



SOCIAL MEDIA KAMPAGNE

Arbeitsauftrag für Kampagnenplanung

Im bisherigen Verlauf des Workshops habt ihr schon ein bisschen was über Aktivismus online und offline erfahren. Jetzt wird es ernst und ihr plant eure eigene Social-Media-Kampagne.

Aufgabenpaket 1: Ziele und Unterstützer_innen (5 Minuten)

Ihr habt bis hierhin schon Themen gesammelt und auch Ideen dazu, welche Ziele mit der Kampagne verfolgt werden und welche Unterstützer_innen ihr für eure Kampagne habt. Über diese beiden Aspekte müsst ihr euch immer im Klaren sein. Ohne Ziel und ohne Unterstützung gibt es keinen Erfolg!

- Definiert 1–2 Ziele eurer Kampagne (möglichst kurz und konkret).
- Listet die Unterstützer_innen eurer Kampagne auf.
- Beschreibt möglichst konkret die Zielgruppe eurer Kampagne (z. B. nach Altersgruppe, Beschäftigung, bestimmte Parteien oder Vereine, etc.)

Aufgabenpaket 2: Ressourcen und Team (5 Minuten)

Welche Ressourcen stehen euch zur Verfügung? Bis jetzt war alles ein Wunschkonzert. Aber jetzt wird's wirklich ernst. Große Kampagnen verschlingen manchmal Unsummen. Aber keine Angst – auch mit wenig Geld könnt ihr viel erreichen. Und denkt daran: Geld ist nicht die einzige Ressource! Auch Freund_innen oder eure Unterstützer_innen können eine wichtige Ressource sein. Setzt sie gut ein.

Euer Team ist eine eurer wichtigsten Ressourcen. Überlegt euch, wer im Team für was zuständig ist und wie ihr zusammenarbeiten wollt.

- Sammelt, welche Ressourcen euch zur Verfügung stehen.
- Klärt, wer im Team für was zuständig ist und wie ihr euch untereinander abstimmt.

Aufgabenpaket 3: Strategie (10 Minuten)

Jetzt geht es ans Eingemachte – ihr formuliert eure Strategie: Was habt ihr vor? Wie erreicht ihr am besten eure Zielgruppe? Welche Sozialen Medien nutzt ihr? Instagram, Facebook, YouTube oder TikTok? Setzt ihr auf Videos, Bilder oder beides? Sachlich fundiert oder emotional und nah an den Leuten?

Beantwortet diese Fragen immer im Hinblick auf eure Ziele, Unterstützer_innen, Ressourcen und eure klar definierte Zielgruppe.

- Legt eure Strategie fest.

Aufgabenpaket 4: Recherche (10 Minuten)

Bevor ihr konkrete Texte schreibt, um eure Strategie umzusetzen, solltet ihr euch genau über euer Thema informieren. Wie ist der aktuelle Stand zu diesem Thema? Welche Informationen sind zu finden? Sind die Quellen verlässlich? Gab es bereits ähnliche Kampagnen und was kann man aus diesen ggf. lernen? Gibt es aktuelle Gesetzesvorhaben oder Nachrichten, an die eure Kampagne anknüpfen kann?

- Dokumentiert eure Rechercheergebnisse.

Aufgabenpaket 5: Kampagnenplan und Umsetzung (20–50 Minuten)

Im nächsten Schritt werdet ihr noch konkreter und entwickelt einen Kampagnenplan: Womit fangt ihr an? Habt ihr Meilensteine, also Zwischenziele, die ihr erreichen wollt? Und was genau ist euer Inhalt? Welche Videos, Texte, Bilder etc. müsst ihr produzieren und in welcher Reihenfolge werden sie veröffentlicht?

- Entwickelt und notiert euren Kampagnenplan.
- Schreibt Texte, macht Bilder, Videos oder Entwürfe eurer Posts.



WEITERE INFOS, HINWEISE UND LINKS
ZUR ERFOLGREICHEN KAMPAGNEN-
PLANUNG FINDEST DU IM **E-LEARNING**
(ZWEITER TEIL).



DEMONSTRATION

Arbeitsauftrag für Kampagnenplanung

Im bisherigen Verlauf des Workshops habt ihr schon ein bisschen was über Aktivismus online und offline erfahren. Jetzt wird es ernst und ihr plant eure eigene Demonstration.

Aufgabenpaket 1: Ziele und Unterstützer_innen (5 Minuten)

Ihr habt bis hierhin schon Themen gesammelt und auch Ideen dazu, welche Ziele mit der Kampagne verfolgt werden und welche Unterstützer_innen ihr für eure Demonstration habt. Über diese beiden Aspekte müsst ihr euch immer im Klaren sein. Ohne Ziel und ohne Unterstützung gibt es keinen Erfolg!

Nicht immer sind eure Unterstützer_innen auch eure Zielgruppe! Ihr müsst genau wissen, wen ihr mit eurer Kampagne überzeugen wollt, wer mitmachen soll, wer über die Medien davon erfahren soll.

- Definiert 1–2 Ziele eurer Kampagne (möglichst kurz und konkret).
- Listet die Unterstützer_innen eurer Kampagne auf.
- Beschreibt möglichst konkret die Zielgruppe eurer Kampagne (z. B. nach Altersgruppe, Beschäftigung, bestimmte Parteien oder Vereine, etc.)

Aufgabenpaket 2: Ressourcen und Team (5 Minuten)

Welche Ressourcen stehen euch zur Verfügung – finanzieller und personeller Art? Beides ist wichtig und kann das jeweils andere kompensieren. Wenn ihr ein starkes Team und viele Unterstützer_innen habt, braucht ihr nicht unbedingt viel Geld. Stellt euch aber die Frage, wie ihr zusammen plant und miteinander kommuniziert. Gibt es Messenger-Gruppen? Regelmäßige Treffen? Wie viel Zeit braucht ihr eigentlich für die Vorbereitung eurer Demo?

- Sammelt, welche Ressourcen euch zur Verfügung stehen.
- Klärt, wer im Team für was zuständig ist und wie ihr euch untereinander abstimmt.

Aufgabenpaket 3: Strategie (10 Minuten)

Jetzt geht es ans Eingemachte – ihr formuliert eure Strategie: Was habt ihr vor? Welche Route wollt ihr nehmen? Wie viele Menschen erwartet ihr? Und wie wollt ihr sie aktivieren? Welche Medien sollen über die Demo berichten? Wollt ihr eine einheitliche Gestaltung von Plakaten und Kleidung, oder wollt ihr es lieber bunt und kreativ?

Beantwortet diese Fragen immer im Hinblick auf eure Ziele, Unterstützer_innen, Ressourcen und eure klar definierte Zielgruppe.

- Legt eure Strategie fest.

Aufgabenpaket 4: Recherche (10 Minuten)

Bevor ihr konkrete Texte schreibt, um eure Strategie umzusetzen, solltet ihr euch genau über euer Thema informieren. Wie ist der aktuelle Stand zu diesem Thema? Welche Informationen sind zu finden? Sind die Quellen verlässlich? Gab es bereits ähnliche Demos und was kann man aus diesen ggf. lernen? Gibt es aktuelle Gesetzesvorhaben, Nachrichten oder andere Kampagnen zu diesem Thema, an die eure Demo anknüpfen kann?

- Dokumentiert eure Rechercheergebnisse.

Aufgabenpaket 5: Kampagnenplan und Umsetzung (20–50 Minuten)

Im nächsten Schritt werdet ihr noch konkreter und entwickelt einen Kampagnenplan: Womit fangt ihr an? Habt ihr Meilensteine, also Zwischenziele, die ihr erreichen wollt? Und was genau ist euer Inhalt?

Welche Auflagen hat die Stadt und wo könnt ihr die Demo anmelden? Die Anmeldung einer Demo erfolgt in der Regel beim Ordnungsamt oder der Polizei. Einen Titel, eine Routenplanung und eine grobe erwartete Teilnehmendenzahl solltet ihr dabei mit angeben. Alles Weitere könnt ihr intern planen.

Wie gelingt es euch, dass möglichst viele Teilnehmer_innen zur Demo erscheinen? Auch die Öffentlichkeit und die Presse sollten von der Demo erfahren. Schreibt einen Aufruf und überlegt, wie ihr ihn verbreitet.

- Entwickelt und notiert euren Kampagnenplan.
- Notiert die nötigen Angaben für die Anmeldung der Demo.
- Schreibt einen Aufruf, ggf. mit Bildern und/oder Video(s).



WEITERE INFOS, HINWEISE UND LINKS
ZUR ERFOLGREICHEN KAMPAGNEN-
PLANUNG FINDEST DU IM **E-LEARNING**
(ZWEITER TEIL).



PETITION

Arbeitsauftrag für Kampagnenplanung

Im bisherigen Verlauf des Workshops habt ihr schon ein bisschen was über Aktivismus online und offline erfahren. Jetzt wird es ernst und ihr plant eure eigene Petitionskampagne.

Petitionen sind eigentlich eine sehr universelle Form des Aktivismus. Viele politische Systeme kennen die Petition als „Aufforderung“ an Regierende oder Parlamente. Im Grunde beschreibt der Begriff Petition ein Anliegen, das an eine bestimmte Stelle (eine Regierung, eine Behörde, eine Person oder ein Unternehmen) herangetragen wird. Schon vor Erfindung des Internets gab es Petitionen und Unterschriftensammlungen für spezifische Anliegen.

Aufgabenpaket 1: Ziele und Unterstützer_innen (5 Minuten)

Ihr habt bis hierhin schon Themen gesammelt und auch Ideen dazu, welche Ziele mit der Kampagne verfolgt werden und welche Unterstützer_innen ihr für eure Kampagne habt. Über diese beiden Aspekte müsst ihr euch immer im Klaren sein. Ohne Ziel und ohne Unterstützung gibt es keinen Erfolg!

Nicht immer sind eure Unterstützer_innen auch eure Zielgruppe! Ihr müsst genau wissen, wen ihr mit eurer Kampagne überzeugen wollt, wer mitmachen soll, wer über die Medien davon erfahren soll.

- Definiert 1–2 Ziele eurer Kampagne (möglichst kurz und konkret).
- Listet die Unterstützer_innen eurer Kampagne auf.
- Beschreibt möglichst konkret die Zielgruppe eurer Kampagne (z. B. nach Altersgruppe, Beschäftigung, bestimmte Parteien oder Vereine etc.).

Aufgabenpaket 2: Ressourcen und Team (5 Minuten)

Welche Ressourcen stehen euch zur Verfügung – finanzieller und personeller Art? Beides ist wichtig und kann das jeweils andere kompensieren. Wenn ihr ein starkes Team und viele Unterstützer_innen habt, braucht ihr nicht unbedingt viel Geld. Stellt euch aber die Frage, wer im Team für was zuständig ist und wie ihr zusammenarbeiten wollt.

- Sammelt, welche Ressourcen euch zur Verfügung stehen.
- Klärt, wer im Team für was zuständig ist und wie ihr euch untereinander abstimmt.

Aufgabenpaket 3: Strategie (10 Minuten)

Jetzt geht es ans Eingemachte – ihr formuliert eure Strategie: Was wollt ihr von wem? An wen wollt ihr euch wenden? Und was erwartet ihr von der Institution/Organisation/Person? Wie erreicht ihr mit der Petition viele Menschen und soll die Online-Petition durch Offline-Aktionen ergänzt werden?

Wie startet ihr die Petition? Ihr könnt eure Online-Petition über Plattformen wie openpetition.eu starten. Dabei könnt ihr die Adressat_innen der Petition frei wählen. Bei Petitionen an ein Parlament bieten sich aber auch die jeweiligen Seiten der Parlamente (bspw. [bundestag.de](https://www.bundestag.de)) an. Hier könnt ihr direkt im Rahmen des formalen politischen Systems wirken und erhaltet garantiert Rückmeldung zu euren Anliegen.

Beantwortet diese Fragen immer im Hinblick auf eure Ziele, Unterstützer_innen, Ressourcen und eure klar definierte Zielgruppe.

- Legt eure Strategie fest.

Aufgabenpaket 4: Recherche (10 Minuten)

Bevor ihr konkrete Texte schreibt, um eure Strategie umzusetzen, solltet ihr euch genau über euer Thema informieren. Wie ist der aktuelle Stand zu diesem Thema? Welche Informationen sind zu finden? Sind die Quellen verlässlich? Gab es bereits ähnliche Petitionen und was kann man aus diesen ggf. lernen? Gibt es aktuelle Gesetzesvorhaben, Nachrichten oder andere Kampagnen zu diesem Thema, an die eure Petition anknüpfen kann?

- Dokumentiert eure Rechercheergebnisse.

Aufgabenpaket 5: Kampagnenplan und Umsetzung (20–50 Minuten)

Im nächsten Schritt werdet ihr noch konkreter und entwickelt einen Kampagnenplan: Womit fangt ihr an? Habt ihr Meilensteine, also Zwischenziele, die ihr erreichen wollt?

Was wollt ihr ganz konkret erreichen? Schreibt einen guten Text, der euer Anliegen beschreibt. Entwickelt diesen gemeinsam und stimmt ihn mit vielen Menschen ab – denn an eurem Petitionstext solltet ihr im Laufe der Petition nichts mehr ändern.

Wie macht ihr auf die Petition aufmerksam? Welche Gruppen könnten eure Petition unterstützen und wie erreicht ihr sie? Macht einen Plan, wie viele Unterstützer_innen ihr bis wann haben wollt und welche Videos und Posts ihr wann veröffentlichen wollt.

Dann überlegt euch, welche Kanäle für euch relevant sind. Sind es ausschließliche digitale Medien oder wäre vielleicht auch eine Flyeraktion in der U-Bahn oder in der Innenstadt interessant?

- Entwickelt und notiert euren Kampagnenplan.
- Schreibt einen Petitionstext.
- Bereitet eure Aufrufe (Posts, Flyer etc.) vor, ggf. mit Bildern und/oder Video(s).



WEITERE INFOS, HINWEISE UND LINKS
ZUR ERFOLGREICHEN KAMPAGNEN-
PLANUNG FINDEST DU IM E-LEARNING
(ZWEITER TEIL).



KREATIVER PROTEST

Arbeitsauftrag für Kampagnenplanung

Im bisherigen Verlauf des Workshops habt ihr schon ein bisschen was über Aktivismus online und offline erfahren. Jetzt wird es ernst und ihr plant eure eigene kreative Protestaktion.

Aufgabenpaket 1: Ziele und Unterstützer_innen (5 Minuten)

Ihr habt bis hierhin schon Themen gesammelt und auch Ideen dazu, welche Ziele mit der Kampagne verfolgt werden und welche Unterstützer_innen ihr für eure Kampagne habt. Über diese beiden Aspekte müsst ihr euch immer im Klaren sein. Ohne Ziel und ohne Unterstützung gibt es keinen Erfolg!

Nicht immer sind eure Unterstützer_innen auch eure Zielgruppe! Ihr müsst genau wissen, wen ihr mit eurer Kampagne überzeugen wollt, wer mitmachen soll, wer über die Medien davon erfahren soll.

- Definiert 1–2 Ziele eurer Kampagne (möglichst kurz und konkret).
- Listet die Unterstützer_innen eurer Kampagne auf.
- Beschreibt möglichst konkret die Zielgruppe eurer Kampagne (z. B. nach Altersgruppe, Beschäftigung, bestimmte Parteien oder Vereine, etc.)

Aufgabenpaket 2: Ressourcen und Team (5 Minuten)

Welche Ressourcen stehen euch zur Verfügung – finanzieller und personeller Art? Beides ist wichtig und kann das jeweils andere kompensieren. Bei kreativen Aktionen ein starkes Team und viele Unterstützer_innen oft wichtiger als viel Geld. Was sind eure kreativen Stärken? Was kann eure Gruppe besonders gut, was macht ihr so, wofür seid ihr bekannt? Stellt euch außerdem die Frage, wie ihr euch organisiert und wie ihr gemeinsam plant.

- Sammelt, welche Ressourcen euch zur Verfügung stehen.
- Klärt, wer im Team für was zuständig ist und wie ihr euch untereinander abstimmt.

Aufgabenpaket 3: Strategie (10 Minuten)

Jetzt geht es ans Eingemachte – ihr formuliert eure Strategie:

Was wollt ihr erreichen? Wie könnt ihr die kreativen Stärken eurer Gruppe dafür nutzen? Vielleicht singt ihr gerne? Dann macht doch einen Protest-Song und verbreitet ihn übers Internet. Vielleicht spielt ihr gerne (Video-)Spiele? Dann entwickelt euer eigenes Game und verbreitet damit eure Botschaft. Vielleicht fotografiert ihr gerne und macht auch gelegentlich Videos? Dann gestaltet Collagen, Wimmelbilder oder Stories mit euren Anliegen an die Welt.

Die Form des Protests sollte aus euch heraus kommen – orientiert euch an dem, was euch Spaß macht und was die Zielgruppe, die ihr erreichen wollt, anspricht.

Beantwortet diese Fragen immer im Hinblick auf eure Ziele, Unterstützer_innen, Ressourcen und eure klar definierte Zielgruppe.

- Legt eure Strategie fest.

Aufgabenpaket 4: Recherche (10 Minuten)

Bevor ihr konkrete Texte schreibt, um eure Strategie umzusetzen, solltet ihr euch genau über euer Thema informieren. Wie ist der aktuelle Stand zu diesem Thema? Welche Informationen sind zu finden? Sind die Quellen verlässlich? Gab es bereits ähnliche Aktionen und was kann man aus diesen ggf. lernen? Gibt es aktuelle Gesetzesvorhaben, Nachrichten oder andere Kampagnen zu diesem Thema, an die eure Aktion anknüpfen kann?

- Dokumentiert eure Rechercheergebnisse.

Aufgabenpaket 5: Kampagnenplan und Umsetzung (20–50 Minuten)

Im nächsten Schritt werdet ihr noch konkreter und entwickelt einen Kampagnenplan: Womit fangt ihr an? Habt ihr Meilensteine, also Zwischenziele, die ihr erreichen wollt?

Wie geht ihr vor bei der Umsetzung eurer kreativen Aktion? Gibt es ggf. rechtliche Rahmenbedingungen, die ihr beachten müsst?

Wie erreicht ihr damit eure Adressat_innen? Angela Merkel schaut nicht jedes YouTube-Video, in dem sie erwähnt wird. Wie schafft ihr es also, dass sie auf euch aufmerksam wird?

Auch hier könnt ihr kreativ sein und verschiedene Medien miteinander kombinieren. Warum nicht eine Fahrrad-Demo, die live in die Welt gestreamt wird? Oder eine Instagram-Challenge, die ihr über Flyer in eurer Schule/Uni bewerbt?

Macht euch einen Plan, wen ihr wie erreichen wollt, welche Kanäle für euch relevant sind und wer euch in eurem Anliegen unterstützt.

- Entwickelt und notiert euren Kampagnenplan.
- Bereitet eure kreative Aktion vor, mit Texten, Bildern, Videos oder sonstigen Entwürfen.



WEITERE INFOS, HINWEISE UND LINKS
ZUR ERFOLGREICHEN KAMPAGNEN-
PLANUNG FINDEST DU IM **E-LEARNING**
(ZWEITER TEIL).