

ENGASJER LOKALSAMFUNNET!

Her er tips til hvordan ildsjeler, bedrifter og andre i lokalsamfunnet kan engasjere seg:



NÆRINGSLIV OG ORGANISASJONER

- Gi et bidrag på tvaksjonen.no
- Delta på næringslivsdugnaden
- Rekruttere bøssebærere
- Opprett en Spleis og doble beløpet ansatte gir
- Spre informasjon om TV-aksjonen i sosiale medier og interne kanaler

SKOLER OG BARNEHAGER

- Ta i bruk undervisningsopplegget på Salaby
- Gjennomføre skoleløp
- Arrangere basar og markedsdag

Ta gjerne kontakt med lokal presse for å fortelle om lokale aktiviteter for å få omtale om årets TV-aksjon.

HAR DU SPØRSMÅL ELLER VIL DU HA MER INFORMASJON?

På **tvaksjonen.no** finner du flere tips og ideer til gjennomføring av TV-aksjonen. Her finner du også kontaktinformasjon til din fylkesaksjonsleder. Følg også TV-aksjonen og Redd Barna i sosiale medier for inspirasjon.

TV-AKSJONEN **NRK**

«I hele Norge, fra sør til nord, høyt og lavt, ved fjord og fjell og fra øst til vest bringes mennesker sammen gjennom TV-aksjonen. Disse menneskemøtene gjør TV-aksjonen til noe helt spesielt, viktig, ekte og ikke minst morsomt. Det må vi ta vare på. Sammen.»



Nina E. Larsen
Leder for TV-aksjonen

TAKK TIL VÅRE HOVEDSAMARBEIDSPARTNERE:



DNB

SpareBank



Sparebankforeningen

SPLiS

fra SpareBank 1

postnord

vopps

LA BARN LEVE I FRED

22. OKTOBER 2023



Redd Barna

TV-AKSJONEN **NRK**



Illustrasjonsbilde – Foto: Jordi Matas / Redd Barna

Takk for at du er en del av
TV-aksjonskomiteen!

Foto: Mikkel Strøm/TV-aksjonen



VISSTE DU AT?

- TV-aksjonen NRK er **VERDENS STØRSTE DUGNAD**, med røtter tilbake til 1974.
- **7000 FRIVILLIGE** over hele landet organiserer TV-aksjonen gjennom 500 kommune- og bydelskomiteer, for å legge til rette for at **100 000 BØSSEBÆRERE** går årets viktigste søndagstur 22. oktober!
- I 2022 samlet bøssebærerne inn over **90 MILLIONER KRONER** i løpet av to timer. Som bøssebærer minner du folk om TV-aksjonen, som gjør at flere bidrar med både VIPPS og kontanter.

Om årets TV-aksjon

Årets TV-aksjon går til Redd Barnas arbeid for å hjelpe barn som er rammet av krig og konflikt. Sammen kan vi gi over 100 000 barn mulighet til å leke, lære og leve i fred.

Hvert sjette barn i verden vokser opp i krig og konflikt, og det har aldri vært så mange barn på flukt som nå. Redd Barna er til stede der barna trenger det, og bidrar til at barn, og de som stiller opp for dem, får hjelpen de trenger.

Årets TV-aksjon går til tiltak som gjør familiene, skolene og nærmiljøene tryggere for barn. Midlene fordeles mellom prosjekter i Ukraina, Syria, Bangladesh, Sør-Sudan, Den demokratiske republikken Kongo og Norge. I Norge hjelper vi barn som har flyktet fra krig og konflikt.



Tips til hvem som kan bidra:

- Frivilligsentraler
- Lag og foreninger som idrettslag, Lions, Rotary, Røde Kors, Sanitetskvinnene o.l.
- Redd Barnas lokallag
- Skoler (innsats for andre, elevråd, FAU, eller involvere hele skolen)

AKSJONSKOMITÉ PÅ 1-2-3

1. SETT SAMMEN ÅRETS TV-AKSJONSKOMITÉ
MAI/JUNI

Start med å identifisere mulige komité-medlemmer. Hvem i ditt lokalsamfunn kan bruke sin kompetanse til å løfte TV-aksjonen?

Be komitémedlemmene om å registrere seg på **tvaksjonen.no**.

2. FÅ TING TIL Å SKJE I LOKALMILJØET
AUGUST/SEPTEMBER

Det viktigste komiteen gjør i denne perioden er å lage en plan for rekruttering av bøssebærere og for mobilisering av skolene og næringslivet. I 2022 samlet skoleelever inn hele 24 millioner kroner, og næringslivet 48 millioner kroner. Her er det mange muligheter!

Lag gjerne en sjekklister. Har dere kontroll på alt det nødvendige til aksjonsdagen? Hvem har ansvar for hva, og når må dette være klart? Ta kontakt med din fylkesaksjonsleder hvis du har spørsmål.

Husk å registrere komiteen på **tvaksjonen.no**.

3. GJENNOMFØR TV-AKSJONEN
OKTOBER

I oktober handler det om å sørge for å ha nok bøssebærere og skape oppmerksomhet om TV-aksjonen. Mobiliser nok bøssebærere til å dekke alle roder.

Organiserer dere eller noen i lokalsamfunnet deres noe som kan være interessant for lokale medier? Det kan hjelpe til med å rekruttere bøssebærere. For å mobilisere flere bøssebærere kan også de lokale ressursene være til stor hjelp.

God og riktig informasjon til bøssebærerne er viktig. De må vite hvor og når de skal møte opp for å få utdelt bøsse.

Ta godt imot bøssebærerne på aksjonsdagen og ønsk dem en fin opplevelse og god tur!

LYKKE TIL MED GJENNOMFØRINGEN AV AKSJONSDAGEN!

MORSOMMERE SAMMEN

For at aksjonskomiteen skal fungere best mulig bør komiteen bestå av følgende roller:

KOMITÉLEDER

Leder TV-aksjonen i kommunen. Dette er ofte ordføreren, og er som regel ansiktet utad for TV-aksjonen lokalt. En engasjert ordfører i spissen for arbeidet er det beste utgangspunktet for en vellykket aksjon.

KOORDINATOR

Koordinerer arbeidet i kommunen og har til enhver tid overblikk over alle som er involvert. Koordinatoren kan ha flere av rollene nevnt under, men vi anbefaler at dere finner andre personer til rollene. Koordinatoren er komiteens kontaktperson.

BØSSEBÆRERANSVARLIG

Bøssebærerne er hjertet i TV-aksjonen, bøssebæreransvarlig har derfor en viktig rolle. Personen har oversikt over bøssebæriveringen, koordinerer arbeidet med de frivillige og har ansvar for å ta imot bøssetene på aksjonsdagen.

MATERIELLMOTTAKER

For å gjennomføre TV-aksjonen er det en del materiell som må på plass. Materiellmottaker tar imot og distribuerer kampanjemateriell som informasjonsbrosjyre og t-skjorter, samt bestiller og mottar bøssemateriell. Av sikkerhetsmessige grunner skal bøsseten med dekor ikke synliggjøres før aksjonsdagen.

SKOLEANSVARLIG

Skoler er viktige i TV-aksjonen, og i år er tema spesielt relevant for elevene. 450 000 elever i Norge følger årlig TV-aksjonens undervisningsopplegg på Salaby. Skoleansvarlig engasjerer skoler og barnehager til å bruke TV-aksjonens undervisningsopplegg og bidrar med informasjon til skoler som for eksempel arrangerer skoleløp.

KARTANSVARLIG

Kartansvarlig har ansvar for at rodekartene er klare til aksjonsdagen. Dette gjør at så mange som mulig får besøk av bøssebæreren.

NÆRINGSLIVSANSVARLIG

Hovedoppgaven til næringslivsansvarlig er å mobilisere næringslivet lokalt, eksempelvis gjennom å arrangere en ringedugnad for næringslivet i kommunen eller gjennomføre en helt ny idé.



Foto: Paul Wu/Redd Barna