

Die besten Kampagnen im Netz

# re:campaign

PROGRAMM

SPRECHER/INNEN

LAGEPLAN



# :programm

FREITAG, 11. MAI

Themen

- Keynotes
- Best Practice
- Politik
- Strategische Kommunikation
- Stiftung 2.0
- Management

	Großer Saal	Kleiner Saal	Workshop 1	Workshop 2	Workshop 3
9:45	Eröffnung				
10:15	How Citizens Can Overcome Poverty Using ICT for Development  Dr. Duncan Green				
11:15	PAUSE				
11:30	Content for Change  Elizabeth McGuane				
12:30	MITTAGESSEN				
14:00	Social Media for Global Good  Kate James	Developing a Narrative: Storytelling in Kampagnen  Maike Gosch & Julius van de Laar	Die 10 größten rechtlichen Schlaglöcher einer Online-Kampagne  Dr. Jochen Notholt	Datenjournalistische Methoden für Öffentlichkeitsarbeit und Campaigning  Lorenz Matzat	Text to Change - Mobile4Development  Josette de Vroeg & Arjen Swank
14:45	PAUSE				

# :programm

	Großer Saal	Kleiner Saal	Workshop 1	Workshop 2	Workshop 3
15:00	<p>Das Potential von Spiel und Spielmechanismen für Kampagnen und deren Design</p> <p>Myriël Balzer</p>	<p>Empowering Community Voices: Enabling the disadvantaged to lead and create campaigns</p> <p>Jessica Mayberry</p>	<p>Best Practice Political eCampaigning</p> <p>Graham Covington</p>	<p>Wie Online-Trends den Stiftungssektor in Deutschland verändern</p> <p>Anja Adler &amp; Joana Breidenbach</p>	<p>Social Media Recruiting - Personalmanagement und Online-Volunteering im Social Web</p> <p>Katrin Kiefer</p>
15:45	PAUSE				
16:00	<p>Vom User zum Jedi: Spielerische Mobilisierung bei der Kampagne „VW Dark Side“</p> <p>Benjamin Borgerding</p>	<p>Video als Kommunikationsmittel - Best Practice und Inspirationen</p> <p>Cornelia Reetz</p>	<p>Organisationsmodelle für den Einsatz von Social Media</p> <p>Prof. Dr. Daniel Michelis</p>	<p>Von SOPA bis ACTA</p> <p>Markus Beckedahl</p>	<p>Projektmanagement 2.0 ist Kooperationsmanagement</p> <p>Geraldine de Bastion &amp; Andreas Wichmann</p>
17:00	ABSCHLUSSRUNDE (im Großen Saal)				

## SAMSTAG, 12. MAI

### Barcamp

Bei diesem Format schlagen die Teilnehmer selbst Themen vor und laden zur gemeinsamen Diskussion ein. Diese Inhalte werden erst am Samstag früh gemeinsam im Großen Saal festgelegt - wie das funktioniert, erklären wir Ihnen vor Ort.

9:00	Einlass	14:00	Barcamp Runde II
9:45	Eröffnung und Warm-Up	14:45	Pause
10:15	Vorstellung Barcamp & Themen	15:00	Barcamp Runde III
11:30	Vorstellung des Open Space	15:45	Pause
11:45	Barcamp Runde I	16:00	Barcamp Runde IV
12:30	Mittagessen	17:00	Abschluss und Ausblick

Moderiert von **avenarius**

# :programm

FREITAG + SAMSTAG

Open  
Space

**campact!**  
DEMOKRATIE IN AKTION **de** **twingle**

**na•media sonar**  
Der Monitoring-Service von news aktuell



Im Foyer treffen Sie auf unsere Experten für Mobilisierung, Pressearbeit, Mobile Fundraising und Information Activism.

LIVE & DANACH

#rc12

Wir freuen uns über Ihre Kommentare per Twitter! Wenn Sie uns direkt ansprechen wollen, schreiben Sie an [@recampaign](https://twitter.com/recampaign). Um die Tweets für alle auffindbar zu machen, nutzen Sie bitte unseren Hashtag: [#rc12](https://twitter.com/hashtag/rc12)

Auch während der Konferenz kommunizieren wir laufend über:



[www.twitter.com/recampaign](https://www.twitter.com/recampaign)



[www.facebook.com/recampaignberlin](https://www.facebook.com/recampaignberlin)



[www.recampaign.de/blog](https://www.recampaign.de/blog)

Wir werden die Präsentationen der Sprecher sobald wie möglich auf [www.recampaign.de](https://www.recampaign.de) nachtragen und auch auf der Plattform [www.scribd.com/recampaign](https://www.scribd.com/recampaign) verfügbar machen.



[www.vimeo.com/recampaign](https://www.vimeo.com/recampaign)



[www.flickr.com/recampaign](https://www.flickr.com/recampaign)

### HOW CITIZENS CAN OVERCOME POVERTY USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY (ICT) FOR DEVELOPMENT

Dr. Duncan Green, Head of Research, Oxfam Great Britain

Großer Saal, 10:15 Uhr

In our integrated, high speed, connected world, one in seven people go to bed hungry every night. But many of them have access to mobile phones. To what extent does ICT offer a way of accelerating the end of poverty? Duncan Green discusses the role (actual or potential) of ICT in developing countries, whether in activism and public debate, in everyday life (agriculture, finance, marketing), or in responding to disasters (earthquakes, floods). Questioning some of the hype, he looks at Malcolm Gladwell's criticisms of the 'twitterati' explanations of the Arab Spring, and considers the potential impact of ICT in transforming the social contract between citizens and state.

### CONTENT FOR CHANGE

Elizabeth McGuane, Lead Content Strategist, LBi London

Großer Saal, 11:30 Uhr

How do you make change happen, both in your organisation and beyond it, when you have only small change to spend? No matter how limited your resources, setting out a strategy for your content gives you the best chance of meeting your audience with a clear message and an experience they'll remember - and leaves you with a sustainable plan for keeping their attention. Using a variety of examples from content strategies with varying objectives, we'll discuss the elements of the content lifecycle: from analysis to diagnosis, and from production to delivery, measurement and governance. We'll talk about how to get started and how to get your existing content processes under control.

### SOCIAL MEDIA FOR GLOBAL GOOD

Kate James, Chief Communications Officer, The Bill & Melinda Gates Foundation

Großer Saal, 14:00 Uhr

Social media presents us with a huge opportunity to engage new audiences, start new conversations, and grow public support for solving some of the world's largest problems. In this session, Gates Foundation Chief Communications Officer Kate James will discuss how digital media platforms can be used for good and the enormous potential of this global network. She'll talk about social media strategy, audience analysis, recent campaigns, and what we've learned as we move towards creating a truly international conversation for global good.

### STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

#### DAS POTENTIAL VON SPIEL UND SPIELMECHANISMEN FÜR KAMPAGNEN UND DEREN DESIGN

Myriel Balzer, Game Designerin & Game Researcherin, Phoenix Game Design  
Großer Saal, 15:00 Uhr

In dem Workshop wollen wir gemeinsam der Frage nachgehen, inwieweit sich Erkenntnisse betreffend gutem Game Design und funktionierenden Spielmechanismen auf Kampagnen und deren Design übertragen lassen. Anhand von Best Practice Beispielen aus dem Bereich Game Design werden wir verschiedene Anreizmechanismen, sowie die Möglichkeiten der Motivation von Spielern näher beleuchten und versuchen diese auf Beispiele von Kampagnen anzuwenden. Dabei werden wir uns je nach Interesse mit verschiedenen Formen von Spiel näher beschäftigen (z. B.: digitale Spiele, Live Rollenspiel, Alternate Reality Games, Pervasive Games).

### BEST PRACTICE

#### VOM USER ZUM JEDI: SPIELERISCHE MOBILISIERUNG BEI DER KAMPAGNE „VW DARK SIDE“

Benjamin Borgerding, Webkommunikation, Greenpeace Deutschland  
Großer Saal, 16:00 Uhr

Der Begriff „Gamification“ ist derzeit in aller Munde. Doch handelt es sich dabei um mehr als nur ein neues Modewort? Wie kann man es tatsächlich schaffen, den Spieltrieb der Leute zu kitzeln, ohne dabei Inhalte aus dem Auge zu verlieren? Was kann man mit der spielerischen Mobilisierung im Web erreichen und was nicht (Stichwort: Clicktivism)? Wie lässt sich die Konzeption und Umsetzung von Gamification-Elementen für NGO-Kampagnen erfolgreich umsetzen? Anhand des Beispiels der „Dark Side“-Kampagne, mit der Greenpeace den Autohersteller Volkswagen zu mehr Engagement beim Klimaschutz bringen will, möchte ich diese Fragen (und noch ein paar mehr) einer Beantwortung näher bringen.

# :sprecher/innen

## BEST PRACTICE

### DEVELOPING A NARRATIVE: STORYTELLING IN KAMPAGNEN

Maïke Gosch, Drehbuchautorin, selbstständig

Julius van de Laar, Kampagnen-Stratege, selbstständig

Kleiner Saal, 14:00 Uhr

Storytelling ist die effektivste Art komplexe Inhalte verständlich zu machen und Botschaften zu verbreiten. Während des interaktiven Workshops zeigen Maïke Gosch und Julius van de Laar anhand von Best-Practice-Beispielen aus NGO und politischen Kampagnen die Möglichkeiten des transmedialen Storytellings und untersuchen unter anderem die folgenden Fragestellungen: Wie werden durch Geschichten Kampagnen emotionalisiert? Was ist eine Narrative und wie entwickle ich sie? Welche Aspekte müssen dabei berücksichtigt werden? Welche Faktoren sind entscheidend um Menschen zum Handeln zu bewegen? Wie kann Storytelling in Online-Kampagnen, Aktionen und Spenden-Aufrufe integriert werden?

## BEST PRACTICE

### EMPOWERING COMMUNITY VOICES: ENABLING THE DISADVANTAGED TO LEAD AND CREATE CAMPAIGNS

Jessica Mayberry, Founding Director, Video Volunteers

Kleiner Saal, 15:00 Uhr

One of the challenges of online campaigning is that it often leaves out those who don't have internet access - in the developing world, this includes the vast majority of the rural and urban poor. So campaigns related to human rights and poverty alleviation end up being about those who are urban and connected speaking on behalf of the disadvantaged. This workshop will draw on Video Volunteers' extensive experience in community media in India, in which the disadvantaged are trained to create content and control campaign messaging. It will look at how other NGOs can incorporate some of the best practices of campaigning and incorporate them in their own work.

# :sprecher/innen

## STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

### VIDEO ALS KOMMUNIKATIONSMITTEL - BEST PRACTICE UND INSPIRATIONEN

Cornelia Reetz, Creative Director, Film4Change

Kleiner Saal, 16:00 Uhr

Wir sind Europameister - zumindest im Video gucken! Pro Monat sehen sich 45 Millionen Deutsche im Schnitt 187 Onlinevideos an und verbringen durchschnittlich 19,6 Stunden damit. Kein Wunder, dass auch immer mehr NGOs das Medium nutzen oder nutzen wollen. Im angelsächsischen Sprachraum setzen Charities bereits sehr stark auf Video - zum Teil mit beachtlichem Erfolg. Woran liegt das? Was können wir von GB, USA & Co. lernen? Wir werden uns einige Beispiele von Nonprofit-Videos und Videokampagnen ansehen und Erfolgsfaktoren diskutieren. Was lief gut, was weniger gut und wie lässt sich das auf den deutschen Kontext übertragen?

## MANAGEMENT

### DIE 10 GRÖSSTEN RECHTLICHEN SCHLAGLÖCHER EINER NGO-ONLINE-KAMPAGNE

Dr. Jochen Notholt, Rechtsanwalt, comp/lex - Beratung im IT-Recht

Workshop 1, 14:00 Uhr

Im Workshop besprechen wir die 10 größten Fehler, die NGOs bei der Planung und Umsetzung von Online-Kampagnen vermeiden sollten. Der rechtliche „Rundumschlag“ umfasst die Bereiche Datenschutz, Medienrecht und das Recht des geistigen Eigentums. Wir diskutieren zum Beispiel, wie man als NGO mit rechtlich geschützten Inhalten im Web 2.0 umgeht und wie man seine Online-Angebote so kennzeichnet wie es das Gesetz verlangt. Wir klären, wie man richtig mit den persönlichen Daten seiner Nutzer umgeht, und warum die Nutzung von Facebook unter diesem Aspekt gefährlich ist. Schließlich besprechen wir, was NGOs bei Aktionen im öffentlichen Raum beachten müssen.

## POLITIK

### BEST PRACTICE POLITICAL ECAMPAIGNING

Graham Covington, Managing Director and Founder, Engaging Networks

Workshop 1, 15:00 Uhr

Stories from Engaging Networks: Leadnow.ca is a progressive cross-issue campaigning organisation in Canada. In just one year their community of activists has grown from 2,000 to over 100,000. What have been their successes, and what have they tried that didn't turn out as they had expected? Greenpeace UK tried a new approach to convincing supporters to make a donation immediately after taking an advocacy action. How does this story end?

# :sprecher/innen

## MANAGEMENT

### ORGANISATIONSMODELLE FÜR DEN EINSATZ VON SOCIAL MEDIA

Prof. Dr. Daniel Michelis, Hochschule Anhalt

Workshop 1, 16:00 Uhr

Im Workshop werden grundlegende Organisations- und Managementmodelle vorgestellt, die eine systematische Nutzbarmachung von Social Media erleichtern sollen. Für die Entwicklung eigener Maßnahmen soll anschließend zwischen dem Einsatz von Social Media in der Informationspolitik und der Entscheidungsfindung unterschieden werden. Anhand ausgewählter Praxisfälle, an denen der Referent beteiligt war (UNICEF, Amnesty International, u.a.), werden Herausforderungen und Risiken aus dem „Social Media Alltag“ von Organisationen beschrieben.

## POLITIK

### ECHT INTERAKTIV - DATENJOURNALISTISCHE METHODEN FÜR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND CAMPAIGNING

Lorenz Matzat, Geschäftsführer Lokaler, Mitgründer OpenDataCity

Workshop 2, 14:00 Uhr

Viele NGOs sitzen auf Unmengen von Daten: Messwerte, Studien usw. Diese bislang meist ungehobenen Schätze lassen sich großartig für Kampagnenarbeit einsetzen. Datengeschichten, so zeigen interaktive Anwendungen bei Zeitungen, stoßen auf großes Interesse. Weil sie Besucher involvieren, neue Formen der inhaltlichen Auseinandersetzung mit einer Thematik erlauben und Zusammenhänge sichtbar machen. Denn Daten sind der ideale Rohstoff, um die eigene Arbeit transparent zu dokumentieren und online zeitgemäß auf ein Thema aufmerksam zu machen.

## STIFTUNGEN 2.0

### WIE ONLINE-TRENDS DEN STIFTUNGSSEKTOR IN DEUTSCHLAND VERÄNDERN

Anja Adler, Social Media Beraterin & Joana Breidenbach, Leiterin, betterplace lab

Workshop 2, 15:00 Uhr

Die USA machen es vor. Was wir davon nachmachen sollten, zeigen wir in diesem Workshop. Online-Kommunikation ist in US-amerikanischen Stiftungen weit entwickelt, nicht zuletzt dank größerer Teams und Budgets. Wir haben uns auf die Reise gemacht und mit amerikanischen Stiftungen gesprochen. In unserem Workshop stellen wir aktuelle Trends wie Content Strategy, Mapping oder Productive Failure vor und präsentieren zwei konkrete Beispiele, um gemeinsam zu diskutieren, ob und wohin sich der Blick über den Atlantik lohnt.

# :sprecher/innen

## POLITIK

### VON SOPA BIS ACTA

Markus Beckedahl, Netzpolitik.org, Vorsitzender Digitale Gesellschaft e.V.

Workshop 2, 16:00 Uhr

Im Januar ging die englische Wikipedia für 24 Stunden offline um ein Zeichen gegen die US-Gesetzgebungen PIPA und SOPA zu setzen. Am 11. Februar kamen in Deutschland rund 100.000 Menschen auf die Straße, um gegen ACTA und für eine Reform des Urheberrechts zu demonstrieren. Eine neu entstandene europäische Öffentlichkeit setzte auf das Netz und löste ein kleines politisches Erdbeben aus. Der Vortrag soll einen Einblick in die Prozesse geben und die Unterschiede zwischen den Protesten in den USA und in der EU herausarbeiten. Vor allem soll aufgezeigt werden, welche Mechanismen genutzt wurden, warum die Proteste trotz einer Ad-hoc-Vernetzung so erfolgreich wurden und was man daraus lernen kann.

## STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

### TEXT TO CHANGE - MOBILE4DEVELOPMENT

Josette de Vroeg, Communications Manager, Text to Change

Arjen Swank, Programme Manager, Text to Change

Workshop 3, 14:00 Uhr

Text to Change (TTC) is a NPO based in the Netherlands and Uganda which uses mobile phone technology (SMS, voice, data/apps) to send out and receive information on health, education, economic development and governance in developing countries. Our campaigns are aimed at empowering and informing individuals and groups on those issues. In this workshop, we will share best practices for using mobile phone as a medium for development work and to achieve behavioural changes. We will look at the right mix of tools needed to engage people and at how best to communicate and interact with local communities. We will share some lessons learned and highlight potential risks to be avoided.

# :sprecher/innen

## MANAGEMENT

### SOCIAL MEDIA RECRUITING - PERSONALMANAGEMENT UND ONLINE-VOLUNTEERING IM SOCIAL WEB

Katrin Kiefer, Selbständige Kommunikationsberaterin

Workshop 3, 15:00 Uhr

Soziale Medien sind ein fester Bestandteil unseres Kommunikationsalltags geworden und bieten zivilgesellschaftlichen Institutionen nicht nur vielfältige Einsatzmöglichkeiten für Marketing und Campaigning, sondern auch für Personalmanagement und Online-Volunteering. Die Herausforderungen und Potentiale von Facebook und Co. für das Social Media Recruiting sollen anhand verschiedener Praxisbeispiele im Workshop vorgestellt und diskutiert werden. Neben der Veränderung des klassischen Bewerbungsprozesses steht dabei vor allem das Online-Volunteering als Management von Freiwilligenarbeit über das Internet im Fokus.

## STIFTUNGEN 2.0

### PROJEKTMANAGEMENT 2.0 IST KOOPERATIONS-MANAGEMENT

Geraldine de Bastion, Senior Consultant, newthinking communications GmbH

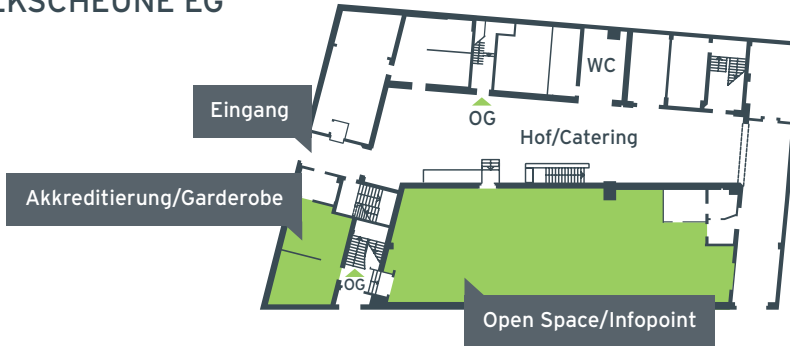
Andreas Wichmann, Head of Consulting, newthinking communications GmbH

Workshop 3, 16:00 Uhr

Projektmanagement bedeutet heute nicht mehr nur das Organisieren stark hierarchischer Strukturen, sondern es geht um das Organisieren von freien Netzwerken, Verbänden und Clustern. Akteure engagieren sich in Netzwerken auf Grund eigener Bedürfnisse und Ziele, nicht aufgrund einer zugewiesenen Rolle. Statt Rollendefinition zählt heute die Bedürfnismotivation. Wir stellen Trends, Methoden und Tools vor und diskutieren wie man mit modernem Projektmanagement den Erwartungen von Teammitarbeitern und Ehrenamtlichen gerecht wird, wie Kollaborationsstrukturen entstehen und wie man mit Hilfe digitaler Tools das Arbeiten in Netzwerken organisieren kann.

# :lageplan

## KALKSCHEUNE EG



## KALKSCHEUNE 1. OG



## KLIMANEUTRALE KONFERENZ

Umfrage

nachdenken • klimabewusst reisen

**atmosfair**

Klimafreundliche Veranstaltung

Wie im vergangenen Jahr werden wir alle Emissionen der Konferenz durch eine Investition in Klimaschutzprojekte ausgleichen. Dazu brauchen wir Informationen über Ihre Anreise. Bitte melden Sie sich am Infopoint im Foyer, falls wir Sie bei der Umfrage verpasst haben!

# : unterstützer

Vielen  
Dank!

## HAUPTFÖRDERER



Stiftung Mercator

## UND SIE?

Die re:campaign 2013  
braucht Ihre Unterstützung!  
Sprechen Sie uns an:  
[partner@recampaign.de](mailto:partner@recampaign.de)

## KONFERENZPARTNER



## DRUCK



## MEDIENPARTNER







