

re:campaign

Die besten Kampagnen im Netz

#rc13

6. + 7. Mai 2013, STATION Berlin

PROGRAMM

:montag, 6. mai

Stage 4

11:00 - 11:15	Begrüßung
11:15 - 12:00	Community Organizing Betsy Hoover
12:15 - 13:00	Political Advocacy and the Internet Ben Scott
13:00 - 14:45	Mittagessen (Restaurant Erdgeschoss)

- Keynotes
- Workshops - Anfänger
- Workshops - Fortgeschrittene
- Panels

	Workshop A	Workshop B	Workshop C	Workshop D
14:45 - 15:30	Mit strategischen Online-Kampagnen Politik verändern Dr. Felix Kolb	„Everyday Rebellion“ – über die Macht gewaltlosen Widerstands Arash & Arman T. Riahi	Content Strategy – erst planen, dann publizieren Brigitte Alice Radl	Open Transfer Strategien Katarina Peranić, Henrik Flor
16:00 - 16:45	Chancen und Risiken von E-Partizipation Dr. Kathrin Voss	Mobilisieren mit dem Nonprofit-Programm von YouTube Sabine Frank	Von Social Media Management zu Social CRM Fabian Schuttenberg	Was wir von US-Kampagnen lernen können Yussi Pick
17:15 - 18:00	10 Fehler, die wir alle machen! Jona Hölderle	New Volunteer Management Hannes Jähner	Systemisch durch den digitalen Wandel navigieren Klotz, Liebener, Rouba	Mobilisierung: NGO-Strategien für das Handy Josh Miles
18:30 - 19:30	Neues Berufsbild (Online-) Campaigner/in Oliver Moldenhauer u. a.		Kampagnen und innovativer Bürger-Journalismus Tanaka, Candea, Hametner	

:dienstag, 7. mai

BARCAMP

Beim Barcamp schlagen die Teilnehmer ihre eigenen Themen vor, je nach Interesse werden die Räume verteilt. Wir treffen uns dazu in der Lobby der re:campaign-Halle 5. Alles Weitere erklären wir euch vor Ort!

Moderiert von

avenarius

KAMPAGNEN-
KLINIK

Ablauf:

- 10:00 Gemeinsame Sessionplanung
- 11:15 Barcamp Runde I
- 12:00 Mittagessen (bis 13:30 mögl.)
- 12:30 Barcamp Runde II
- 13:45 Barcamp Runde III
- 15:00 Barcamp Runde IV
- 16:00 Feedback, Ausklang, Bier

Die Kommunikationsberatung WIGWAM (vormals „Nest“) bietet als Gründungspartner der re:campaign erste Hilfe für eure individuellen Fragen rund um die Themen der Konferenz. Kommt uns von **12 bis 16 Uhr** einfach in der Lobby der Halle 5 besuchen! Mit Chefarztbehandlung durch unsere Gäste von Campact, Kampaweb, YouTube und betterplace lab.

WIGWAM

- + Erstversorgung mit Kampagnen-Feedback
- + Wundverband bei Online-Spendenmangel
- + Paartherapie: Bürger mobilisieren, Politik erreichen
- + Herz- & Nieren-Check: Stimmt die Strategie?
- + Gesund & munter: Die besten Kampagnentools

:sprecher/innen

KEYNOTES

COMMUNITY ORGANIZING - LESSONS FROM OBAMA FOR AMERICA 2012

Betsy Hoover, 270 Strategies
Stage 4, 11:15 Uhr

We live in a world where people increasingly look for community, information and opportunities for action online. And yet we know that our most meaningful interactions continue to happen face to face in conversations with people we are in relationship with. Our challenge in politics is to engage people in the new and changing world of digital engagement but still bring those people to offline action. As the former digital organizing director of the Obama Campaign, engaging a large audience through multiple mediums online and moving them to meaningful action was the bread and butter of my life for the last two years. The talk will cover the ladder of engagement, looking at how to use the tools available to us effectively, and how to use these tools in a campaign with any level of resources. Online engagement and integration are key to successfully running a 21st Century campaign.

POLITICAL ADVOCACY AND THE INTERNET

Ben Scott, Open Technology Institute
Stage 4, 12:15 Uhr

Pick up any contemporary analysis of political campaigns, and it is conventional wisdom that the „Internet revolution“ has fundamentally changed how politics works. Political media outlets are fragmented. Politicians and ministries are on Facebook. And the marketplace of ideas operates according to a new logic of networked information flows.

Yet few public interest NGOs have mastered how to be advocates, much less how to leverage online tools to amplify the effectiveness of their work. That has to change if we are going to use the Internet to create a more open, participatory and responsive government.

:sprecher/innen

MEHR ALS CLICKTIVISM - MIT STRATEGISCHEN ONLINE-KAMPAGNEN POLITIK VERÄNDERN

Dr. Felix Kolb, Campact e. V.

Workshop A, 14:45 Uhr

Politische Online-Kampagnen sollten mehr sein als Clicktivism - darüber herrscht in der NGO-Welt schnell Einigkeit. Trotzdem sind weiterhin Online-Aktionen an der Tagesordnung, die auf nichts anderes optimiert sind als auf möglichst viele Klicks. Wie aber sehen Kampagnen aus, mit denen sich auch politisch etwas erreichen lässt? Sehr verschieden! Trotzdem haben sie eines gemeinsam - sie basieren auf einer durchdachten Strategie: Auf systematischen Überlegungen zur Frage, mit welchen Taktiken sich relevante Ziele im aktuellen gesellschaftlichen und politischen Umfeld erreichen lassen. Der Workshop will Campaigner/innen Anregungen geben, wie strategische Online-Kampagnen entwickelt und geplant werden können. Dazu werden politikwissenschaftliche Theorie und Beispiele aus der Praxis kombiniert.

IM GESPRÄCH MIT "EVERYDAY REBELLION" - ÜBER DIE MACHT DES GEWALTLOSEN WIDERSTANDS

Arman und Arash T. Riahi, Golden Girls Filmproduktion & Filmservices GmbH

Workshop B, 14:45 Uhr

"Everyday Rebellion" ist ein Kinodokumentarfilm samt Cross-Media-Plattform über die Macht des gewaltlosen Widerstands und neue Formen des zivilen Ungehorsams. Der Film von Arman und Arash T. Riahi ist zur Zeit in Produktion und wird voraussichtlich Ende 2013 ins Kino kommen. Im Gespräch mit den Filmregisseuren diskutieren wir die Rolle von Do-It-Yourself Aktivismus in Zeiten globaler Umbrüche. Wir fragen nach Best Practices beim Dreh von Dokumentationen zu sozialkritischen Themen und wie "Everyday Rebellion" über viele Medienkanäle hinweg funktioniert.



WORKSHOPS

:sprecher/innen

CONTENT STRATEGY FÜR NGOS - WEBINHALTE ERST STRATEGISCH PLANEN, DANN PUBLIZIEREN

Brigitte Alice Radl, FH Joanneum Graz
Workshop C, 14:45 Uhr

Gestern wurden Social Media noch als Erfolgsgaranten für Webkommunikation von Organisationen gepriesen, heute regiert das Buzzword „Content“ die Diskussion. Doch was steckt hinter dem Begriff? Wann ist Content „gut“ und wie kann er entwickelt werden? Das US-amerikanische Praxisfeld Content Strategy stellt Methoden zur Verfügung, um relevante Inhalte für das Web zu planen und zu produzieren. Ziel ist eine ganzheitliche und langfristige Strategie, die von den Inhalten ausgeht. Im Workshop besprechen wir, wie man eine Content Strategy entwickelt und warum sie jede Organisation braucht. Best Practices von NGOs sollen das Verhältnis von Kampagnenarbeit und langfristiger inhaltlicher Planung verdeutlichen und aufzeigen, wie Nutzerbedürfnisse und Organisationsziele unter einen Hut gebracht werden können.

OPEN TRANSFER-STRATEGIEN - CHANCEN UND HERAUSFOR- DERUNGEN FÜR KAMPAGNEN- ORGANISATIONEN

Katarina Peranić und Henrik Flor,
Stiftung Bürgermut
Workshop D, 14:45 Uhr

Wie gelingt es, aus einer Idee eine Bewegung zu machen? Am Anfang des Workshops werden unterschiedliche Strategien vorgestellt, wie sich lokale Projekte verbreiten und welche Vor- und Nachteile die verschiedenen Wege haben. Wir wollen einen Input geben, welche Voraussetzungen eine Organisation mitbringen muss, die nicht nur an einem Ort wirken will. Welche Faktoren müssen zusammenkommen, welche Widerstände überwunden werden auf dem Weg zu einer nachhaltigen Transfer-Strategie und deren erfolgreichen Umsetzung? Welche Rolle spielen insbesondere neue Medien bei der internen und externen Kommunikation während der Übertragung? Schließlich soll es um das Open Transfer Campaigning gehen. Wie kann Open Transfer für die Durchsetzung politischer oder gesellschaftlicher Ziele eingesetzt werden? Was können wir von Beispielen wie Organizing America oder der Wireless-/Broadband-Bewegung lernen?

:sprecher/innen

E-PARTIZIPATION FÜR NGOS - CHANCEN UND RISIKEN ONLINE

[Dr. Kathrin Voss, kathrinvoss.de](mailto:kathrin.voss@kathrinvoss.de)

Workshop A, 16 Uhr

Partizipation ist ein Schlagwort unserer Zeit. Vom Staat wird mehr Bürgerbeteiligung gefordert. Die Piratenpartei gilt als Antwort auf das zunehmende Bedürfnis nach anderen Parteistrukturen. Und NGOs? Auch sie müssen sich mit dem Bedürfnis nach mehr Beteiligung befassen. Das Social Web bietet dabei vielfältige Möglichkeiten, Menschen einzubinden und zu beteiligen, etwa durch E-Petitionen, Wikis, auf Facebook oder interne Communities. Was funktioniert? Lassen sich Menschen so an Organisationen binden? Wie lassen sich Menschen online mobilisieren? Und wenn diese Mittel verstärkt eingesetzt werden, mit welchen Wirkungen und Auswirkungen? Und welchen Einfluss haben die neuen Online-Tools auf politische Entscheidungen?

MOBILISIEREN MIT DEM NEUEN NONPROFIT-PROGRAMM VON YOUTUBE

[Sabine Frank, Google](#)

Workshop B, 16 Uhr

Hat deine Organisation eine Geschichte zu erzählen? Möchtet ihr wirksame Kampagnen auf YouTube starten und einen emotionalen Kontakt zu euren Unterstützern herstellen? Dann schließt euch dem neuen YouTube-Programm für gemeinnützige Organisationen in Deutschland an. Passt das Branding eures YouTube-Channel an und sammelt Spenden innerhalb der YouTube-Gemeinschaft. Nutzt die Call-to-Action Overlays, Text-Hinweise und Spendenmöglichkeit in Videos, um Freiwillige zu mobilisieren, Gesetzesänderungen einzufordern oder Spenden für wohltätige Zwecke zu sammeln. In diesem Workshop erfahrt ihr, wie ihr YouTube als NGO optimal nutzen könnt.

:sprecher/innen

VON SOCIAL MEDIA MANAGEMENT ZU SOCIAL CRM

Fabian Schuttenberg,

SYSTOPIA Organisationsberatung

Workshop C, 16 Uhr

Gerade für gemeinnützige Organisationen ist die konsequente und umfassende Ausrichtung auf die Beziehung zu ihren Stakeholdern ein Muss. Um diesem Anspruch gerecht zu werden und nachhaltigen Erfolg zu haben, müssen Nonprofit-Organisationen nicht nur mit neuen Medien arbeiten und in sozialen Netzwerken präsent sein. Sie müssen auch neue Wege finden, Impulse aus diesem Umfeld aufzunehmen, gezielt zu verarbeiten und für die organisationale Entwicklung zu nutzen.

Im Workshop werden konzeptionelle sowie technische Herausforderungen anhand von Fallbeispielen beleuchtet und der Austausch über Methoden, Instrumente und Zielsetzungen von „Social CRM“ (Customer Relationship Management) angeregt.

ONLINE NUTZEN - OFFLINE NUTZEN: WAS WIR VON US-KAMPAGNEN LERNEN KÖNNEN

Yussi Pick,

Pick & Barth Digital Strategies

Workshop D, 16 Uhr

„Don't be lame“ war das inoffizielle Motto des Digital Teams der Obama Kampagne. Das lässt sich leicht sagen bei so einem Kandidaten, der scheinbar alles hat, was einen guten politischen Kommunikator ausmacht. Hierzulande kommt es - gerade in einem Wahljahr - meist zu Fehlritten wenn Parteien versuchen „wie Obama“ wahlzukämpfen. Dabei gäbe es aus dem US-Wahljahr 2012 aus einer Fülle an Best Cases zu lernen. Auch kampagnengeprüfte NGOs können neue Online-Taktiken mitnehmen, um die öffentliche Agenda in europäischen Wahlkämpfen zu beeinflussen. Wie können es Organisationen schaffen, Online-Aktivität in Offline-Impact umzuwandeln? Was lohnt sich nachzuahmen und welche Taktiken funktionieren in Europa nicht?



:sprecher/innen

10 FEHLER, DIE WIR ALLE MACHEN! NONPROFITS UND SOCIAL MEDIA, STAND 2013

Jona Hölderle,

Pluralog - Online Marketing für NPOs

Workshop A, 17:15 Uhr

Soziale Medien und gemeinnützige Organisationen gehören im Jahr 2013 wie selbstverständlich zusammen. Könnte man meinen. Aber die Schere zwischen den wenigen sehr aktiven und den vielen noch nicht aktiven Organisationen geht weit auseinander.

Dabei machen alle Organisationen nach wie vor viele bekannte Fehler. Jona Hölderle stellt aus seiner Erfahrung mit vielen deutschen NPOs die 10 Fehler vor, die wir alle nach wie vor machen, und stellt Gegenstrategien zur Diskussion.

MACH' ES ZU IHREM PROJEKT - NEW VOLUNTEER MANAGEMENT IM CAMPAIGNING

Hannes Jähnert, hannes-jaehnert.de

Workshop B, 17:15 Uhr

Freiwilligenmanagement meint die Planung, Organisation und Koordination von freiwilligem Engagement in einer Organisation. Das New Volunteer Management geht darüber hinaus. Im Vordergrund steht nicht das „get the work done“, sondern der Beziehungsaufbau. Schon lange werden dafür Unterstützergemeinschaften in lokalen Gruppen organisiert. Mit Aktionen und Projekten vor Ort machen die Volunteers die Kampagne zu „ihrem Projekt“.

Doch was ist mit virtuellen Gemeinschaften, die nicht mehr der Wohnort sondern allein das gemeinsame Interesse eint? Wie lassen sich diese Communities ansprechen und mobilisieren? Im Workshop werden Erkenntnisse aus der aktuellen Szeneforschung mit Freiwilligenmanagement verknüpft und praktische Ansätze für das New Volunteer Management diskutiert.



:sprecher/innen

SYSTEMISCH UND SOUVERÄN DURCH DEN DIGITALEN WANDEL NAVIGIEREN

Sybille Klotz, Steffen Liebener und Michael Rouba, DeltaBerlin Network
Workshop C, 17:15 Uhr

Zwischenmenschliche Kommunikation ist leider nicht automatisch konstruktiv und ergebnisorientiert. Im Gegenteil, oft ist sie missverständlich und trägt nicht zur Lösung eines Problems bei. Die vernetzte digitale Kommunikation und neue technische Möglichkeiten sind dabei keine Ausnahme. Gute Ideen ersticken in der Unmenge von Informationen, wertvolles Wissen und Zielgruppenresonanz versinken in der Datenflut. Entscheidungen verzögern sich oder fallen aus.

Unser Workshop ist ein Plädoyer für eine systemisch-orientierte Sicht in und auf Organisationen. Wir zeigen mit Hilfe einer Checkliste konkrete Möglichkeiten auf, wie eine Organisation schnell entscheiden und handeln kann, obwohl sich die Welt um sie herum immer schneller dreht. Wir zeigen, auf was es ankommt, wie man auf jeden Fall scheitert und wie man sich und seine Organisation dennoch „retten“ kann und erfolgreich durch den digitalen Wandel navigiert.

MOBIL-ISIERUNG: NGO-STRATEGIEN FÜR DAS HANDY

Josh Miles, Oxfam Deutschland
Workshop D, 17:15 Uhr

Im Workshop über „Mobil-isierung“ diskutieren wir den strategischen Einsatz von SMS, QR-Codes, Apps und die Wichtigkeit mobil-optimierter Websites. Anhand von Beispielen werden die Potenziale von „Kampagnen für das Smartphone“ vorgestellt. Wir werfen auch einen Blick auf die strategischen Fragen, die sich Organisationen stellen sollten, wenn sie mit einer „Mobile Strategy“ loslegen wollen. Zudem gehen wir der Frage nach, wie eine mobil-gestützte Kampagnenarbeit im Tagtäglichen aussehen kann.



:sprecher/innen

PANELS

NEUES BERUFSBILD
(ONLINE-)CAMPAIGNER/IN
Oliver Moldenhauer, SumOfUs
und andere Gäste
Workshop A, 18:30 Uhr

In den letzten Jahren ist ein deutlicher Trend zur Professionalisierung in der Online-Arbeit von NGOs zu erkennen. Dazu gehört auch, dass neben den klassischen Stellenausschreibungen für Campaigner/innen auch gezielt nach Online-Campaigner/innen gesucht wird. Das Panel will die neuen Stellenanforderungen diskutieren und einen kritischen Blick auf die Professionalisierung der Online-Arbeit werfen. Zudem soll diskutiert werden, welches organisatorische Umfeld vorhanden sein muss, damit Online-Campaigner/innen Angebote für die kulturellen Werte des Social Webs entwickeln können.

BOTTOM-UP & OPEN: WAS KÖNNEN
KAMPAGNEN VON INNOVATIVEM
BÜRGER-JOURNALISMUS LERNEN?
Keiko Tanaka, Global Voices Japan
Stefan Candea, thesponge.eu
Markus Hametner, Hacklab Wien
Workshop C, 18:30 Uhr

Wie sehen im Bürger-Journalismus innovative Umsetzungen von gesellschaftspolitischer Bewusstseinsbildung aus? Was können NGOs davon lernen, um ihre Kampagnen wirkungsvoller zu gestalten? Unter dieser Fragestellung erkundet das Panel Best-Practice-Beispiele aus Österreich, Rumänien und Japan.

Dabei trägt es einem weitgehend unterbelichteten Umstand Rechnung: Politik, Gesellschaft und Kultur sind von Gegend zu Gegend anders aufgestellt und stellen die Zusammenarbeit von Journalisten und Programmierern vor verschiedene Herausforderungen, etwa wenn es um die juristischen Grundlagen und kulturellen Auslegungen der Meinungs- oder Informationsfreiheit geht. Entlang dieser Konfliktlinie diskutieren die Gäste über die Übertragbarkeit ihrer verschiedenen Ansätze.

:notizen

LIVE & DANACH

Wir freuen uns über eure Kommentare per Twitter! Wenn ihr uns direkt ansprechen wollt, schreibt an @recampaign. Um die Tweets für alle auffindbar zu machen, nutzt bitte unseren Hashtag: #rc13

Auch während der Konferenz kommunizieren wir laufend über:



www.twitter.com/recampaign



www.facebook.com/recampaignberlin



www.recampaign.de/blog

Wir werden die Präsentationen der Sprecher sobald wie möglich auf www.recampaign.de nachtragen und auch auf der Plattform www.scribd.com/recampaign verfügbar machen.



www.vimeo.com/recampaign



www.flickr.com/recampaign

:vielen dank

HAUPTFÖRDERER



Stiftung Mercator

PREMIUMPARTNER



KONFERENZPARTNER

<KAMPAWEB>

DRUCK



www.dieUmweltDrucker ei.de

MEDIENPARTNER



BERLINER
GAZETTE.DE

Cicero

Magazin für politische Kultur

Enter DAS
ENGAGEMENT-
MAGAZIN

Fundraiser
Magazin



RESET
For A Better World

Stiftung
& Sponsoring

taz. die tageszeitung



V.i.S.d.P.

Wigwam GmbH
Prinzenallee 74
13357 Berlin

mail@wigwam.im

Geschäftsführer:
Ole Seidenberg, Daniel Kruse

HRB 121169
Ust-IdNr. DE 266609020

Vielen Dank für's Kommen!
Lust auf mehr?

Tragt euch in unsere Mailingliste ein: www.bit.ly/rc13liste