

medica mondiale e.V. ist eine international tätige, feministische Frauenrechts- und Hilfsorganisation, die Frauen und Mädchen in Kriegs- und Krisengebieten unterstützt. In eigenen Programmen und in Kooperation mit lokalen Frauenorganisationen bieten wir Betroffenen von sexualisierter Gewalt vor Ort ganzheitliche Unterstützung. Auf politischer Ebene setzen wir uns zudem offensiv für die Durchsetzung der Rechte von Frauen ein, fordern eine konsequente Ahndung der Verbrechen sowie wirksamen Schutz, Gerechtigkeit und politische Teilhabe für Überlebende von Gewalt. Derzeit ist *medica mondiale* unter anderem in Nordirak/Kurdistan, in Afghanistan, in Westafrika, in Südosteuropa und der Region der Großen Seen Afrikas tätig.

Für die Erarbeitung strategischer Schwerpunkte für unsere Öffentlichkeitsarbeit 2020/2021 und die damit verbundene Revision unserer aktuellen Kommunikationsstrategie suchen wir eine

Strategieberaterin/Kommunikationsberaterin

Ziele der Kommunikationsstrategie 2016 bis 2020 sind:

- *medica mondiale* ist in Deutschland stärker als bisher als politisch agierende Organisation positioniert.
- *medica mondiale* wird im deutschsprachigen Raum mehr als bisher als Trauma-Fachorganisation wahrgenommen.

Ausgehend von diesen Zielen der Kommunikationsstrategie, sowie den Zielen der Advocacy- und neu entwickelten Trauma-Strategie sollen kommunikative Schwerpunkte für das Jahr 2020/2021 erarbeitet werden. Hier geht es beispielsweise um Formen des Engagements für unsere Anspruchsgruppen sowie um flankierende Maßnahmen für den kontinuierlichen Ausbau der Spendenbasis.

Dabei sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Sind die strategischen Ziele der Kommunikationsstrategie noch handlungsleitend? Welche neuen Erkenntnisse, neuen Schwerpunkte bzw. Entwicklungen in anderen Abteilungen der Organisation machen eine Anpassung oder ggf. einen zusätzlichen strategischen Schwerpunkt nötig?
- Welche Zielgruppen (Personas) sind relevant, um die gesteckten Kommunikationsziele im Jahr 2020/2021 zu erreichen?
- Welche Zielgruppen (Personas) können mit welchen Botschaften und Maßnahmen erreicht werden?
- Wie lassen sich Social-Media-Kanäle wie Facebook, Twitter, Instagram strategisch besser einsetzen um die o.g. Ziele zu erreichen?
- Welche bereits etablierten, erfolgreichen Kommunikationsinstrumente sollen weiterverfolgt werden?
- Welche Schlüsselthemen werden für 2020/2021 identifiziert und wie können sie kommuniziert werden?
- Welche Anlässe sind relevant, um die Öffentlichkeit gut zu erreichen?
- Wie kann der Bereich/die Organisation kampagnenfähiger aufgestellt werden (politische Kampagnen, Öffentlichkeitskampagnen)?
- Wie lassen sich die Ziele mit den vorhandenen Ressourcen bestmöglich erreichen?

Ihre Aufgaben als **Strategieberaterin/Kommunikationsberaterin** sind

I Vorbereitung: Auftragsklärung und Analyse

- Auftragsklärung bzw. Spezifizierung der Anforderungen mit der (Interims-) Bereichsleiterin des Bereichs Öffentlichkeit & Politik sowie der Bereichsleiterin Fundraising
- Lesen und Bewerten der Kommunikationsstrategie 2016-2020 sowie darauf aufbauender SWOT und Jahresplanungen
- Lesen und Bewerten der Social-Media-Strategie
- Lesen der Strategie für die Gesamtorganisation und der Strategien der anderen Kernprozesse (Advocacy-, Auslands- und Traumastrategie)
- Lesen der Fundraisingstrategie (soweit sie fertiggestellt ist) oder sonstigen Input zum Fundraising
- Bewertung der bisherigen Instrumente und Mittel der Öffentlichkeitsarbeit von *medica mondiale* (Stärken, Schwächen und Potentiale).

II Erarbeitung strategischer Schwerpunkte für 2020/2021

- Planen und Begleiten eines 2tägigen Workshops mit den Teams Öffentlichkeit & Politik sowie dem Team Fundraising
- Unterstützung der Teams bei der Erarbeitung von konkret umsetzbaren kommunikativen Zielen für das Jahr 2020/2021, die zur Erreichung der o.g. Ziele beitragen.
- Erarbeitung von konkreten Maßnahmen und Indikatoren.
- Passung der Ziele und Maßnahmen auf die verschiedenen Zielgruppen (Personas)

III Erstellung eines Strategiepapiers 2020 und weiterer Empfehlungen

- Das Strategiepapier für das Jahr 2020 sollte die o.g. Auswertungen und Ergebnisse des Workshops, strategische Entscheidungen und Begründungen dafür, sowie die Ziele und Indikatoren enthalten. Ein Umsetzungsplan/Jahresplan wird anschließend von den Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle erarbeitet.
- Feedback zur Strategie und ggf. Empfehlungen für den Einsatz neuer Instrumente in der Kommunikationsarbeit von *medica mondiale*.

Auf was Sie zurückgreifen können:

- Kommunikationsstrategie 2016 – 2020
- Social Media Strategie (Draft)
- Fundraisingstrategie
- Strategie anderer Kernprozesse: Advocacy-, Trauma-, Auslandsstrategie
- Strategie der Gesamtorganisation
- Professionell entwickelte Personas für alle relevanten Zielgruppen der Organisation
- Motivierte und kompetente Kolleginnen aus den Bereichen Öffentlichkeit & Politik sowie Fundraising

Vorgeschlagener Zeit- und Prozessplan:

Analysephase: Juli/August: Auftragsklärung; Sichten und Auswerten der o.g. Strategien, Konzeption des Workshops (3 Tage)

Erarbeitung strategischer Schwerpunkte: Zwei Konzeptionstage zusammen mit Mitarbeiterinnen von *medica mondiale* in einem Workshop, möglichst **am 02. und 03. September 2019** (2 Tage)

Erstellung des Strategieplans 2020 und Empfehlungen: Verschriftlichung und möglichst auch graphische Aufbereitung der Ergebnisse, **möglichst bis 20. September 2019** (2 Tage)

Geschätzte Gesamtzeitdauer des Auftrags: 7 Tage

Mitwirkende der *medica mondiale* Geschäftsstelle:

Pressesprecherin, Online-Referentin, Social-Media Referentin, Referentin Öffentlichkeitsarbeit, Verantwortliche für Veranstaltungen, zwei Referentinnen für Politik und Menschenrechte, Bereichsleiterin der Abteilung Öffentlichkeit & Politik; Referentin für Online-Fundraising und Direktmarketing, Referentin für Großspenden, Verantwortliche für Unterstützungsaktionen, Verantwortliche für Veranstaltungsorganisation; Spenderinnenservice; Bereichsleiterin Fundraising, Assistenz; ggf. nach Absprache Mitarbeitende anderer Bereiche und des Vorstands.

Ihr Profil

- Analytische Fähigkeiten
- Prozesskompetenz (Moderation, Strategieentwicklung, Planung)
- Theoretische Kenntnisse in und konkrete Erfahrungen mit Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Wünschenswert: Erfahrung in der partizipativen Entwicklung von Kommunikationsstrategien
- Guter schriftlicher Ausdruck

Aussagekräftige Angebote (Vorschläge zu Vorgehen und Methodik, finanzielles Angebot) sowie Referenzen, max. 2MB bitte bis zum 10. Juli 2019 an rschulz@medicamondiale.org