

LOCKRUF

Überbau küsst Basis wach – und dabei sich selbst



Der Basis-Lockruf ist eine Stiftungsidee, die 1998 erstmals im Vorfeld der Kommunalwahl-Listenaufstellung in Unna (NRW) erfolgreich getestet wurde. Er läuft inzwischen regelmäßig auch als beidseitig beliebtes Praktikumsprojekt. Mitglieder und SympathisantInnen werden nach Meinung und Aktivierungswünschen befragt. Anleitungen und Auswertungsbögen können bei der Stiftung bestellt werden. Wir freuen uns über Anregungen zur Verbesserung dieses interessanten Ansatzes.

Wege zu den Basen

Lockrufe, Fragebögen, Absichtskarten

Der ADFC Landesverband Bremen hatte 2001 seine Mitglieder von einem Call-Center anrufen lassen. Vorher wurden selbige brieflich vorgewarnt. Etwa hundert der 2400 sagten den professionellen BefragerInnen gezielte Aktivierungswünsche durch. Beim Bestätigungsrückruf durch die ADFC-Geschäftsstelle meinten allerdings knapp die Hälfte der scheinbar Aktivierten, dass sie es anders gemeint hätten.

Neben den beträchtlichen Kosten ist bei den Telefonprofis kaum angemessene Feld- & Fachkompetenz zu erwarten.

HEINRICH BÖLL STIFTUNG



NORDRHEIN-WESTFALEN

Heinrich Böll Stiftung NRW | Graf-Adolf-Straße 100 | 40210 Düsseldorf
T. 0211.936508 0 | F. 0211.936508 25 | info@boell-nrw.de
www.boell-nrw.de

- Es lohnt sich also, selbst zum Hörer zu greifen und so kostengünstig-kommunikativ nach Wohlbefinden und Änderungswünschen zu fragen!

Fragebögen werden immer wieder eingesetzt. Je länger desto kürzer ist die Rücklaufrate. Angemessene Lustigkeit und kleine Prämien erhöhen ebenso die Chance, Antworten zu bekommen. Mehr als 50% Rücklauf wurden von den unterschiedlichsten BefragterInnen nie erreicht. Die Dunkelziffer gibt dann auch Interpretationsspielräume. Vielleicht haben die aktivst im Leben Stehenden gerade keine Zeit... Oder es sind die Schlappsten, die eh nicht zu aktivieren wären.

- Fragebögen kurz und knackig gestalten und mit kleinen Preisen frohlocken! So werden sie furchtbar fruchtbar für baldige Verbesserungen!

Fragekarten sind nicht nur im Porto billiger, sie sind auch für die Befragten einfacher zu händeln. Die Stiftung hat ein Copyright auf das Wortspiel Ansichtskarten-Absichtskarten. Wir verschicken gerne Ansichtsexemplare. Die Rückantwortkarten sollten übrigens mit passenden Sondermarken frankiert sein. Das kostet etwas mehr, schafft aber auch mehr Verbindlichkeit zum Rücksenden.

- Schreib mal wieder!

E-mail-Mail-Asking ist ein wenig ausgewerteter Weg. Alle, die eigene Mail-Verteiler aufgebaut haben, können auf diesem Weg natürlich auch deren Effizienzgrad austesten – meist führt das noch zu traurigen Überraschungen über Öffnungs-, Lese-, Verständnisraten. Der Arbeitsaufwand und die Kosten sind verlockend, aber wer nach einer Woche nicht zurück gemailt hat, tut das in der Regel nimmermehr.

- E-Mails werden in Zukunft wahrscheinlich die Papierpost aus dem Rennen schießen: Also, die elektronische Luftpost besser nicht verdammen, sondern eindampfen und mitnutzen!

Briefbeilagen sind auch ein Weg, die klassischen Briefe gegenüber den Steril-Mails würdig zu veredeln. Bei der Stiftung kann eine kleine Beispielsammlung mit schöpferischen Briefbeilagen unter 10 Gramm bestellt werden.

Und zum Schluss: Egal, wie und wer ruft: Lockt der Lockruf, muss die Antwort anregend aufgenommen werden! Möglichst jedes Angebot sollte ernsthaft aufgegriffen werden. Das kann natürlich auch heißen, man setzt sich zusammen, um innovativ-gewagte Ideen gruppenkompatibel zu machen. Deshalb sollte eine solche Aktion möglichst am Jahresanfang stattfinden. Da sind Terminkalender und Herzen noch aufnahmefähig!

Lockruf 2009

1. Aufruf zum Aufruf

„Man will doch wenigstens mal gefragt werden...“, diesem Stoßseufzer beleidigter Basen, wollen wir schöpferisch aufgreifen und ins Positive wenden. Wir rufen Vorstände, Geschäftsführungen und Fraktionsmitglieder auf, sich regelmäßig (möglichst jährlich) bei ihren Mitgliedern zu melden. Vor Kampagnen, größeren Aktionen, zur Regierungshalbzeit, vor Entscheidungen über Großprojekte ist die Zeit reif, sich der Basismeinung und ihrer Unterstützung zu vergewissern. Untersuchungen haben ergeben, dass in manchen Gruppen Karteileichen 67,4% mehr im Leben stehen als die führenden Parteileichen.

Geschickt organisiert machen Lockrufaktionen allen Beteiligten Freude. Wer nach dem Lesen dieses Tipp-Zettels nicht Keime von Vorfreude verspürt, sollte die Aktion zunächst anderen überlassen – allerdings bitte wohlwollend beobachten.

2. Aufruf als Aufruf

Wie aktivieren wir unsere Leute? Mitgliederrundbrief, Newsletter, Aufrufbriefe sind fast immer

HEINRICH BÖLL STIFTUNG



Heinrich Böll Stiftung NRW | Graf-Adolf-Straße 100 | 40210 Düsseldorf
T. 0211.936508 0 | F. 0211.936508 25 | info@boell-nrw.de
www.boell-nrw.de

einseitige Kommunikationsstränge. Der Normalkommerz bedient sich deshalb der Call-Center. Politik inzwischen leider auch und erfüllt damit ein weiteres Vorurteil. Mit unserem Basis-Rundruf bei allen Mitgliedern wird sehr schnell klar, was die Leute interessiert, zu welchen Aktionen sie Lust haben oder warum sie die Mitgliederversammlung langweilig finden. Der persönlich telefonische Rundruf wird dann schnell zum Lockruf. Neue Anregungen und Vorschläge beleben die Gruppe und im Gespräch können Mitglieder direkt für Veranstaltungsplanungen oder Wahlkampfparties gewonnen werden.

Um schon mal die Spannung zu wecken, bietet sich eine Postkarte im Vorfeld an, die den bevorstehenden Anruf ankündigt. Auf dieser Karte kann auch ein kleiner Preis für besonders wunderbare Wahlkampfthemen o. ä. ausgeschrieben werden, die dann beim Anruf abgerufen werden.

Ihre Erfahrungen mit dem Rundruf geben wir gerne weiter. Schicken Sie uns daher doch einfach Fragebögen und Rundruferfahrungen zu.

3. Schritte zum erfolgreichen Rundruf

1. Vorspiel

Für die Rundrufaktion sollten sich mindestens drei Menschen zusammen tun. Neben dem Spaß am Telefonieren ist in erster Linie wichtig, dass alle motiviert auf ein gemeinsames Ziel hin arbeiten. Das kann ein anstehender Wahlkampf oder eine große Aktion zum autofreien Sonntag sein.

2. Was wollen wir wissen?

Dann gilt es, die Fragen der Anrufe genau zu definieren und auf das Ziel abzustimmen. Vielleicht organisiert jemand gerne eine Wahlkampfparty? Oder interessieren sich einige für eine Veranstaltung und helfen bei der Organisation? Welche Themen fehlen in unserer Arbeit bisher? Günstig ist es auch, bei dem Anruf auf einen bevorstehenden Termin hinzuweisen, um gleich mit konkreten Angeboten zu locken.

3. Gesprächsleitfaden

Diese Punkte sollten dann in einen Fragebogen gegossen werden. Für jeden Anruf sollte ein Bogen bereitgehalten werden, um darauf auch Name und Rufnummer des Angerufenen zu vermerken. Das erleichtert die Übersicht und die Auswertung. (siehe Beispielfragebögen)

4. Ansichtskarten – Absichtskarten

Vorfreude auf den Anruf kann mit einfachen Postkarten geweckt werden. Eine ansehnliche Ansichtskarte mit dem Hinweis auf den bevorstehenden Anruf wird mit einem Kärtchen zum Zurückschicken versehen. Da ist zum Beispiel Platz für kreative Vorschläge für eine Wahlkampfaktion oder eine Idee, wie auch der Vorstand einmal geehrt werden könnte. Die besten Ideen werden mit einem Kleinpräsent belohnt.

5. Auswertung

Bitte besprecht zusammen beizeiten, was das Ganze gebracht hat. Zahlen sind immer eine gute Grundlage. Wie viele Personen waren beim Neuen-Treffen? Wie viele neue Adressen sind gesammelt worden? Hat es Beitritte gegeben? Vorherige genaue Zielformulierungen machen auch die Auswertung leichter! Unter den Mitmachenden sollte auch der Erlebnisfaktor erhoben werden. Auch durch die Frage: Machst DU beim nächsten Mal wieder mit? Bei unter 33% besser Nichtnochmalmachen. Ab 50% die Auswertung an die Heinrich-Böll-Stiftung schicken!!! *Danke!*

Redaktion: **Hermann Strahl**
Letzte Änderung: **27.11.2008**
Letzte Bearbeitung: **Hannes Schröder**
Kontakt: hermann.strahl@boell-nrw.de
0211 – 936508-24

HEINRICH BÖLL STIFTUNG



Heinrich Böll Stiftung NRW | Graf-Adolf-Straße 100 | 40210 Düsseldorf
T. 0211.936508 0 | F. 0211.936508 25 | info@boell-nrw.de
www.boell-nrw.de