

5–PHASEN–KAMPAGNE

Orientierungsphase: AUFBRUCH – Ohne Aufbruchstimmung geht keine Kampa! „Wir wollen endlich raus aus dem Trott, wir TrottelInnen! Kür statt Pflicht!! Compagneras lasst uns zusammen campagnieren!!!!“

1. Phase: Suchen, Sammeln, Finden, Entscheiden

- Welches Thema | welchen Inhalt will ich rüberbringen | passt zu uns?
- Welches Gremium entscheidet wann, wie ist die Basis einbeziehbar?
- Wer formuliert die Zielvorgaben?
- Wer sind unsere AnsprechpartnerInnen?
- Welche Zielgruppe(n) möchten wir ansprechen?
- Welche „Spielregeln“ gibt es?
- Welches Zeitlimit setzen wir uns? Wo setzen wir die Phasen-Meilensteine?
- Wie motivieren wir welche Mitmenschen zur Mitarbeit?
- Wer ist für was verantwortlich?
- Sind wir mit unserem Leitziel glaubwürdig? Fühlen wir uns entschieden aufbruchbereit?

2. Phase: Planen und Strukturieren

- Wunschziel | Leitziel formulieren (qualitative und quantitative Einzelziele herausarbeiten)
- Welches Budget steht uns zur Verfügung?
- Brauchen wir zusätzlich Fachleute zur Mitarbeit? Wann?
- Zeit- und Werbeplan entwerfen | abstecken
- Detailfragen klären
- Infosystem für alle Mitwirkungspotentiale – SympathisantInnen und Behörden nicht vergessen!
- Wer ist die zentrale „Infoquelle“ | die Anlaufstelle | das Koordinationsteam?
- Transparenz für alle Aktionen unter den AktivistInnen ist wichtig!
- „Kreativitätswand“ für ständig neue Ideen | Impulse – und Probleme
- Ideen sammeln, finden, auswählen,...

3. Phase: Öffentlichkeitsarbeit – Bewerben und Werben

- Nichts „campiert“ erfolgreich ohne Öffentlichkeit! Medienpartnerschaften schaffen!
- Möglichst intensive, gezielte Einbeziehung der zur Verfügung stehenden Medien: Lokalpresse, Anzeigenblätter, Lokalradio | Bürgerfunk, Internetportale, Kneipenpostkarten
- Gezielte „Aktionen“ wie Kettenbriefe, Flugblätter, Kleinveranstaltungen, Plakataktionen
- Knapper, aber gezielter Lockruf an alle Mitglieder und Beteiligten | Interessierten
- Wer, Wann, Wo, Was, mit Wem... ?

4. Phase: Aktion = „Heisse Phase“!

- Mobilisierung aller potentiellen Träger? Kick-Off-Aufruf!
- Start: „Mit Pauken und Trompeten“? Medienfüllung stetig sichern!!!
- Kampagne muss deutlich erkennbar und zugänglich sein!
Kontinuierliche Aktionen und „Aktiönchen“ | Kampagnen-verbindliche Außenwirkung
- Höhepunkt immer im Auge behalten und ansteuern
- Ende | Abschlussveranstaltung mit nachhaltig froher Botschaft!
- Wer, Wann, Wo, Was, mit Wem... ?

5. Phase: Ernten, Werten, Belohnen

- Zusammenfassung der Kampagnenerfolge achtsam an die Presse
- Auswertung nach „Innen“ mit Pressedokumentation, Beitrittsdaten, Fotos und internem konstruktiven Rückblick an alle Beteiligten
- Auswertungs- bzw. Dankesbrief an ALLE Mitwirkenden!
- Neue Adressen sichern
- **Belohnungen für die Aktion, Fest, sich selbst feiern**
- Und immer noch: Wer, Wann, Wo, Was, mit Wem...? Auf ein NEUES!!!

HEINRICH BÖLL STIFTUNG



NORDRHEIN–WESTFALEN

Redaktion: Jutta Paulig, Hermann Strahl, Frank Rimmel &
Kampa-Kombos aus 17 Seminaren
Letzte Änderung: 14. Mai 2007
Letzte Bearbeitung: Vera Welter

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