

## DURCH TEAMARBEIT ZUM KAMPAGNERFOLG

13 findige Ideen zum DreamTeam

### 1. Leben mit Leitfiguren

Es fällt manchmal Mancher/Manchem schwer einzusehen und erst recht sich darauf einzulassen: Es gibt viele Situationen, die mit unterschiedlichen Hierarchien besser zu bewältigen sind. Diese als demokratische Chance und Gesamtentwicklungsmöglichkeit zu erkennen und zu inszenieren soll Aufgabe dieser kurzen Vorschlags-Sammlung sein. Das Beispiel einer Bundestags-Direktkandidatin wird hier als Kampagne mit Spitze durchgespielt. Inkarnationen von Ideen bevölkerten die Geschichte schon vor Jesus und werden es noch nach Joschka Fischer tun. Mannschaften mit Königin gibt es nicht nur in Bienenstöcken. Für die Soli der Primaballerinen schwitzen auch dritte Geiger. Bei der Tour de France soll es glückliche Wasserträger geben. Fast alle SiegerInnen haben so begonnen.

Je mehr die Leitfigur den eigenen Leitbildern entspricht (inkl. motivierender Leitungsqualität) desto einfacher ist das Zusammenwirken. Je weniger, desto notwendiger. Wenn sich jemand für die gemeinsame Sache opfert, sollte es für die gemeinsame Sache gemeinsam Freude machen in die Öffentlichkeit zu gehen.

KandidatInnen sind auf der Bühne, vor dem Mikro, in der Niederlage oft sehr einsam. Das Gefühl von Einsamkeit im eigenen Lager tut besonders weh. 13,6% aller nicht erfolgreichen SpitzenkandidatInnen werfen in den folgenden 12 Monaten das Handtuch ganz, 16% haben Magengeschwüre.

Wahlkampagnen sind befristete Projekte. Fehlentscheidungen bei der KandidatInnen-Wahl sind halbwertzeitiger als die des Papstkonklaves. Also lasst Euch darauf ein, HelferIn/AssistentIn im potentiellen Dream-Team zu sein.

## Dream-Team-Bilder zum Üben

Als kleine Übungshilfe die Kampa-Gruppe anders zu begreifen und zu erleben, Nehmt Euch attraktive Team-Bilder z.B. aus Kultur oder Sport:

- Rolling Stones (da gibt es Aufgaben jenseits von Mick Jagger)
- No Angels (da soll es auch unterschiedliche Persönlichkeiten geben)
- Anastasia & Band oder wie sie geschrieben wird, ist das einzige bekannte derzeitige Band-Bild, das mir einfällt, wo die Sängerin das klare Leitbild für Musik/Auftritt/Interviews ist – und letztere macht sie klar und fetzig...
- Jede Fußballmannschaft hat eine entfaltete Arbeitsteilung mit sehr unterschiedlichen Profilen. 11 Mittelstürmer oder 10 Torhüter wären eine Torheit. Im Wahlkampf ist die Kandidatin Kapitänin und oder Goalgetterin... aber alle haben Möglichkeiten zu Steilpässen...
- -Team-Telekom, u.ä., kämpfen in der Haupttendenz für das gelbe Trikot. Alle bekommen aber die Prämien. Bei idealen Inszenierungen mit starken Teams fällt auch noch ein grünes Trikot ab. So kann in Großstädten mit zwei KandidatInnen auch mit zwei Spannungsbögen gestrampelt werden. Die Wasserträger können für die Zukunft lernen. Altkämpfer sind für die koordinierende Leutnantsarbeit wichtig...
- -Volleyball, Basketball, Boule... sucht Euch spielende Bilder möglichst aus dem Sport, ad ist Kampf und Leben gepaart. Jesus und seine Jungs sind etwas zu sehr auf Leidbild getrimmt. Wundeschön für Arbeitsteilung motivierend kann auch ein Kucken von Viva Maria sein, wo die verrückte Arbeitsteilung eines Zirkus gar für eine erfolgreiche Revolution reicht....

## 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

## 2. Seid möglichst alle HalbleiterInnen

Im Idealfall hat jedeR ihren/seinen Leistungs- und Leitungsbereich. JedeR kann etwas Besonderes. JedeR sollte auch Freude daran haben, Verantwortung zu tragen. Und dazu sollte die Gruppenarbeit in entsprechende Bereiche filetiert werden.

## 3. Größenordnung

Im War-Room\* von Hillary Clinton brüten 2007 3 Hirne an Ihrer Präsidentschaftskampagne Bush-After, 2008 wird sie sich auf 23.641 HerferInnen stützen. Hilfestellungen sollten nach den Aufgaben und Angeboten in arbeitsfähigen Größenordnungen gestaltet werden. 2-4 Menschen in einem Raum sind zum Nach- und Vordenken eine gute Größe. Je mehr zusammenkommen, desto eher setzen sich die Durchsetzungserfahrenen durch. Ohne vorbereitete und möglichst im Voraus verschickte Vorlagen, können auch noch so kluge Steilvorlagen plenar selten erkannt werden. Gerade Impulse und Fragen stillerer Gruppenmitglieder gehen im Großgetuschel schnell unter. In Kleingruppen ist der gegenseitige Respekt immer größer.

Im Kampa-Kern-Team reichen 3-5 Köpfe, die ja bis zu 10 Füße/Ohren mitbringen, um die Aufgaben-gebundenen Klein-Teams aufzusuchen/anzuklingeln. Regelmäßiges Treffen der kleinen Gruppe ist dann einfach vollzählig möglich und auch ein Weitergeben bei regelmäßigen „Jour Fixen“, wo allen Interessierten kurz berichtet wird und noch Neue in Aufgaben gelockt werden können.

## 4. Vielfalt belebt Einfalt

Welche besonderen Qualitäten der/die KandidatIn hat, das sollte unterstrichen werden. Das darf nicht eindimensional bleiben (nicht ewig auf dem Fahrrad, nicht nur Dauerlächeln). Überraschungen machen neugieriger. (Der Bauer kocht auch gern und gut. Die Intellektuelle spielt rasant Skat. Der Lehrer kann mit der Axt umgehen...).

Von Grünen wird Einfallsreichtum erwartet, deshalb möglichst keine unbeweglichen Fotos. Ein Fotonachmittag mit Profi-Presse-FotografIn, Kern-Teams und der/dem KandidatIn macht Spaß und liefert motivierende Motive, bzw. die richtige Haltung, sich beim späteren Termin ins Bild zu setzen!

Die Umrahmung der Person im Zentrum der Aufmerksamkeit, durch andere gut besetzte Persönlichkeiten, stärkt die Bildaussagen und die Leitfigur. In Flächenkreisen müssen in allen Ortsteilen regelmäßig solche Inszenierungen entwickelt werden. Die Bildverbindungen schlagen Brücken in angesprochene Kreise: Das ist eineR von uns, eineR für uns. Stützpersonen und Leitbild haben beide was davon und die Bilder werden abwechslungsreicher...

## 5. Wasserträger haben ihren Anteil

Bei der Tour de France werden zumindest die Prämien gleichmäßig ausgeschüttet. Durch viele definierte Aufgabenbereiche sind mehr Menschen fest dabei und „auf dem Posten“.

- Jeder hat irgendwelche Kontakte, die man zu informellen MitarbeiterInnen machen kann
- Internet/E-mail-Team
- Neue BetreuerInnen
- TerminatorIn
- Kultus-Konferenz
- Initiativen-TrefferIn, Öko, Frieden, Verkehr
- Jugendteam
- ProjektorInnen, Projektile (s. Liste)
- Persönliche KandidatInnen-Trainings
- Local-Heroes
- Presse/Radio-Team
- Klebe-Kolonnen
- Kampa-Café

\* So heißt im Angelsächsischen das Kampa-Team-Quartier - entlehnt dem Kampa-Urklassiker von Sunzi/Sun Tsu „Die Kunst des Krieges“, Peking, 100 a.C./ 9.90 €. Getunt um 1530 von Zhao Benxue in den „36 Strategemen“, in denen er selbst das „Wearennen“ als bestes Krieasstrategieam bezeichnet.

**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

## **6. Adventskalender stärken nicht nur die Vorfrende**

Wichtig ist, dass die Zeitachse möglichst klar visualisiert für alle MacherInnen voliegt. Ein Großkalender im Büro mit den wesentlichen Eckdaten von außen und den Eigensetzungen. Das hilft sich einzubringen statt sich konkurrierend auszubremesen.

Alle werden immer wieder aufgefordert relevante Termine einzutragen.

Übrigens können am abgelaufenen Teil des Kalenders auch die Spuren der Taten (Zeitungsartikel, Fotos, Flugblätter etc.) befestigt werden. Das ist verbindliche und verbindende Erfolgskontrolle und motiviert. Es soll Gruppen geben, die dann mit der Kalenderwand sogar die Kampa-Auswertung begeistert abgeschlossen haben.

Kleine Mail-fähige Projektkalender können auch mit den Gruppen-Newslettern einfach regelmäßig verschickt werden...

## **7. Sich unterstützend achten**

„Campagnero/Campagnera der Woche“ oder ein leicht selbst-ironischer Wettbewerb sollte inszeniert werden. Er darf aber nicht in Fleiß-Kärtchen-Verteilung ausarten. Vor allem sollten auch die kleinen Stützen dadurch geachtet werden z.B. die besonders liebevollen Schnittchen beim Stand auf dem Wochenmarkt...

## **8. Lückenfüllen sollte Selbst-Entwicklungshilfe sein**

Im Normalfall, nicht nur in Kampagnen stellt man fest, dass wichtige Talente fehlen. Wenn keiner einen Taschenrechner bedienen kann, ist es schwierig die Kasse gefüllt zu halten. Ohne Text-Kompetenz wird Pressearbeit gefährlich.

Wichtig ist festzustellen, was man hat und was man braucht. Die früh festgestellten Lücken, lassen sich oft durch Suche findig schließen. Durch gezielte Ansprache im Umfeld „Du kannst doch so schön formulieren, könntest Du im Bedarfsfall mal drüberlesen?“, „Du hast doch gute Pressekontakte, könntest Du die oder den mal mitnehmen?“ Überraschend Viele warten auf eine Aufgabe.

Kennt man niemanden, gibt es für Vieles Bücher und für noch mehr Sachen Kurse. Da sollte man auch nicht gleich alle zu allem schicken, sondern kleine „Bildungspläne“ entwickeln, die über die Kampagnen hinausgehen. In solchen Kursen, z.B. bei Bölls lernen die Lernenden dann nebenbei auch noch Leute kennen, die sich für ähnliche Aufgaben qualifizieren. So entstehen nebenbei Kompetenznetzwerke.

Gerade Nachwuchse erhalten so Eigenstärken. Beim Abgucken von den Leithammeln werden oft die Fehler der Führungspersönlichkeiten mit übernommen.

## **9. Gemeinsames Zielen**

Intern sollten machbare Ziele abgestimmt sein, die über den Wahlkampf hinausweisen. Je konkreter sie sind, desto glaubwürdiger kann man sie auch verfolgen und kleine Zwischenfreuden genießen bzw. Probleme besprechbar machen, z.B.

Wir wollen 10% neue Mitglieder

Wir wollen in einem Ort eine Grüne Jugend

Wir wollen 31x in der Lokalzeitung vorkommen

Wir wollen 6x Aktionsstände hinkriegen

Wir wollen an 4 weiterführenden Schulen Events hinkriegen

Wir wollen einen Erstwählerbrief verteilt bekommen

Wir wollen ab 15.5. im Netz neu aufbereitet stehen

Wir wollen 20.000 Euro Spenden sammeln

## **10. Kampa-intern-Dienst**

Möglichst wöchentliche Mail an alle, die sich bereit erklärt haben dem Kampa-Team zu zuarbeiten, darin wichtige frohe Botschaften, Termine, Probleme als Fragen formuliert. Daten zur Zielerreichung : 3 Neue Mitglieder (vgl taz-Barometer). Öko-Sekt der Woche für besonders gelungene Aktivität/Spruch/Idee...

Wer mitmacht, blickt mehr durch. Wer gut durchblickt nimmt 63,6% mehr Verantwortung wahr.

**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

Wer nicht geladen wird, ist oft geladen. Die 13. Fee, oder die Greise in der Muppet-Show wären gern dabeigewesen.

### **11. Berichte, Berichte, Berichte**

Bei den Normalversammlungen, in der Presse und möglichst sonstnochwo sollte über die Arbeit berichtet werden. Das stärkt nicht nur den Stolz des Teams selbst und auf das Team. Alle kriegen mit, dass sich was tut und auch wie einige «am Tuen» sind. Einstiege sollten möglichst lange offen gehalten werden.

### **12. Abschlussauswertung**

Am Schluss sollte die Kampa-Gruppe sich zusammensetzen und das Ergebnis in Zusammenhang mit den Zielen bewerten, dabei auch das Zusammenwirken nicht in der Wertung vergessen. Manchmal ist schon hier ein Fragebogen günstig. Auf jeden Fall sollte die Auswertung auch in der Gesamtgruppe vorgestellt werden – vielleicht auch hier mit einem Fragebogen an alle Mitglieder als Vorlauf. Erkannte Fehler können zu bestem Lehergeld recycelt werden. Alles was nicht ausgesprochen wird bleibt als Gesprächsstoff in den eigenen Reihen stänkernd hängen. Ganz wichtig ist dabei auch der achtsame - möglichst öffentliche - Dank für alles Tun. Helferfete, Sektfäschchen, kleine Rede und alle sind durch das Danken dankbar, in so einer tollen Gruppe zu sein.

### **13. Neustart**

Im nächsten Frühjahr kann dann die Abschlussauswertung als Basis für die nächste Kampagne genutzt zu werden. « Du hast doch letztes Jahr mitgekriegt... und jetzt haben wir noch mehr Tolles/ähnlich Schönes vor und denken speziell an dich. Welche Rolle würde denn zu dir passen?!  
(vgl. AnStiftung MI 1c - Lockruf)

HEINRICH BÖLL STIFTUNG



NORDRHEIN-WESTFALEN

Redaktion: **Hermann Strahl**  
Letzte Änderung: **23.05.2007**  
Letzte Bearbeitung: **Vera Welter**  
Kontakt: [hermann.strahl@boell-nrw.de](mailto:hermann.strahl@boell-nrw.de)  
**0211 – 936508-24**

Heinrich Böll Stiftung NRW | Graf-Adolf-Straße 100 | 40210 Düsseldorf  
T. 0211.936508 0 | F. 0211.936508 25 | [info@boell-nrw.de](mailto:info@boell-nrw.de)  
[www.boell-nrw.de](http://www.boell-nrw.de)