

25. Januar 2018



WIGWAM

Aber nur für das Gute!
Erkenntnisse und Erfahrungen aus dem
Wigwam für erfolgreiche Kampagnen.

38. Winterkolloquiums Forst und Holz
Universität Freiburg

Robert Dürhager

**Senior Berater für Kampagnen
und Digitalisierung**

Vorstand, Wigwam eG



Hallo, wir sind

WIGWAM



Landtagswahl 2016

BaWü



Bundestagswahl 2017 (Agentur ZBA)



20 % Grüne

80 % NGOs



Diakonie 

Brot
für die Welt

MISEREOR
IHR HILFSWERK

EKD
Evangelische Kirche
in Deutschland

AMNESTY
INTERNATIONAL



compact!de
DEMOKRATIE IN AKTION



**deutsche kinder-
und jugendstiftung**

verbraucherzentrale
Bundesverband



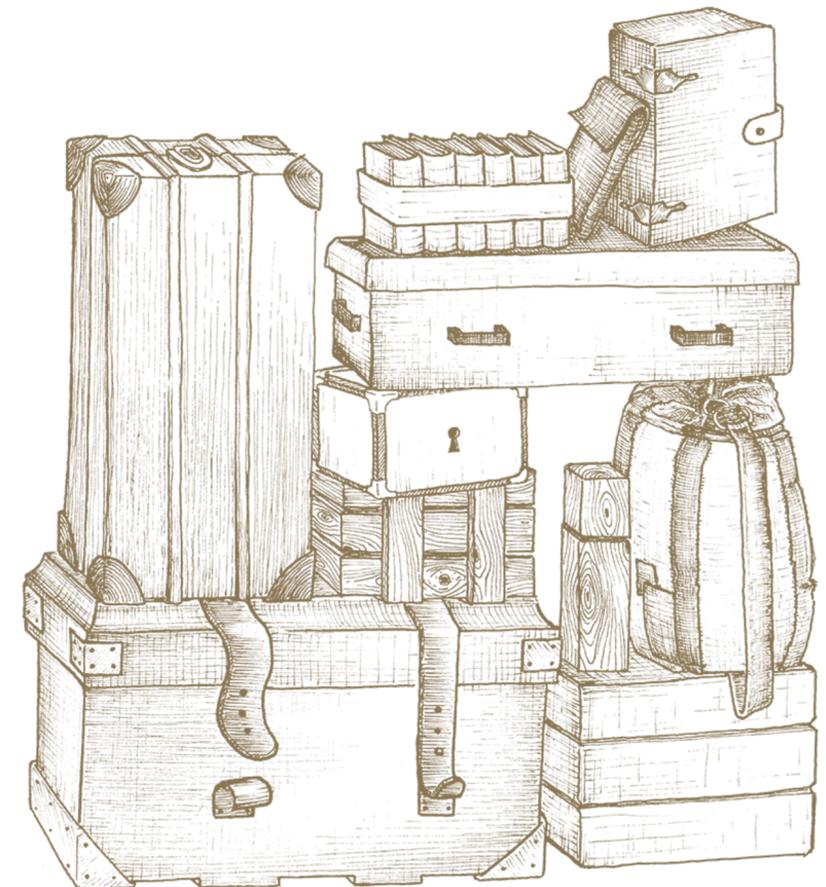
STIFTUNG
MERCATOR

Wir sind

**Kampagnen-Agentur
Design-Studio
Organisationsberatung**

aber nur für alles Gute!

Erkenntnisse und Erfahrungen aus dem Wigwam für erfolgreiche Kampagnen



Definition Kampagne

„Ein strategischer Eingriff in Kommunikationssysteme der Politik, der Gesellschaft und des Marktes, um sozialen Wandel herbeizuführen“

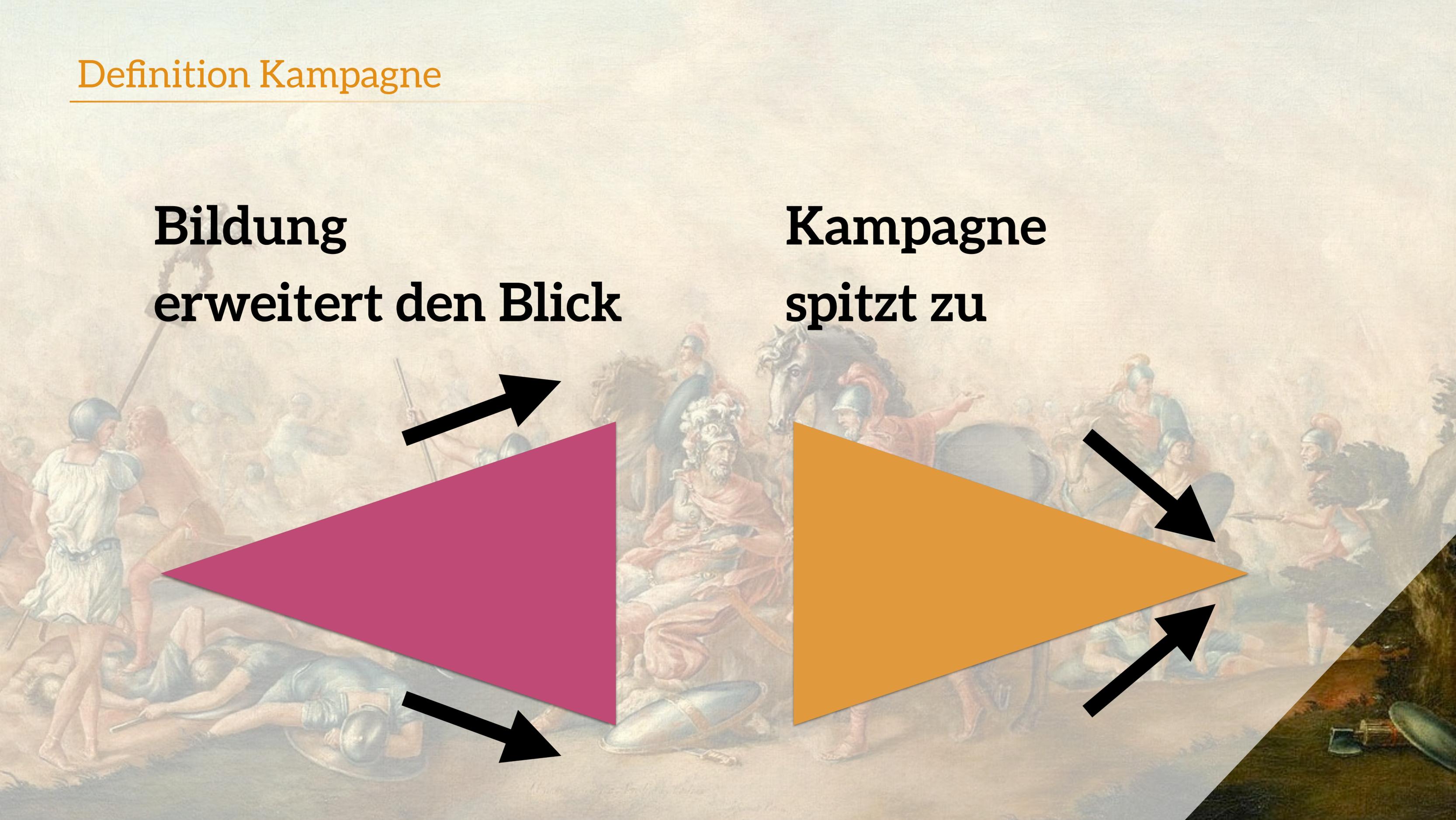
(von Bernstorff, 2012, S. 13)



Definition Kampagne

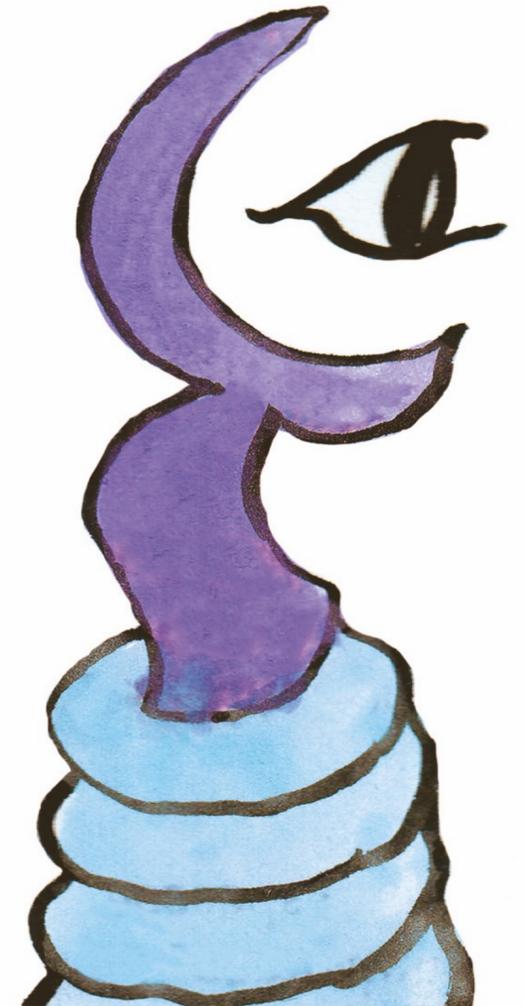
**Bildung
erweitert den Blick**

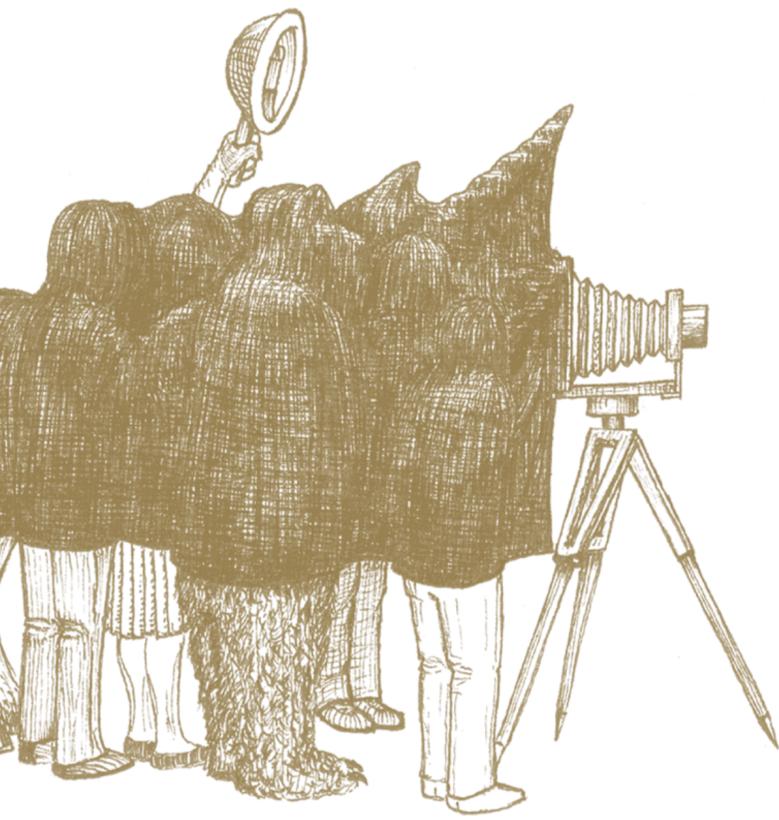
**Kampagne
spitzt zu**



Eine erfolgreiche Kampagne ...

- hat ein klares Ziel
- folgt einem strategischen Kurs
- fokussiert auf ein spezifisches Thema
- baut eine Dramaturgie aus mehreren Aktivitäten
- ist auf einen festen Zeitrahmen begrenzt
- baut auf vorherige Kampagnen auf
- ist wiedererkennbar





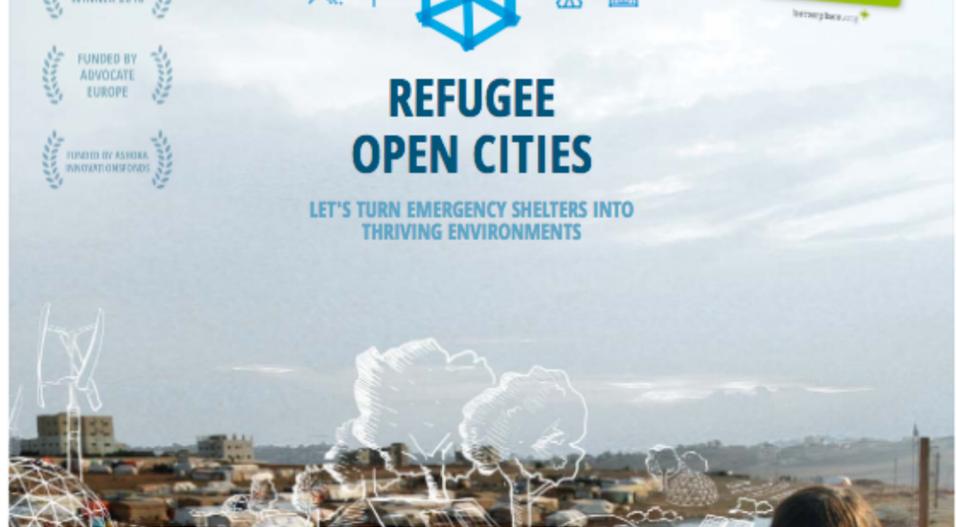
**Was ist Ihr
Kampagnenprofil?**

Vier typische Formen von Kampagnen

- Image- und Marketing
- Mobilisierung
- Politischer Druck
- Verhaltensänderung (DIY/DIT)



Rolle der Initiatoren



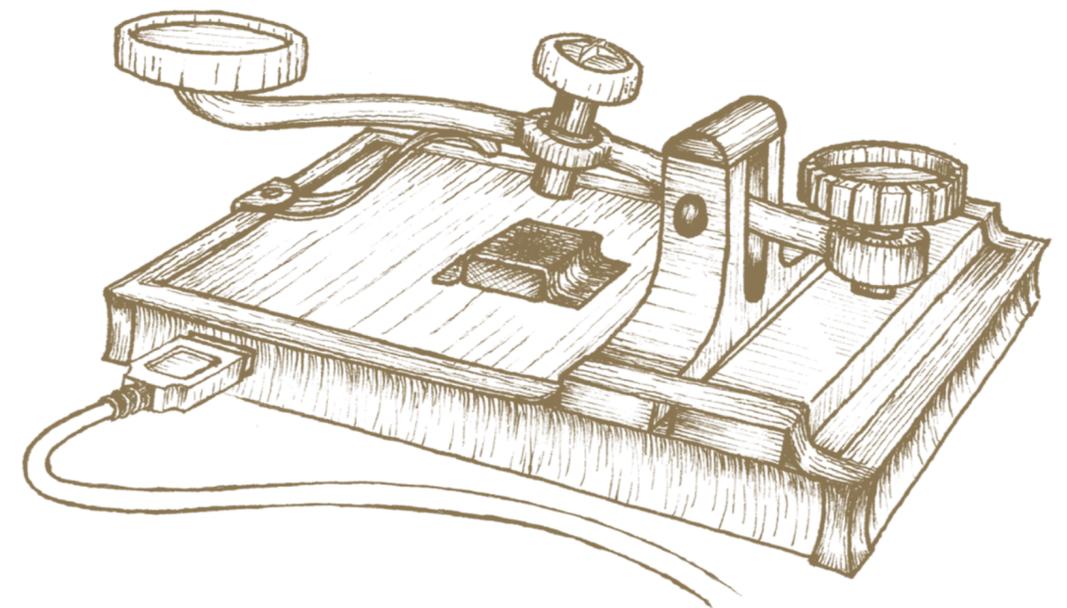
THE WORLD HAS SPOKEN
1,039 Occupation Events in 87 Countries



Rolle der Initiatoren



**Was gibt es
zu tun?**

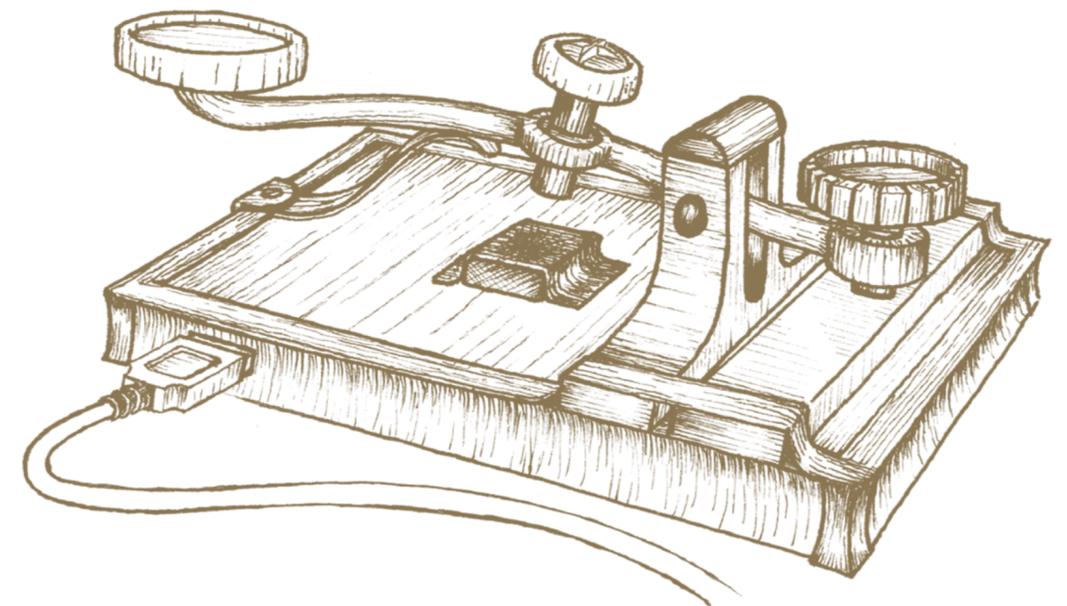


Konzeption

- Kampagnen-Ziele
- Zielgruppen & Partner
- Framing, Botschaften und Tonalität
- Storytelling und Dramaturgie
- Organisieren und Mobilisieren

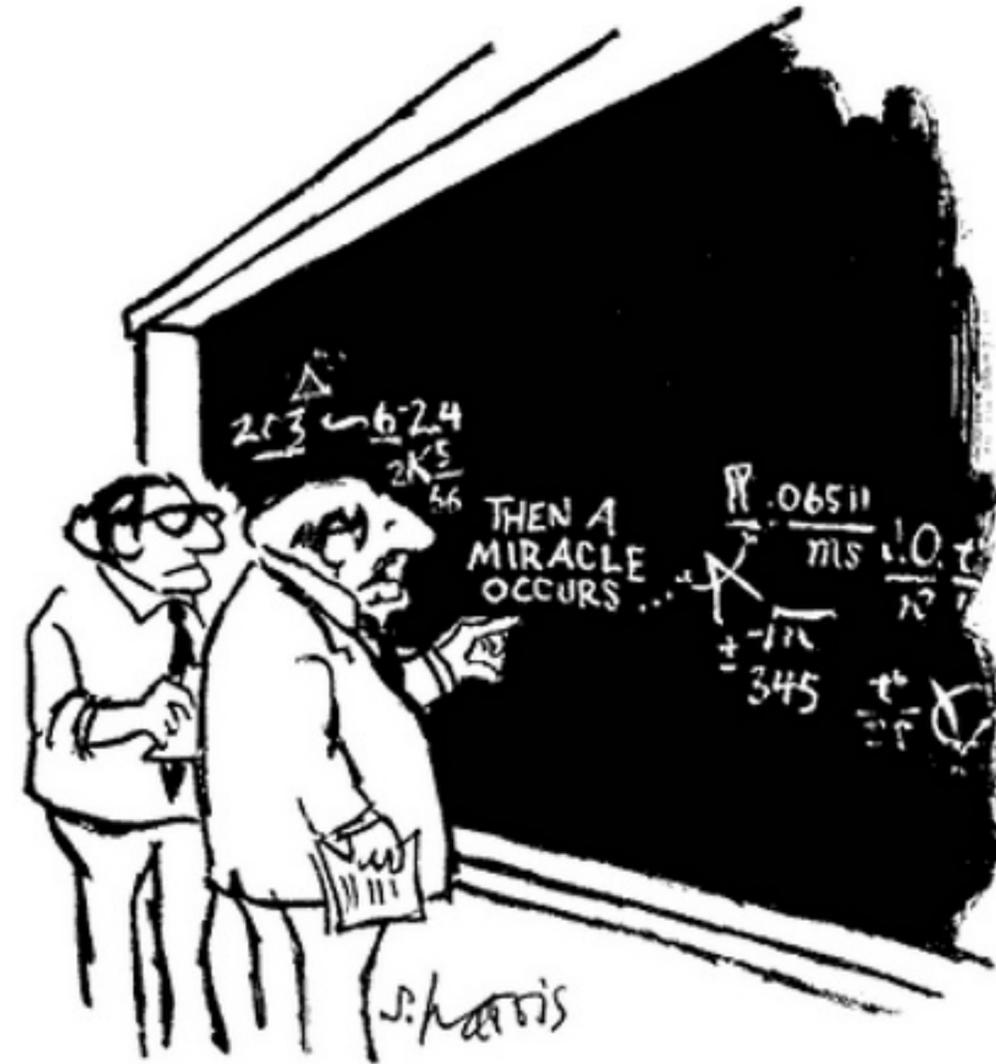
Umsetzung

- Aktionen & Events
- Kampagnen-Materialien im Alltag
- Medienarbeit
- Online-Campaigning
- Fundraising



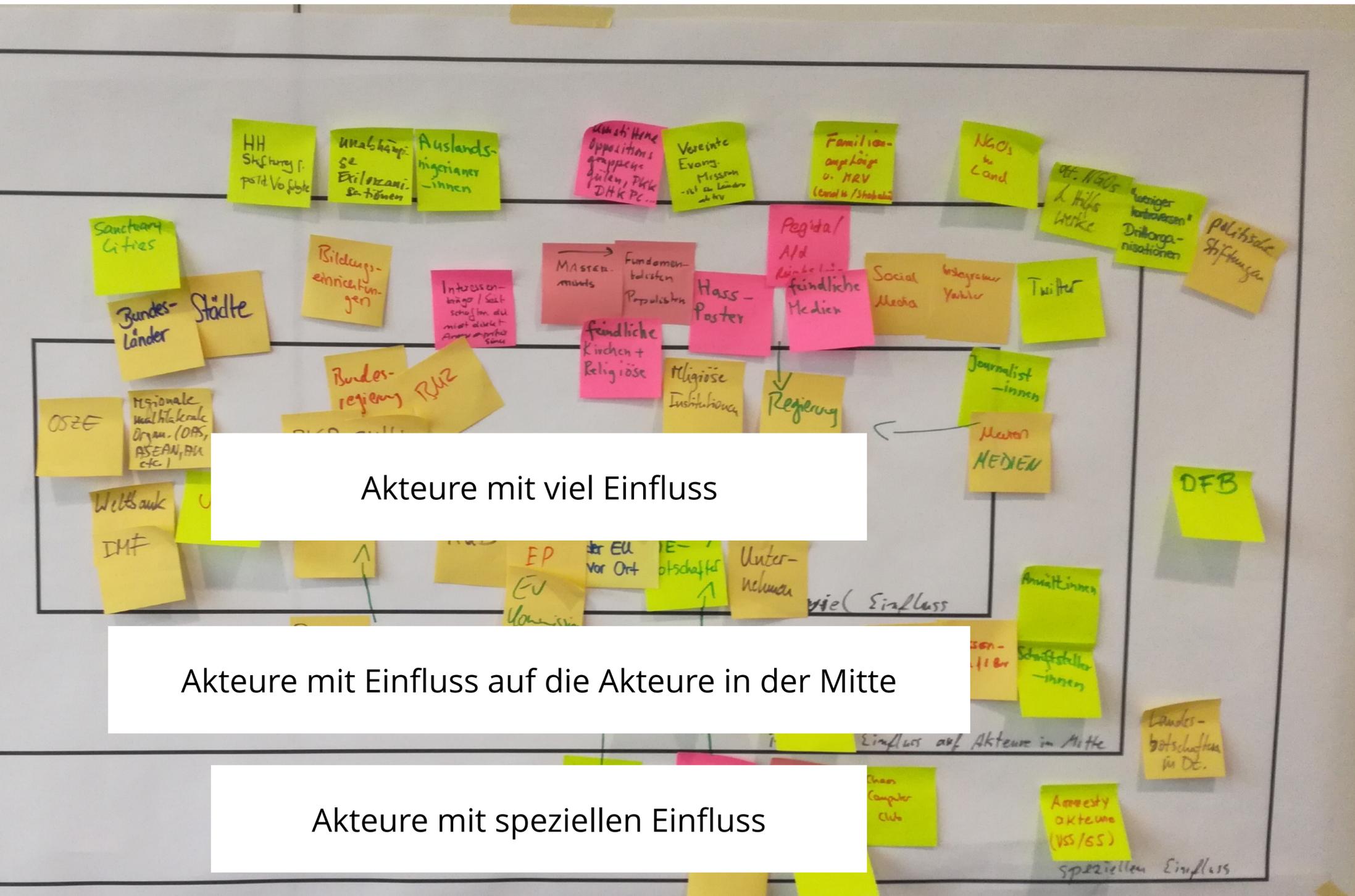
Ziele und die „Theory of Change“

- Identifizierung des Ziels
- Teilziele
- Entwicklung einer Strategie und Interventionen
- Überprüfen von Annahmen



"I think you should be more explicit here in step two."

Zielgruppen und Partner



- Wer hat Einfluss
- Wer hat Einfluss auf die Einflussreichen?
- Freund oder Feind?
- Funktioniert die Theory of Change?

Framing

- Framing / Deutungsrahmen:
Wie kann man über ein Thema nachdenken?

EHE FÜR ALLE
anstatt „Homo-Ehe“



Botschaften

- **Frage:** Worum geht es in der Kampagne?
- **Grund:** Warum braucht es die Kampagne?
- **Negativ-Szenario:** Was steht auf dem Spiel, wenn die Kampagne scheitert?
- **Aufruf:** Was muss getan werden?

Maybe some of these politicians in Washington who are so worried about "family values" might be concerned about the fact that 1 out of 5 of our kids lives in poverty.

- SEN. BERNIE SANDERS (I-VT.)

Storytelling und Dramaturgie

- Es geht nicht um den Erzähler, sondern um den Zuhörer
- Erlebnisse schaffen
 - mit allen Sinnen
 - Gefühlswelten (Wut, Hoffnung, Dringlichkeit)
 - Kontraste, Konflikte
 - Einsatz und Fallhöhen
 - Entwicklung zeigen
- Ein guter Mix auf Einzelgeschichten (Betroffene) und großen Geschichten (Politik)



HORNBACH 

Es gibt immer was zu tun.

**Du lebst.
Erinnerst Du Dich?**

Storytelling und Dramaturgie

- gute Kampagnen bauen aufeinander auf

2021 Politische Druckkampagne

2020 Mobilisierungskampagne

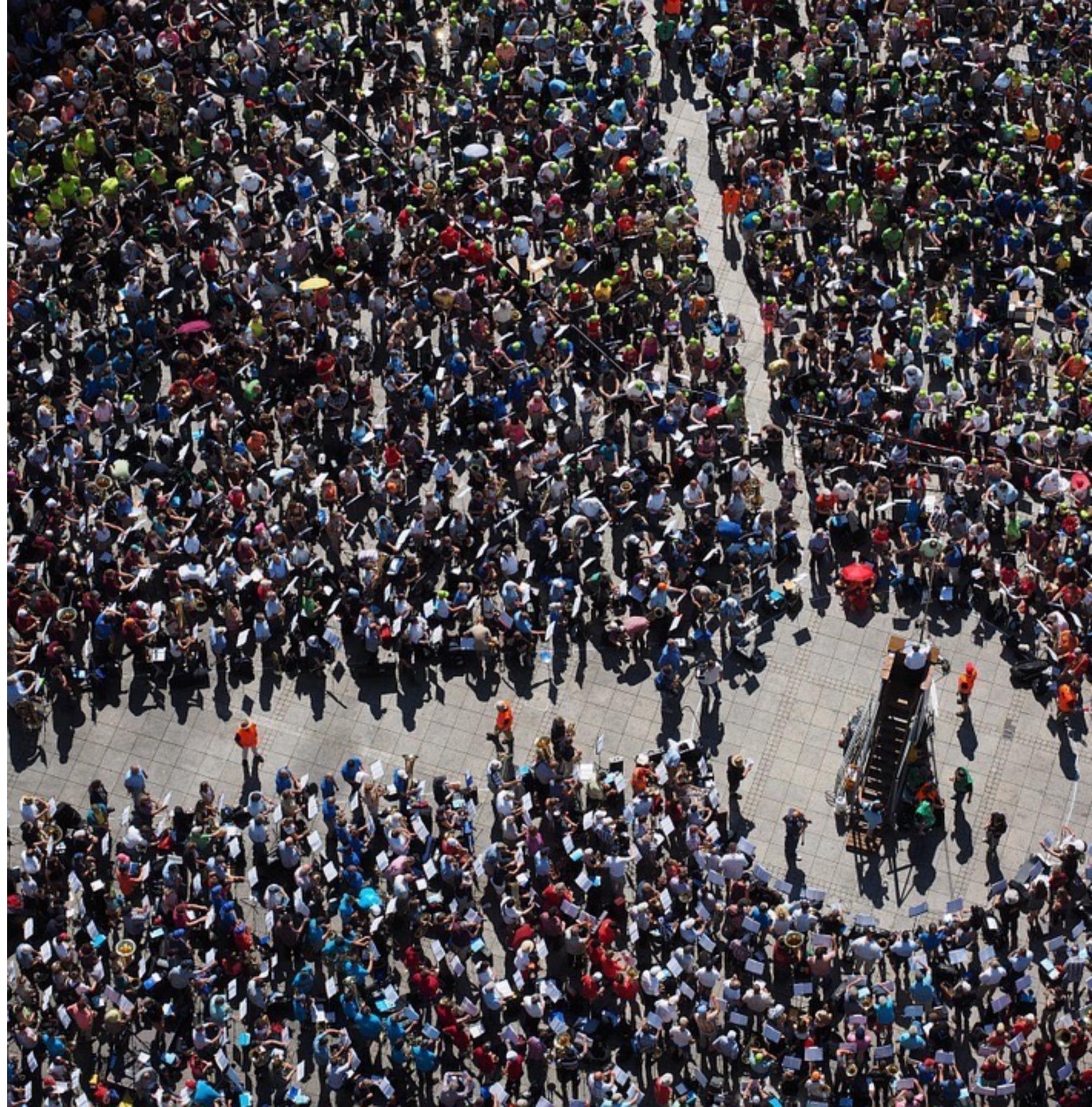
2019 Imagekampagne

Was gibt es zu tun?

Organisieren und Mobilisieren

- Wenn man Unterstützer organisiert, gewinnt man an Macht.
- Wenn man Unterstützer mobilisiert, übt man diese Macht aus.

„Wie viele Menschen könnten Sie heute erreichen?“



Organisieren und Mobilisieren

- Wenn man Unterstützer organisiert, gewinnt man an Macht.
- Wenn man Unterstützer mobilisiert, übt man diese Macht aus.

„Welche Mitmach-Angebote bieten Sie an?“



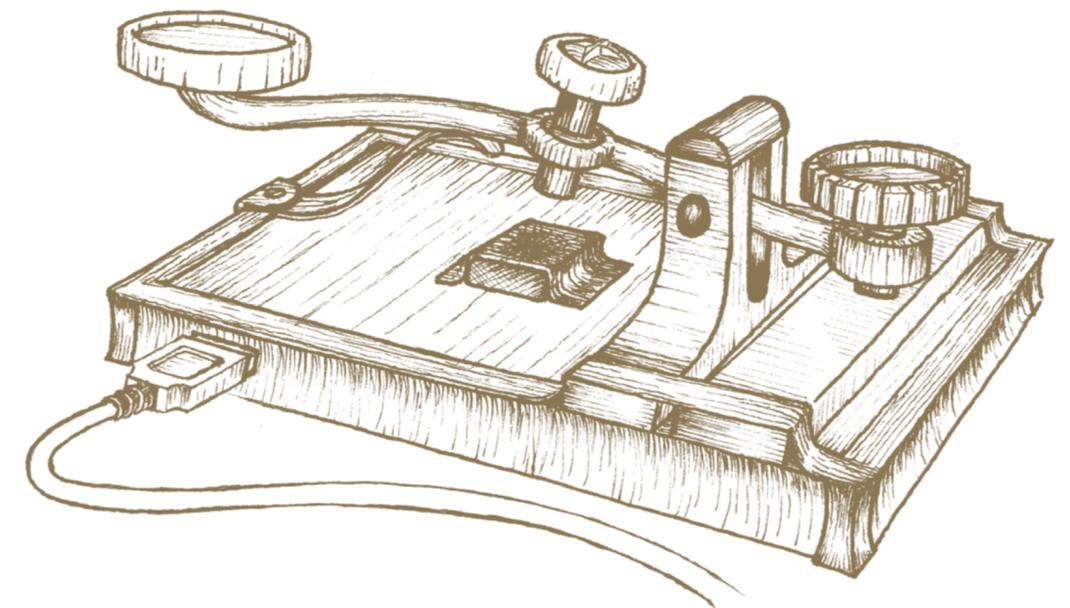
Aktionen und Events



Medienarbeit



So gehts.





Empfehlungen

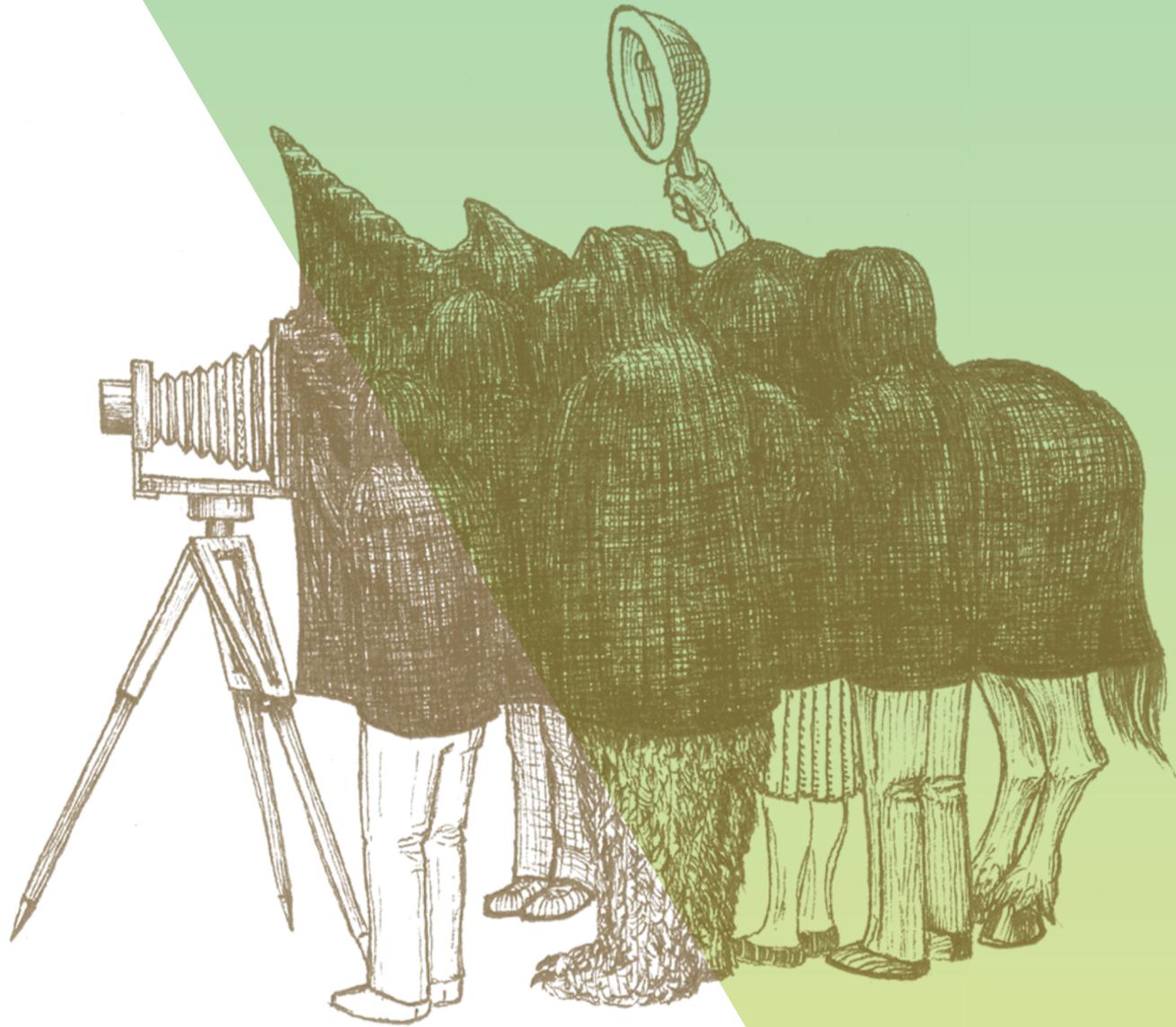


Kostenloses Handbuch

www.wigwam.im/campaigning-guide/

Konferenz reCampaign

www.recampaign.de



Vielen Dank fürs Mitmachen!

Robert Dürhager
robert@wigwam.im