde Kors Ungdom eller et opplegg om barnesoldater. Det anbefales også å titte i "Kunsten å redde verden" hvor du vil finne mange gode forslag til aktiviteter. Det samme vil du gjøre i verktøykassene på våre nettsider.

Forslag til hva dere kan ha på en kick-off:

Grunnkurs Røde Kors Ungdom eller annen skolering om organisasjonen

Verveverksted – hvor dere lager gode argumenter for å melde seg inn i Røde Kors Ungdom

Presentasjonsteknikk – hvordan holde gode foredrag.

Planlegging av aktiviteter og program for verveuken

Motivasjon – hvorfor er det så viktig med verving?



Røde Kors 150 år, Solferino 2009

Verveuken

I verveuken bør dere legge opp til en rekke aktiviteter som kan generere nye medlemmer. Ambisjonsnivået bør likevel ikke legges høyere enn at dere får gjennomført det dere planlegger. Det er altså bedre med litt færre og gode aktiviteter. Husk at det kan ta litt tid før folk bestemmer seg for å melde seg inn. Det kan derfor være lurt å la de få flere anledninger, altså at de møter Røde Kors Ungdom flere ganger i løpet av verveuken. På denne måten kan dere først vekke oppmerksomhet og bevissthet, slik at de har tenkt seg om og melder seg inn når de møter dere igjen.

Det kan derfor være lurt å ha en informasjonsstand eller stunts i kantinen for å skape oppmerksomhet før dere inviterer til informasjonsmøte eller andre aktiviteter. Dette vil forsterkes dersom dere møter potensielle medlemmer på flere arenaer. Dette kan være skoler, fritidsklubber, studenthus eller andre steder hvor ungdom ferdes.

På stands bør dere oppfordre de som passerer til å gjøre noe konkret. Det kan enten være en konkurranse om beste slagord, en underskriftskampanje eller samle fordommer. På denne måten kan dere bygge opp en spenning gjennom uken, som avsluttes med en markering på lørdagen. For eksempel kan dere samle fordommer hele uken, kanskje få noen kjente personer i lokalmiljøet til å støtte opp om det hele, og så brenne fordommer på torget som en avslutning.

Verveuka kan absolutt være litt krevende og slitsom, så det er viktig at dere også husker på å ha det litt hyggelig i løpet av uken. Dere skal tross alt bevare den positive innstillingen og motivasjonen hele uken til ende, og det er ikke så lett å overtale noen når man er sur, sliten og lei. Om dere har mulighet kan det kanskje være en idé å møtes på Røde Kors-huset hver ettermiddag for å gjennomgå dagens aktiviteter, drikke litt kakao og motivere hverandre til ny innsats. Husk også at det er lettere å få med en venn til å hjelpe til om du spør om en konkret tjeneste. Rigging av stands eller gjennomføring av stunts kan absolutt være en god anledning, da får de jo også møte mange andre hyggelige frivillige. Hvis alle bare verver en venn hver, blir vi dobbelt så mange.

Vervekonkurranse

Det vil også være en nasjonal konkurranse i forbindelse med kampanjen der vil kåre vinnere; men man står jo også fritt til å lage seg interne konkurranser i distriktet!

Dette er de nasjonale konkurransene:

Distrikt:

Det distriktet som har den beste måloppnåelsen.

Dersom det er flere distrikt som har overgått sine mål så er det distriktet som i prosent har gått lengst over målet som vinner.

Lokalt:

Det lokallaget som er mest kreative/freshe/nytenkende vinner denne konkurransen, så her er det viktig å ta bilder og kanskje filme det man gjør!

Person:

Den personen som klarer å verve flest medlemmer til Røde Kors blir utpekt til vervegeneral!

Hvordan verve?

Hvordan er det man egentlig verver nye medlemmer og frivillige?

Det er mange muligheter her, det viktigste er kanskje at man får vist frem organisasjonen vår og alt det vi jobber med, slik at folk får et inntrykk av at den energien man legger ned i Røde Kors Ungdom faktisk nytter.

Siden vi er en frivillig organisasjon og man ikke får penger for å gjøre en innsats må vi vise hvordan en innsats i Røde Kors Ungdom kan gi noe tilbake på andre måter. Du kan for eksempel trekke frem det gode sosiale miljøet og bredden i aktivitetene man kan delta på.

I løpet av verveuken og ellers er det mange ting man kan gjøre for å tiltrekke seg oppmerksomhet fra potensielle frivillige. Man trenger ikke nødvendigvis en rendyrket vervestand for å få nye medlemmer. Dere kan kanskje holde en kondomstafett i skolegården, og samtidig fortelle litt om alt det andre Røde Kors Ungdom jobber med og spørre om de kunne tenke seg å være med?

Rådet er at dere bruker deres egne aktiviteter til å vise hva Røde Kors Ungdom og Røde Kors står for. Du vil ha mye større troverdighet dersom du selv er engasjert i aktiviteten du snakker om. Det er selvfølgelig viktig at dere ser an den dere forsøker å verve, men samtidig bør dere tenke på at det er liten vits i å rekruttere til aktivitet som ikke finnes. Man skal selvfølgelig ikke utelukke oppstart av nye aktiviteter, men å gi falske forhåpninger tjener ingen.

Hvilke aktiviteter dere velger å vise frem er derfor opp til dere. Det betyr at dere også kan vise frem aktiviteter hvor unge frivillige er aktive, selv om de ikke ligger under Røde Kors Ungdom sentralt. Hovedfokus er selvfølgelig nye frivillige for Røde Kors Ungdom, men samtidig skal du ikke glemme at vi er en del av samme organisasjon og bevegelse.

Tips og triks

Vær initiativtaker. Det er ytterst få som kommer bort til en som står bak et bord og gjemmer seg. Stå foran standboret slik at det ikke blir en barriere mellom deg og personen du skal rekruttere. Gjør du det virker du mer selvsikker.



Deltakere på Aktivt Valg-kurs, våren 2010

Forslag til aktiviteter i verveuka

Klassikeren

Stand på torg, skole eller annen naturlig samlingsplass. Her kan dere ta med litt forskjellig promoteringsmateriell for Røde Kors og kanskje noen har bakt noe godt å dele ut?

Her er det viktig at man forklarer godt hva Røde Kors er og hvorfor man bør bli med oss, slik at de potensielle medlemmene får et inntrykk av organisasjonen vår jobber med. Det er ikke alltid brosjyrene forklarer like godt som deg! Dessuten er det mye hyggeligere å høre det fra en som er med i det lokallaget det potensielle medlemmet melder seg inn i.

Her har du et forslag til en god oppskrift:

Take a STAND

Når dere står på stand, konkurrerer dere om oppmerksomheten til publikum. Det er derfor viktig å ha en stand som ser fin og proff ut, og ikke minst ha noen virkemidler som vekker folks nysgjerrighet! God planlegging og nok folk er nøkkelen for å ha det morsomt og få gode resultater når man står på stand!

- Det er lurt å gå med like Røde Kors t-skjorter eller gensere når man står på stand. Disse kan bestilles på www.rodekorsbutikken.no
- Sørg alltid for å ha nødvendige tillatelser! (Politi/grunneier)
- Tips lokalavisen om hva dere skal gjøre.
- Bruk et stort bord til brosjyrer og lignende. Stå et sted hvor det er mulig å henge opp plakater. Pynt gjerne med fakler eller noe annet som trekker oppmerksomhet.
- Ha gjerne "lokkemat" som vafler eller drops på standen
- Heng opp plakater og del ut flyere/ effekter
- Det er alltid lurt å ha aktiviteter publikum kan være med på stand, slik som quiz, underskriftskampanjer, uformelle spørreundersøkelser osv.
- Husk alltid å ha tilgjengelig brosjyrer for innmelding i Røde Kors og/eller generell info om Røde Kors. Dette kan bestilles på Røde Kors butikken.
- Hvis det er innsamlingsaksjon, ha en bøsse tilgjengelig på standen!
- Rydd opp etter dere! Hvis dere deler ut foldere eller annet som folk kaster fra seg, sørg for å rydde, gjerne også underveis, slik at det ser hyggelig ut rundt dere.

Det er kanskje ikke alle som har alt som behøves av ingredienser. Men det gjør ingenting! Du kan bytte ut og blande og mikse så mye du vil. Det viktigste er at man er ute, er synlig og prater med folk!

Aktiviteten

Hva med en regler i krig quiz eller kondomstafett? Det er noe som trekker folk, spesielt om man har noen enkle premier å friste med. Alle aktiviteter vi vanligvis holder på med kan man også bruke i rekrutteringssammenheng. Bare vær frempå og fortell om hva vi holder på med, og spør om de vil være med.

Her er noen ideer fra aktivitetshåndboken:

Regler i krig Quiz

DERE TRENGER:

Penn og papir

Lag en quiz for hele lokalforeningen med spørsmål fra internasjonal humanitær rett og/eller fra Røde Kors sin historie. Dere finner informasjon

om regler i krig på nettsidene til Røde Kors www.redcross.no/ihr. Dere kan også finne mye informasjon på hjemmesidene til den Internasjonale Røde Kors Komiteen www.icrc.org. Røde Kors butikken har mange brosjyrer og filmer om Røde Kors sin historie og regler i krig som dere kan bestille gratis. Gå inn på www.rodekorsbutikken.no
Dette er et fint tiltak til å lære resten av lokalforeningen mer om regler i krig, samtidig som man har det sosialt sammen og blir bedre kjent. Ha gjerne en premie til vinnerlaget.

Kast dine fordommer

Dere trenger:

Masse papir, skrivesaker, plakat og en søppelsekk.

Gå til folk og be de skrive ned sine fordommer slik at de kan kaste dem. Alle har fordommer og det er kun ved å være bevisst på det og kaste de at vi kan bli kvitt de. Dette er en fin aktivitet hvor man får utfordret hverandre og andre mennesker til å tenke litt. Sosialt og gøy er det også! Se hvordan det kan gjøres her:

http://www.rodekors.no/en/ungdom/Aktuelt/Nyheter2/Rode_Kors_Ungdom_motte_Kristin_Halvorsen/

Oppmerksomheten

Kanskje man bare må sjokkere litt for å få oppmerksomhet? Et rollespill kan ofte være et godt virkemiddel for dette. Det kan være både som et teater hvor folk rundt ser tydelig at dette er et rollespill eller et gateteater hvor man blander seg med de andre i gata for å så starte showet. Uansett så er det viktig at man har medhjelpere som går rundt til de som ser på og forteller om oss og det som skjer og bruker dette som en start på "salgstalen" sin.

Her er en forslag til aktivitet som kan skape litt oppmerksomhet:

Hiv smitter ikke ved...

Formål:

Motvirke stigmatisering og diskriminering av hiv-positive gjennom å sette fokus på hvordan hiv ikke smitter.

Dere trenger:

Et stort laken eller annet tøyestykke med påskriften "Hiv smitter ikke ved..."

Fotokamera

Gjennomføring

Heng opp tøyestykket ved siden av en stand og pass på at det er så stort at det er godt synlig et stykke på avstand. Inviter forbipasserende til å komme bort til å stille seg opp foran tøyestykket og demonstrere en måte hiv ikke smitter på. Ta bilder av de som poserer slik at dere har mange gode eksempler på hvordan hiv ikke smitter. Eksempler på hvordan hiv ikke smitter kan være: Gi en klem, drikke av samme glass, sitte på samme stol, kysse osv.

NB! Hvis de som kommer bort til standen ikke er sikker på hvordan hiv smitter – forklar det for dem. Husk at man kun kan bli smittet ved at blod, sæd, kjønnssekret eller brystmelk kommer inn i blodomløpet ditt gjennom et sår eller en annen åpning.

Hyggestunden

Du har kanskje en klassekamerat eller kollega som en gang i tiden syntes at Røde Kors Ungdom hørtes spennende ut når du fortalte om hva du gjorde på fritiden. Hva om alle i lokallaget inviterer interesserte venner eller andre til en pizzakveld og filmvisning. (se filmtips i egen boble). En av dere kan jo ta ti minutter og fortelle litt om Røde Kors og hva vi jobber med. Her får man en hyggelig sosial ramme på det hele. Det er viktig at mange av de aktive medlemmene også er med på denne kvelden slik at de potensielle medlemmene blir kjent med hvem som er i lokallaget.

Hvordan fikser man filmkveld?

Man trenger:

Sofa, snop, pizza, tv.

Det er laget mange filmer som handler om krig og brudd på regler i krig. Lei en av filmene på listen nedenfor og diskuter etterpå historien med vekt på hvilke regler som ble brutt. Husk å sjekke aldersgrensen på filmene dere skal se. Det er deres ansvar å finne filmer som passer til alle i gruppa. Det anbefales også at dere ser på filmen.

Norsk Filminstitutt har laget diskusjonsark til mange filmer, ta gjerne utgangspunkt i disse for å sette i gang diskusjonen. Se www.nfi.no/barnunge/filmstudieark. Dere kan også lage deres egne spørsmål som dere kan diskutere. Det kan lønne seg at en i gruppa har ansvar for å finne/lage spørsmålene på forhånd og at denne personen også har ansvaret for å styre diskusjonen.

Plakat-bonanza

Røde Kors har mange fete plakater og nye plakater for denne kampanjen vil også være tilgjengelig. Om noen i gruppa deres har god peiling på photoshop så kan dere jo kanskje til og med lage deres egen plakat? Så kan dere høre med et lokalt trykkeri om en god pris. Så er det bare å henge opp rundt i byen. Butikker og skoler har ofte oppslagstavler, ellers er det bare å henge opp rundt omkring. Bare pass på at dere ikke ødelegger fine vegger eller andre steder med stifter og tape. Vi må heller ikke forsøple, dette er særlig viktig med profileringsmateriell som har vår logo på seg.

Fase 2

Nå har du laget til en aktivitet og en del folk er nysgjerrige på hva som skjer og henger rundt i området der dere har rigget dere til.

Noen kommer kanskje bort og tar en brosjyre eller en bit av den nybakke sjokoladekaken dere har tatt med. Hvordan skal du klare å "selge" Røde Kors til disse menneskene?

Men vi selger da ikke noe?

Rent konkret så selger vi ingenting til de for penger.

Men vi har en oppgave i å bevise for disse at vår organisasjon er bra og at frivillig arbeid er både gøy og givende. Det er veldig mange som kun har hørt om at Røde Kors er på påskefjellet og derfor ikke er noe for seg om man f.eks. er opptatt av flyktningproblematikk. Det er også mange andre organisasjoner i vårt land som gjerne også vil ha flere medlemmer i tillegg har du alt annet i livet som tar tid. Da har du den berømte tidsklemma. Derfor må vi forklare de hvorfor nettopp Røde Kors er en organisasjon det er verdt å bruke sin tid på!

Tips og triks
Eksempler på filmer
Schindlers liste (om 2.verdenskrig)
Killing fields (fra Kambodsja)
Last king of Scotland (fra Uganda)
Hotell Rwanda (fra folkemordet i Rwanda)
Shooting dogs (også fra folkemordet i Rwanda)
Platoon (fra Vietnamkrigen)
Blood diamond
Skilpadde kan fly

Hvorfor er du med i Røde Kors?

Har du tenkt på hvorfor du er med i Røde Kors? Hva er din motivasjon for å være med, og føler du at du får noe igjen for å være med? Syns du at du får utrettet eller hjulpet noen gjennom ditt arbeid i organisasjonen?

Har du svar på disse spørsmålene så har du allerede nå mange gode argumenter til hvorfor man bør bli med. Man trenger ikke å love vekk en gratis tur til månen for å overbevise noen. Bare bruk dine egne gode opplevelser fra organisasjonen som eksempler!

Når man skal fortelle om hva man jobber med i Røde Kors kan det også være lurt å nevne bredden i aktiviteter vi har i organisasjonen vår, og det er mulig å være med på flere ting om man ønsker det.

Veldig mange kunne tenke seg å bli med i eller støtte en frivillig organisasjon! Når de blir spurt om hvorfor de ikke er med så svarer mange gjerne at ingen har spurt de om de vil bli med.

Derfor er det viktig at vi spør de vi møter om de vil være med! Ha alltid verveblokken klar, dersom de sier ja så skriv de ned med en gang eller få de til å melde seg inn på sms med en gang. Om man får med seg et skjema med beskjed om å melde seg inn hjemme eller på nettet så er det veldig lett at det går i glemmeboken. Så husk å spørre! Ikke vær redd for å få nei noen ganger, kanskje er det en ny superfrivillig du står og prater med.

Etterarbeid

Siden målet med kampanjen er å skaffe nye superhelter som kan være med i Røde Kors Ungdom, er det viktig at de får en anledning til å bli med. Når de først har sagt ja til å melde seg inn er det mest sannsynlig fordi de har fått et positivt forhold til Røde Kors Ungdom. Da er det viktig at de får et tilbud om å være med på en aktivitet, mens de ennå har den positive innstillingen. Derfor får dere følgende fire i-er som en huskeregel.

Invitere

Når dere får listene over nye medlemmer, er det viktig at de får en invitasjon til en aktivitet. Hva dere inviterer til er opp til dere, men det bør være noe som er interessant, også for helt ferske medlemmer.

Inkludere

Når de nye medlemmene kommer på aktivitet er det viktig at dere som allerede er frivillige møter dem ved å vise våre verdier i praksis. Dette betyr at vi lar stammespråk, forkortelser og interne historier ligge om vi ikke har lyst til å dele dem med de nye. Tenk rett og slett på hvordan du ville likt å bli mottatt som ny frivillig i organisasjonen.

Informere

Når de nye medlemmene først har møtt på en aktivitet er det viktig at de får informasjon om hvordan de kan bidra som frivillige og ikke minst hvordan de kan få den opplæringen de trenger.

Tips og triks

Vær stolt av organisasjonen. Det er ingen som gidder å bli med i en organisasjon hvis det ikke ser ut som du har det gøy. Tenk gjerne gjennom på forhånd hvorfor du er med i organisasjonen slik at du har et svar når noen spør. Et svar kan være: "Jeg er med fordi det er gøy. Jeg har fått masse nye venner og jeg har lært masse av å være med i Røde Kors"

Dette innebærer også å inkludere dem på eventuelle mailinglister og sende de nyhetsbrev hvis dere har det.

Inspirere

Dette er viktig for alle frivillige, men kanskje særlig for de nye. Ved å motivere, inspirere og vise med eksempler kan dere øke lysten til å bli frivillig. Vårt beste argument for nye frivillige er å vise i praksis hva vi kan gjøre av humanitær innsats som frivillige i Røde Kors Ungdom og hvilken effekt dette har.

Ressurser

For å hjelpe dere i dette arbeidet har vi laget en del resurser dere kan benytte. Vi har også gjort det enkelt for dere å søke om midler gjennom Frifond, slik at dere kan kjøpe give-aways til utdeling og gjennomføre kick-off og andre samlinger. Frifond søker dere på vanlig måte på våre nettsider.

Fra hovedkontoret vil vi sende ut en pakke til alle distriktene. Denne vil inneholde følgende:

Vervemanualen

Plakater med logo og plass til å skrive på

Verveblokker

Elektroniske ressurser:

Presentasjonsfilm av Røde Kors Ungdom

Plakat i elektronisk format

Vervemanualen i elektronisk format

Liste over nye medlemmer i ditt distrikt (ukentlig)

Verktøykasse med aktivitetsforslag.

I tillegg kan dere bruke Frifond-midler til å få besøk av Landsrådet, tidligere ungdomsdelegater eller sekretariatet til å hjelpe dere med opplæring eller rekruttering. Dette kan det være lurt å koordinere gjennom distriktsrådet, slik at reisekostnadene blir minst mulig.

Profileringsmaterieill

Aktivitetsmanualer, hovedbrosjyren om Røde Kors Ungdom og profilbekledning kan dere bestille i Røde Kors-butikken. Det enkleste er å be distriktskontoret om hjelp til dette.



Faksimile av verveplakat

Roll-up og give-aways bestilles direkte fra Bring dialog. Dere sender deres bestilling til Merete.Lund@bringdialog.no. Roll-upen koster 2000,- inkl.mva. og leveres ferdig montert. Som give-away vil det i første omgang være slikkepinner med logo tilgjengelig. Disse koster 2148,50 inkl. mva per eske med 500 stykk. Lokallaget blir fakturert direkte fra Bring, slik at dere kan bruke frifondmidler til innkjøp av materiellet. Roll-upen er tilgjengelig hele året, mens slikkepinnene bare vil være tilgjengelig i en begrenset periode. *Det er derfor viktig at dere bestiller disse så raskt som mulig.* Vi har i første omgang bestilt 20.000 slikkepinner, men kan etterbestille ved behov. For spørsmål, ta kontakt med Svein-Egil i sekretariatet, svein-egil.jorgensen@redcross.no.

Har du fortsatt spørsmål?

Vil du ha flere tips og triks?

Ikke nøl, ta kontakt med Landsrådet eller sekretariatet i dag!