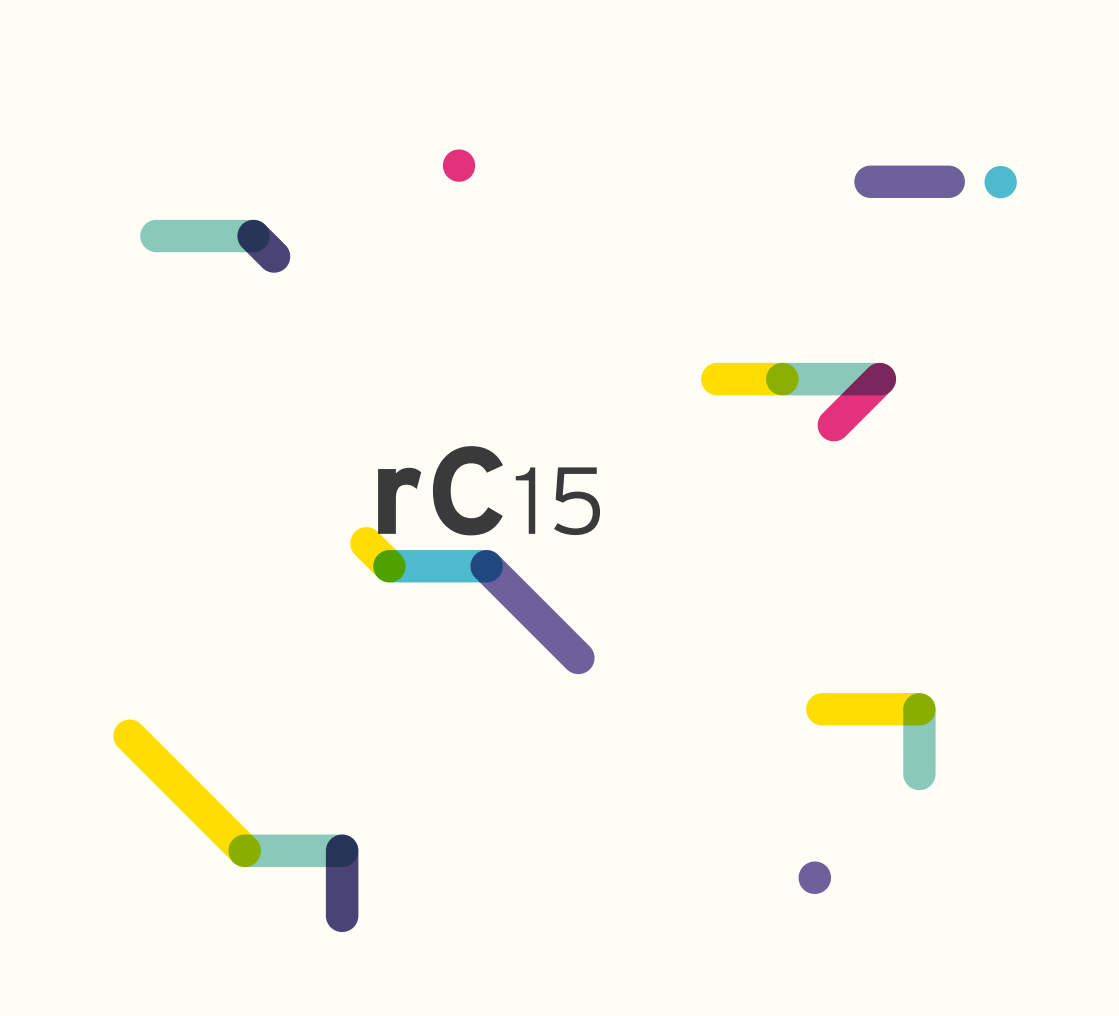




rC15

23.-24. MÄRZ 2015
BERLIN

Programm
SprecherInnen
Lageplan



WILLKOMMEN



LIEBE TEILNEHMERIN, LIEBER TEILNEHMER!

Bist Du zum ersten Mal da? Dann wünschen wir Dir viel Freude beim Eintauchen in eine Szene, die sich vor 5 Jahren noch kaum kannte: die der Online-CampaignerInnen. Wenn Gespräche mit einem #hashtag beginnen und sich Vernetzung nicht erst bei Xing abbildet, bist Du mitdrin. Herzlich willkommen, wir haben Dir einen Platz freigehalten!

Wenn Du uns schon zum wiederholten Male besuchst und Dich jedes Jahr auf Dein „Klassentreffen“ @reCampaign freust, gehörst Du zu den Mitgestalterinnen und Mitgestaltern dieses Events. Du bringst Dein Wissen ein

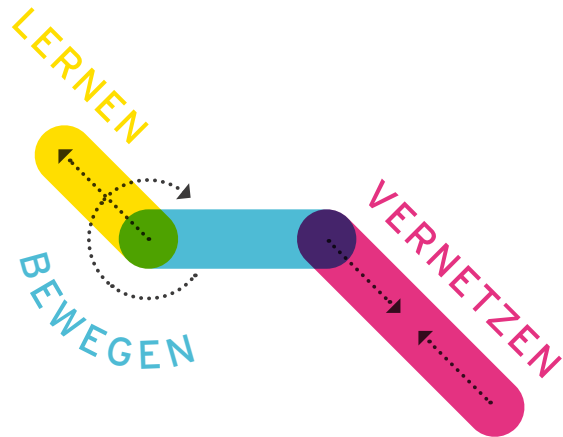
und setzt neue Themen, zum Beispiel im Barcamp. Ohne Dich hätte in unserem Programm schon immer etwas gefehlt. Schön, dass Du wieder dabei bist!

Euch alle erwarten in diesem Jahr spannende Best Practices aus Brüssel, Schottland und der Welt. Dazu diskutieren wir, wie im Netz wirklich starke Netzwerke entstehen und wie sich Facebook, YouTube und Mobile Apps ins Campaigning integrieren lassen.

Dir fehlt da noch etwas? Dann mach es zum Programm!

Deine Supporterinnen
Judith, Maike und Belinda





LASS UNS SPIELEN!

Online-Offline-Verknüpfung kann man jetzt spielen, und zwar mit anderen TeilnehmerInnen. Unser NFC-basiertes „Zusammenspiel“ kehrt mit freundlicher Unterstützung von Engagement

Global auf die reCampaign 2015 zurück. Am Infopoint erfährst du alles, was Du dazu wissen musst. Und Gewinne gibt es auch:

1. PREIS:
2 Freitickets für die reCampaign 2016
2. PREIS:
2 Jahresabos vom Magazin enorm
3. PREIS:
ziemlich viele selbst gestaltete Zusammenspiel-Shirts

BARCAMP

Für KennerInnen der reCampaign ist es das eigentliche Highlight: Beim Barcamp schlagen die TeilnehmerInnen ihre eigenen Themen vor, je nach

Interesse werden die Räume verteilt. Wir treffen uns dazu am Dienstag um 10 Uhr im Großen Saal. Alles Weitere erklären wir Euch vor Ort!



KEYNOTES



CREATING CHANGE ONLINE

FROM DIGITAL INCLUSION TO DIGITAL REVOLUTION

Technology – back end advances and social media alike – has changed the way we are able to make change. And it continues to shift every day. As campaigners, nonprofit organizations, advocates, and changemakers, how do we best adopt and adapt to be as effective and efficient as possible? NTEN's research shows that organizations at the leading edge of the spectrum do a few key things differently, including putting technology in their strategic plans. How do we budget and plan for the tools we need? And most importantly, how do we ensure we

don't carry the work alone – what are the best practices for creating community-driven campaigns and bringing all of our community members online together in creating our future?



VORTRAG AUF ENGLISCH



10:15 UHR



GROSSER SAAL

AMY SAMPLE WARD

The Nonprofit Technology Network, Author and CEO of NTEN

Amy is the CEO of NTEN: The Nonprofit Technology Network, a member organization that believes all nonprofits can make lasting change with the help of technology to be more effective and efficient. She is an author and speaker

focused on technology and social impact. Amy works with nonprofits of all sizes around the world to use technology to better meet their missions.

KEYNOTES

PEOPLE > TOOLS!

HOW TO HAVE AN IMPACT WITH OPEN-SOURCE TECHNOLOGIES

There is a lot we can learn about building communities through technology from software companies in Africa. In her talk, Angela will draw on her longstanding experience with Ushahidi and AkiraChix. Highlighting best practices for community engagement, she will also touch upon the question how to empower people to make an impact with open source technologies, cross-sector partnerships and ground-breaking ventures and how to effectively involve women

in tech. Furthermore, Angela will show examples of current developments in the field.



VORTRAG AUF ENGLISCH



11:30 UHR



GROSSER SAAL



ANGELA ODUOR LUNGATI

Ushahidi Inc., Director of Community Engagement

Angela was born in Ukraine and raised in Nairobi, Kenya. Her work involves creating and managing programs for Ushahidi's diverse community. She is also co-founder of AkiraChix, a non-profit organization aiming to

empower women in technology in Africa through training, mentorship and networking. She's a first class honor graduate from Strathmore University, with a Bachelor degree in Business Information Technology.

WORKSHOPS



MOBILISING STRATEGIES

HOW SCOTLAND ORGANISED FOR INDEPENDENCE

In May 2012 in Edinburgh the official campaign for a „Yes“ vote in Scotland's referendum was launched. From the ground up, independence moved from a fringe issue to a nationwide grassroots movements and the largest civic campaign Scotland had ever witnessed. Two years later on September 18th 2014 on polling day there was a record turnout of 85% and „Yes“ achieved over 1.6 million votes, not enough to win, but enough to ensure the campaign for independence became a mainstream movement no longer on

the fringes. Learn how Yes Scotland mobilised a grassroots campaign and engaged the people of Scotland in the future of their country like no other campaign had done before.



VORTRAG AUF ENGLISCH



14:00 UHR



GROSSER SAAL 1

JENNIFER DEMPSIE

The Courier, Former PR Manager Yes Scotland

Jennifer is newspaper columnist for DC Thomson's The Courier, commentator and independence campaigner who lives in Edinburgh, Scotland. As the former PR Manager for Yes Scotland, the official campaign for a „Yes“ vote in Scotland independence referendum, she was responsible for building high

profile support for the campaign and building grassroots support amongst key demographics with a result of over 1.6 million Yes votes and a historic turnout of 85%. Jennifer was also an Associate Director at global communications agency Weber Shandwick.



WORKSHOPS

AGENDA SETTING WELTWEIT

WIE MAN VON WIEN AUS EINE BUDGETKÜRZUNG IM US-KONGRESS VERHINDERT

Im März 2014 schlug das Weiße Haus unerwartet und ohne Diskussion eine Budgetkürzung um 30 Millionen Dollar des renommierten Austauschprogramms Fulbright vor. Binnen 48 Stunden formierte sich eine internationale Grassroots-Initiative, die von Wien aus koordiniert wurde. Der Workshop beleuchtet, mit Hilfe von SaveFulbright.org als Case Study, wie man Onlinekommunikation nutzen kann, um Themen auf die Agenda zu setzen, Menschen zu involvieren und an den richtigen Druckpunkten zu mobilisieren. Durch geschickte Nutzung von Offline-Online-Echokammern

und Segmentierung der UnterstützerInnen konnte die Budgetkürzung im US-Senat nicht nur verhindert, sondern sogar eine leichte Erhöhung erreicht werden.



14:00 UHR



GROSSER SAAL 2



YUSSI PICK

Pick & Barth Digital Strategies

Yussi ist Kampagnen- und Kommunikationsberater bei Pick & Barth Digital Strategies in Wien und Washington, D.C. 2013 wurde er vom US-Fachmagazin „Campaigns and Elections“ mit dem Rising Star Award ausgezeichnet. Bis

2011 lebte er mehrere Jahre in den USA, wo er Wahl- und Themenkampagnen beriet. Sein Buch „Das Echoprinzip – Wie Onlinekommunikation Politik verändert“ erschien 2013 im Czernin-Verlag.

WORKSHOPS



WIE WERDE ICH IM NETZ GEFUNDEN?

VON DER BANNERWERBUNG ZUM FACEBOOK-LIKE - WIE SETZE ICH MEIN ONLINE-MARKETING-BUDGET EFFIZIENT EIN?

Die Online-Werbewelt wird immer komplexer, bietet gleichzeitig aber auch neue Möglichkeiten, die eigenen Produkte und Kampagnen zielgerichteter und effizienter zu vermarkten. Im Fokus stehen hochwertiger, zielgerichteter Traffic und die Abschlüsse von vorher festgelegten Zielen. Wie nutze ich Google und Youtube, um meiner Kampagne mehr Aufmerksamkeit und Traffic zuzuführen? Wie Sorge ich dafür, dass in Zeiten eingeschränkter organischer Reichweite meine Beiträge bei Facebook trotzdem kommentiert und geteilt werden? Wie kaufe ich

Traffic kosteneffizient ein und wie mache ich die Resultate messbar? Der Workshop wird sich auf die wichtigsten Performance-Marketing-Kanäle konzentrieren und anhand von Beispielen aufzeigen, wie man auch mit kleinen und mittleren Budgets eine große Wirkung erzielen kann.



14:00 UHR



KLEINER SAAL



MORITZ BRUMSACK
Wigwam GmbH

Nach seinem Studium lernte Moritz sein Online-Marketing-Handwerk in einem Musik-Startup in Luxemburg. Nach einer Zwischenstation in einer großen Medienagentur heuerte er bei Wigwam an und kümmert sich seitdem

um alles, was Traffic und Conversions bringt. Zudem dreht er auch mit seiner eigenen Firma Conversio gerne mal am Rädchen und sorgt dafür, dass sich Facebook-Likes und Youtube-Views wie durch Zauberhand vermehren.



WORKSHOPS

CROWDSOURCING - BEST PRACTICE

MIT DER MACHT DER VIELEN ZUM ERFOLG

Wie können die vielfältigen Optionen des Crowdsourcing sinnvoll im NGO-Bereich eingesetzt werden? Nach welchen Kriterien kann der Erfolg bestimmt und gemessen werden? Entscheidend ist bereits die Auswahl der Plattform bzw. des passenden Instruments. Dies hängt wesentlich von der Zielsetzung der Kampagne ab, die die Benchmarks und Milestones determiniert. Anhand der Analyse von „Best Practice“-Beispielen lassen sich Muster erkennen und auf die eigenen Projekte anwenden. Die stetige Innovation im Umgang mit der Crowd

fordert eine agile Herangehensweise und permanente Anpassung der Arbeit. Die größte Herausforderung bleibt, digitales Engagement auch auf Offline Aktivitäten zu übertragen, um Freiwillige, Spender, Investoren und andere Stakeholder nachhaltig einzubinden.



14:00 UHR



KONFERENZRAUM

BORIS MOSHKOVITZ
d.day Network, Digital Strategy Consultant

Boris ist Experte für digitale Strategien und Kommunikation. Er initiierte in 2014 die Veranstaltungsreihe „d.day – currents of the digital age“, die den Einfluss digitaler Innovation auf die Zivilgesellschaft beleuchtet. Auf der

reCampaign stellt er sein Benchmarking-Modell zur Bewertung von Crowdsourcing im NGO-Bereich vor.

WORKSHOPS



ERFOLGREICH APPS EINSETZEN

CHIT CHAT THAT MATTERS: MESSAGING-DIENSTE UND MOBILE TECHNOLOGIEN IN DER KAMPAGNENARBEIT

Jenseits der ausgetretenen Pfade von Facebook und Twitter erschließt sich ein weites Feld von neuen Möglichkeiten für die Kampagnenarbeit. Mit etwas Kreativität lassen sich Dienste wie Instagram, Snapchat, WhatsApp und selbst Tinder für Aktionen nutzen, die für Aufmerksamkeit sorgen und uns unseren Kampagnenzielen näher bringen. Mit Technologien wie NFC werden Smartphones zu regelrechten Kampagnenmaschinen, ohne dass die UnterstützerInnen – im wahrsten Sinne des Wortes – einen Finger krumm machen müssen. Doch es bleiben wichtige Fragen offen: Wie

stehen Aufwand und Nutzen dabei im Verhältnis? Und wie wirksam und nachhaltig sind die bunten Kampagnen wirklich? Der Workshop reflektiert anhand von Beispielen aktueller Aktionen von Amnesty International die Chancen, Erfolge und offenen Fragen des mobilen Campaigning.



15:00 UHR



GROSSER SAAL 1

MATHIAS WASSIK
Amnesty International in Deutschland

Seit sechs Jahren bei Amnesty International in Deutschland verantwortlich für die digitale Kommunikation. Schwerpunkte sind Strategien

und Tools für Online-Kampagnen, Social Media & Community Management und Mobile Activism.



WORKSHOPS

SOCIAL MEDIA RECHT

NUR RECHTLICH RICHTIG IST AUCH SOZIAL - SOZIALE MEDIEN IM UNTERNEHMERISCHEN EINSATZ

Welche rechtlichen Risiken können Soziale Medien als Marketinginstrument in sich bergen und wie lässt sich diesen vorbeugen? Sowohl das Rechtsverhältnis der NGO zum Anbieter als auch zu den anderen Mitgliedern sollen in diesem Workshop beleuchtet werden. Im Fokus stehen unter anderem die Organisation von Gewinnspielen und Wettbewerben über soziale Medien sowie die Einbindung nutzergenerierter sowie fremder Inhalte (z.B. Bildmaterial oder Zitate). Thematisiert werden darüber hinaus

Grundzüge datenschutz- und arbeitsrechtlicher Fragen, die im Zusammenhang mit dem Einsatz sozialer Medien stehen. Diskutiert wird auch, wo die Grenze zwischen Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrechten anzusiedeln ist, insbesondere im internationalen Kontext.



15:00 UHR



GROSSER SAAL 2

PATRICIA LOTZ
Rechtsanwältin, rbi Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Aufgewachsen am Niederrhein und seit sechs Jahren als Rechtsanwältin in München tätig, v.a. im Internet-, Medien-, Technologie- und Werkvertragsrecht. In ihrem Fokus steht u.a. die gerichtliche Vertretung von kleinen

und mittelständischen Unternehmen. Daneben berät sie UnternehmerInnen bei der rechtlichen Gestaltung ihrer Internetauftritte und bei Werbekampagnen in den neuen Medien.

MONTAG

PROGRAMM

	GROSSER SAAL			Keynotes	
10:00	BEGRÜSSUNG			Workshops	
10:15 - 11:15	CREATING CHANGE ONLINE (ENG) Amy Sample Ward			Workshops auf Englisch	
11:30 - 12:30	PEOPLE > TOOLS! (ENG) Angela Oduor Lungati			Diskussion	
MITTAGSPAUSE (90 MIN.)					
	GROSSER SAAL 1	GROSSER SAAL 2	KLEINER SAAL	KONFERENZRAUM	
14:00 - 14:45	MOBILISING STRATEGIES Jennifer Dempsie	AGENDA SETTING WELTWEIT Yussi Pick	WIE WERDE ICH IM NETZ GEFUNDEN? Moritz Brumsack	CROWDSOURCING-BEST PRACTICE Boris Moshkovitz	
PAUSE (15 MIN.)					
15:00 - 15:45	ERFOLGREICH APPS EINSETZEN Mathias Wassik	SOCIAL MEDIA RECHT Patricia Lotz	MOVING BIG CORPORATES Willemijn de longh	ONLINE-CAMPAIGNING IN EUROPA? Carsten Berg	
KAFFEEPAUSE (30 MIN.)					
16:15 - 17:00	KANN MAN MIT FACEBOOK DIE POLITIK BEEINFLUSSEN? Martin Fuchs	AKTIVISMUS IN ZEITEN DES MEDIENWANDELS Dr. Christian Humborg	INKLUSIVES CAMPAIGNING - WIE GEHT DAS? Lilian Mashur	SOLIDARITÄT ALS MARKETING-STRATEGIE? Anne Jung	
PAUSE (15 MIN.)					
17:15 - 18:30	DIGITALER INVESTITIONSSTAU				

DIENSTAG

PROGRAMM

		Barcamp	
10:00 - 11:00	SESSION-PLANUNG GROSSER SAAL 1		
PAUSE (15 MIN.)			
11:15 - 12:15	BARCAMP RUNDE I		
PAUSE (15 MIN.)			
12:30 - 13:30	BARCAMP RUNDE II		MITTAGESSEN 12:15 - 14:15
PAUSE (15 MIN.)			
13:45 - 14:45	BARCAMP RUNDE III		
KAFFEEPAUSE (30 MIN.)			
15:15 - 16:15	BARCAMP RUNDE IV		
PAUSE (15 MIN.)			
16:30 - 17:00	ABSCHLUSS TREPPE INFOPOINT		

WORKSHOPS



MOVING BIG CORPORATES

SO WHERE DOES THE MAGIC HAPPEN?

Oxfam's Behind the Brands campaign takes a „critical friend“ approach – calling out bad performance while celebrating good ones. Almost two years in, the campaign has managed to push food giants such as Coca-Cola and PepsiCo to adopt „zero tolerance for land grabbing“ policies and made General Mills and Kellogg commit to setting ambitious emission reduction targets. What do these commitments mean in practice? What are the challenges of the an outsider vs.

insider approach? Willemijn will give an insight into strategy and tactics behind the campaign and how to adapt to various challenges.



VORTRAG AUF ENGLISCH



15:00 UHR



KLEINER SAAL

WILLEMIJN DE IONGH
Oxfam

Willemijn is currently the global coordinator for Oxfam's „Behind the Brands“ campaign. Previously, she worked as coordinator for the Dutch fair bank guide (Eerlijke Bankwijzer) – a coalition of Dutch NGOs campaigning for financial sector social accountability in the

Netherlands. Willemijn studied Anthropology in Amsterdam. What excites her most is how to leverage networks and new communications tool to build movements for social change.



WORKSHOPS

ONLINE-CAMPAIGNING IN EUROPA?

DIE EUROPÄISCHE BÜRGERINITIATIVE SOLL ES MÖGLICH MACHEN

Mit der Europäischen Bürgerinitiative (EBI) ist den 375 Mio. EU-BürgerInnen vor drei Jahren ein neues Instrument der Politikgestaltung an die Hand gegeben worden. Dabei handelt es sich weltweit um das erste Element grenzüberschreitender, partizipativer und auch digitaler Demokratie. Mit der Europäischen Bürgerinitiative können 1 Millionen BürgerInnen unterschiedlicher EU-Staaten gemeinsam die Europäische Kommission auffordern, Rechtsakte zu einem bestimmten Thema vorzuschlagen. Die Erwartungen an das neue Instrument sind hoch, insbesondere mit Blick auf

das Online-Campaigning mithilfe des neuen Online Collection Systems (OCS), das erstmals im Rahmen eines offiziellen Initiativrechts zum Einsatz kommt. Die EBI gilt als bahnbrechend für die Bürgerbeteiligung auf europäischer Ebene. Carsten Berg zieht eine erste Bilanz mit besonderem Blick auf Chancen durch modernes Online-Campaigning.



15:00 UHR



KONFERENZRAUM

CARSTEN BERG
ECI Campaign, Kampagne Europäische Bürgerinitiative

Als Politikwissenschaftler führte Carsten Kampagnen für partizipative und direkte Demokratie auf regionaler, nationaler und transnationaler Ebene. Er unterrichtete an Hochschulen, beriet Volksvertretungen und internationale NGOs. Im europäischen Ver-

fassungskongress 2002/2003 wirkte Carsten Berg als Mitarbeiter von Mehr Demokratie e.V. an der Entstehung der Europäischen Bürgerinitiative (ECI) mit und ist heute der Leiter der Kampagne.

WORKSHOPS



KANN MAN MIT FACEBOOK DIE POLITIK BEEINFLUSSEN?

UND WENN JA: WIE?

Wie bekomme ich meine Themen in die Öffentlichkeit? Wie erreiche ich die Politik mit meinen Themen? Immer mehr PolitikerInnen nutzen Social Media, im Bundestag haben über 95 Prozent der Abgeordneten mindestens ein Profil in den sozialen Netzwerken und fast jedes Bundesministerium ist auf den bekannten Plattformen präsent. Verfolgt man regelmäßig öffentliche Debatten, so stellt sich dabei oft die Frage, weshalb bestimmte Themen jetzt im Fokus stehen. Etablierte KampagnenmacherInnen scheinen ein besonderes

Feingespür dafür zu haben, was die Öffentlichkeit zu welchem Zeitpunkt am ehesten interessieren könnte. Wie erreicht man PolitikerInnen online? Was genau sind dabei die Erfolgsfaktoren? Ziel dieses Kurz-Workshops ist es, diese Erfolgsfaktoren und Strategien für das digitale Agendasetting zu erkennen und zu verstehen.



16:15 UHR



GROSSER SAAL 1

MARTIN FUCHS

Politikberater und Blogger, Hamburger Wahlbeobachter

Martin berät Politik und Verwaltung in digitaler Kommunikation. Er ist Dozent für Public Affairs, Social Media und Politik an mehreren Hochschulen, Gründer der Social-Media-Analyse-Plattform www.pluragraph.de und bloggt über

Social Media in der Politik unter www.hamburger-wahlbeobachter.de. Für das Fachmagazin „politik & kommunikation“ schreibt er Kolumnen und beschäftigt sich seit vielen Jahren mit Digital Public Affairs.

WORKSHOPS



AKTIVISMUS IN ZEITEN DES MEDIENWANDELS

VON NEUEN AKTEUREN UND PLATTFORMEN

Die Geschäftsmodelle der Zeitungen und Wochenzeitschriften – insbesondere der Lokalzeitungen – funktionieren immer weniger. Fast überall wird gekürzt und gespart. In immer weniger Städten und Dörfern gibt es eine Vierte Gewalt. Was bedeutet das für Demokratie und Zivilgesellschaft? Das Vertrauen in die Institution „Medien“ bricht weiter weg. Superreiche kaufen sich nicht nur Sportvereine, sondern auch Medienhäuser. Neue Akteure und Plattformen entstehen. Wie bleibt die Unabhängigkeit der Medien gewahrt? Katzenbildchen sind schön, aber wer geht den Dingen auf den Grund? Wie

können Menschen berührt werden und wie sehen neue Erzählformate aus? Damit sich Menschen empören und engagieren. Bringen langfristige Recherchen mehr Aufmerksamkeit als Studien und Statistiken? Wer sind die neuen AnsprechpartnerInnen für die organisierte Zivilgesellschaft in dieser Unübersichtlichkeit? Oder sollte man lieber gleich selber machen?



16:15 UHR



GROSSER SAAL 2

DR. CHRISTIAN HUMBORG
CORRECT!V

Christian ist seit November 2014 Geschäftsführer des gemeinnützigen Recherchebüros CORRECT!V. Von 2007 bis 2014 war er Geschäftsführer von Transparency International Deutschland. Zuvor war er acht Jahre lang in

der Wirtschaft tätig. Er ist Beiratsmitglied der Zeitschrift für Politikberatung, des Policy Innovation e.V., von Transparency International Deutschland und des Whistleblower-Netzwerks.

WORKSHOPS



INKLUSIVES CAMPAIGNING

SPRACHE, BILDER UND EVENTS,
DIE JEDEN ANSPRECHEN

Twitter für blinde Menschen? Blog-Posts in leichter Sprache? Virale Videospots der Vielfalt? Über inklusive Kampagnen werden mehr Menschen als bisher angesprochen. Neue Perspektiven aus der größeren Community bieten die Chance, vielfältige Inhalte zu erkennen und für Engagement zu nutzen. Ein realistisches Bild der Gesellschaft wird intern durch ein inklusives Kampagnenteam und extern durch inklusive (Bild)sprache transportiert. Ob Pressemitteilungen, Social Media Aktionen oder Events

- wie Kampagnen durch inklusive Ansätze kreativer und bereichernder werden, thematisiert Lilian Masuhr von Leidmedien.de (Sozialhelden e.V.) mit Erfahrungen aus dem Campaign Bootcamp Deutschland.



16:15 UHR



KLEINER SAAL

LILIAN MASHUR
Sozialhelden e.V.

Lilian ist bei der NGO Sozialhelden Leiterin und Social Media Managerin des Projekts Leidmedien.de für eine inklusive Kommunikation mit und über behinderte(n) Menschen. Sie gibt Medientraining-Workshops für Redaktionen und berät Unternehmen

zu inklusiver Veranstaltungsplanung. Auf der reCampaign spricht sie als Mitglied des Campaign Bootcamp-Teams über inklusives Campaigning.



WORKSHOPS



SOLIDARITÄT ALS MARKETING-STRATEGIE?

AUSWEGE AUS EINEM DILEMMA

Was zeichnet moderne Kampagnenarbeit aus? Wie groß ist der Einfluss von betriebswirtschaftlichem Denken auf die Kampagnenarbeit des dritten Sektors? Dominiert im Zuge des wachsenden Konkurrenzdrucks für Aufmerksamkeit sogar eine instrumentelle Vernunft über politische Ziele? Wird Solidarität zu einer marktförmigen und spendenträchtigen Kampagne? Werden die Stimmen Deklassierter und Unterdrückter

instrumentalisiert, je nachdem was Erfolg versprechend erscheint? In dem Workshop beschreibt Anne Jung das Dilemma und debattiert über mögliche Alternativen.



16:15 UHR



KONFERENZRAUM

ANNE JUNG
Medico International

Anne arbeitet seit 1998 als Kampagnenkoordinatorin bei der Hilfs- und Menschenrechtsorganisation medico international. Ihre Arbeitsbereiche sind: Rohstoffpolitik und Gesundheit, Entschädigung, globale Handelsbeziehungen. Seit 2013 ist sie Gesundheits-

referentin bei medico. Sie hält Vorträge, publiziert Artikel und organisiert Fachkonferenzen, reiste u.a. nach Sierra Leone, Simbabwe, Kenia und Südafrika. Sie leitet regelmäßig Lehrveranstaltungen zu Kampagnen als Instrument politischer Kommunikation.

DISKUSSION

DIGITALER INVESTITIONSSTAU

SIND WIR FIT FÜR DIE ZUKUNFT?

Im digitalen Zeitalter ist der Kampf um Aufmerksamkeit groß. Um erfolgreiche Kampagnen zu machen, die im Netz und auf der Straße funktionieren, braucht es Ressourcen und Know-how. Wie stellen zivilgesellschaftliche Organisationen sicher, dass ihre Kampagnen auch morgen noch wirkungsvoll sind und Menschen erreichen? Welche Rolle spielt das Digitale in der Kampagnenarbeit und in der Organisation? Werden mehr Online-CampaignerInnen eingestellt? Brauchen wir in Zukunft statt PolitikwissenschaftlerInnen eher ProgrammiererInnen und Data-AnalystInnen? Was hat sich in den letzten fünf

Jahren verändert? Was sind die Herausforderungen für NGOs und welche Möglichkeiten haben sie, um den Sprung ins digitale Zeitalter zu schaffen? Wo sollten zivilgesellschaftliche Organisationen investieren: Social Media Teams, eigene Plattformen, Software oder Hardware...? Welche digitalen Experimente waren erfolgreich und welche sind gescheitert?



17:15 UHR



GROSSER SAAL

Die DISKUSSION und die KEYNOTES
veröffentlichen wir bald nach der Konferenz
auch als Mitschnitt in voller Länge!

HEINRICH BÖLL STIFTUNG



LIVE & DANACH

Wir freuen uns während der Konferenz über Kommentare via Twitter und Facebook! Bitte nutzt dabei das Hashtag **#rc15**, um die Beiträge für alle Interessierten auffindbar zu machen.



twitter.com/recampaign



facebook.com/recampaignberlin



recampaign.de/category/blog

Präsentationen, Audio-Mitschnitte, Fotos und Videos von der Konferenz findet Ihr zeitnah unter archiv.recampaign.de oder:



scribd.com/recampaign



soundcloud.com/recampaign



flickr.com/recampaign



vimeo.com/recampaign

VIELEN DANK

IN ZUSAMMENARBEIT MIT HAUPTFÖRDERER

 **HEINRICH
BÖLL
STIFTUNG**

Bewegt Politik
campact!

KONFERENZPARTNER



openPetition



greencampus
weiterbildung | politik | management

 **Stifter-helfen.de**
IT für Non-Profits

MEDIENPARTNER

 **taz.die tageszeitung**

**Fundraiser
magazin**

der Freitag
Das Meinungsmedium

politik &
kommunikation

 **RESET**
TIMES FOR A BETTER WORLD

#DMW
DIGITAL MEDIA WOMEN

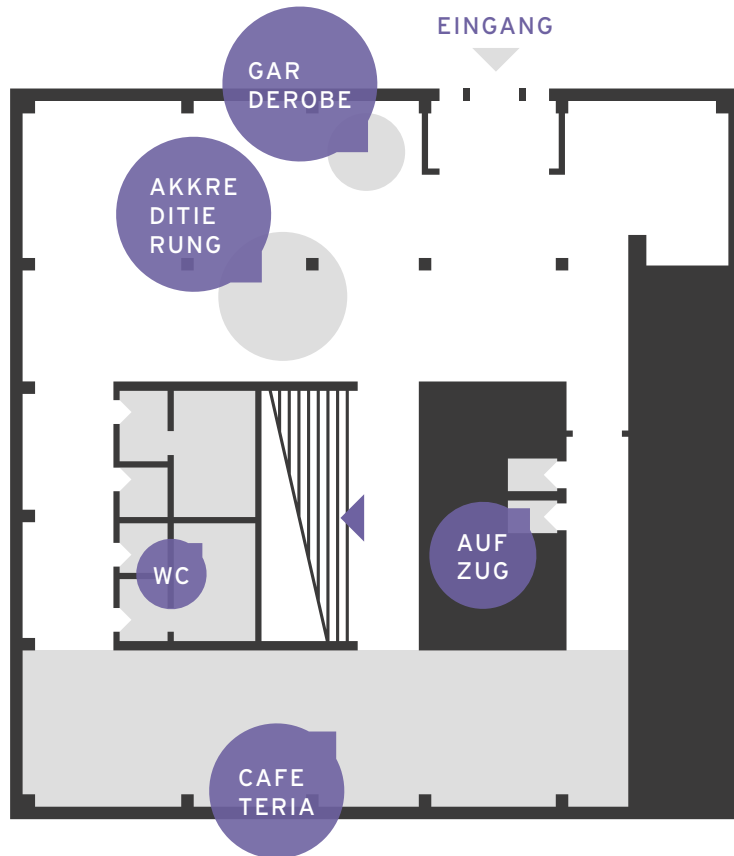
Deutsche Ausgabe
**LE MONDE
diplomatique**

Enter 

 **Stiftung
Sponsoring**

RAUMPLAN

EG

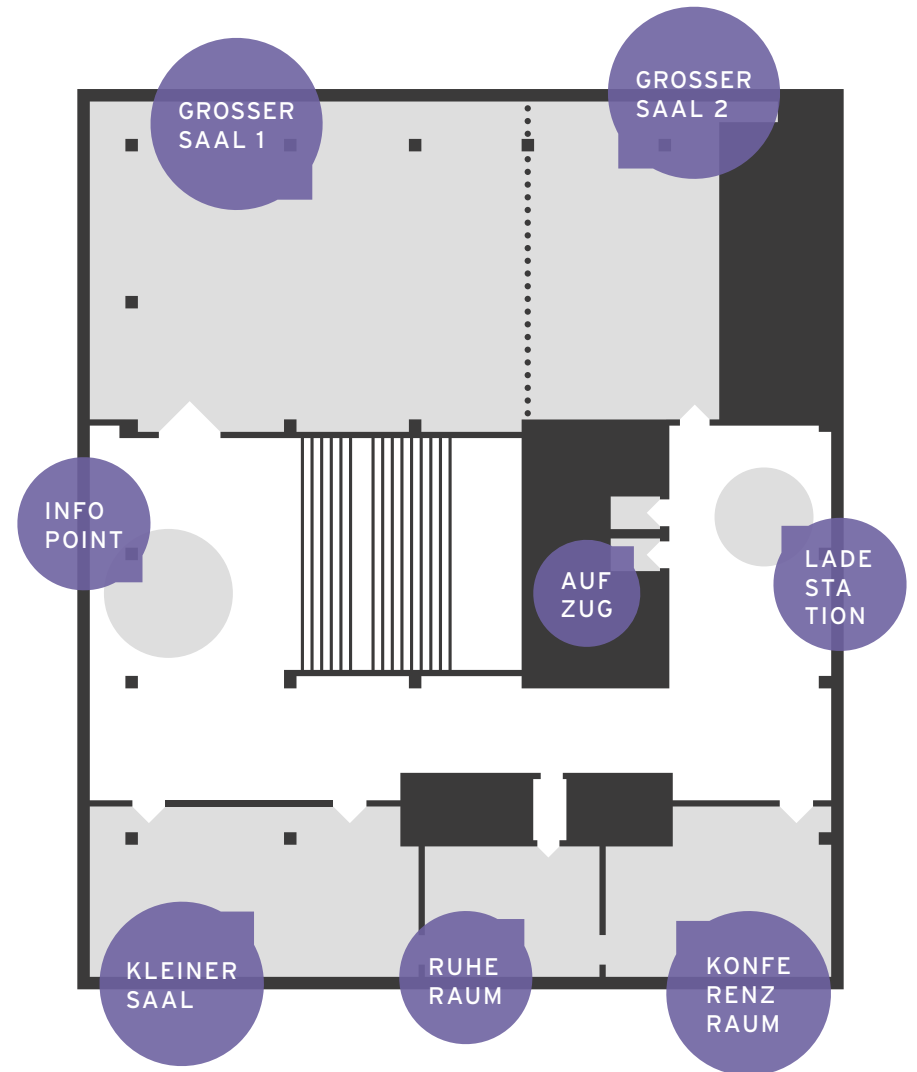


HEINRICH-BÖLL-STIFTUNG

Schumannstraße 8 | 10117 Berlin | boell.de

RAUMPLAN

OG





VIELEN DANK FÜRS KOMMEN!

Lust auf mehr?
Tragt euch in unsere Mailingliste ein:
www.bit.ly/rc15liste



#RC15

V.i.S.d.P.
Wigwam GmbH
Prinzenallee 74
13357 Berlin

www.recampaign.de