

Was sollten Campaigner*innen können?

work in progress - prototyp1
version 0.4.2.1

Ablauf

1. die Idee einer cross-sektoralen Ausbildung für Campaigner*innen
2. Übersicht: Kompetenzen eines/einer Campaigner*in
3. Verständnisfragen
4. Feedback und Diskussion an Moderationswänden.

Definition

Campaigner*innen beeinflussen Entscheidungen anderer politischer, wirtschaftlicher und journalistischer Systeme im Sinne progressiver Werte und Ziele.

Sie mobilisieren Menschen für Proteste, organisieren Zivilgesellschaft, machen Lobbyarbeit und nehmen an der öffentlichen Debatte teil.

Sie verbinden dazu soweit möglich und sinnvoll, Organisation, Erzählungen, Menschen, Wissen und Ressourcen.

die Herausforderung

1

Campaigning wird als Arbeitsfeld in NGOs & Gewerkschaften wichtiger, ist aber oft nicht effektiv genug.

2

Es gibt mehr und mehr spezialisiertes Wissen, aber keine Ausbildung, um dies zu lernen.

3

NGOs und Gewerkschaften finden schwer gut ausgebildete Campaigner/innen.

4

Der cross-sektorale Austausch beim Thema Campaigning ist sehr begrenzt.

5

Es fehlt ein cross-sektorales Netzwerk progressiver Politikgestalter*innen

6

Zu wenig Vielfalt: Campaigner*innen kommen bisher meist aus privilegierten Gruppen.

... ein 12-monatiges, cross-sektorales Ausbildungsprogramm

1

2 Gruppen a 15
Personen pro Jahr

2

Parallel zur
Ausbildung arbeiten
die Teilnehmer*innen
in einem Praxisfeld
(mind. 20h/Woche)

3

5 face-to-face
Trainingsseminare /
5 Online Module

4

Viel Arbeit wird in 3
Peergruppen
geleistet, die während
des Kurses stabil
bleiben.

5

Teilnahmegebühren
sollen von NGOs /
Gewerkschaften bzw.
durch Stipendien
übernommen werden.

6

Aus dem Programm
entwickelt sich ein
lebendiges Netzwerk
progressiver
Campaigner*innen.

Was sollten Campaigner*innen können?

Verstehen, was ist und was sein könnte (Understanding)	Überzeugen & Verhalten beeinflussen (Changing / Advocacy)	kommunizieren & lobbyieren (Soft Skills)	Wie organisieren wir uns? (Management)	
Wer sind wir, woher kommen wir und was wollen wir?	Strategieentwicklung & Zielformulierung	Medienstrategien	vor Kameras / Mikrofonen sprechen	Leadership
Theorien politischer Veränderung	Framing & Storytelling	Digital Campaigning & Mobilizing	überzeugend präsentieren und begeistern	Agiles Projektmanagement & Design Thinking
Macht- und Kontextanalyse		Organizing	leiten, vermitteln und moderieren	Netzwerke, Links und Bündnisse bilden
die Logik politischer Entscheidungsträger*innen		Lobbying	verhandeln	Work Ecology
			debattieren und streiten	
			schreiben	

F2f Training notwendig?

Kleingruppenfragen

Wie bewertet Ihr die
bisherige Idee?

+

-

Welche Kompetenzen fehlen bisher?

Welche Inhalte wären zur Not verzichtbar?

Offene Fragen?

Auf A4-Blatt auspunkten:
Was sind die 3 wichtigsten Themen?