

SOCIAL MEDIA WERKZEUGE



Social Media ist mittlerweile ein fester Bestandteil unseres Alltags. Wir teilen, was wir machen, wo wir sind und wie es uns geht. Deshalb sind Social Media-Plattformen auch die idealen Orte, um eure Aktionen bekannt zu machen. Nahezu jede Person ist auf irgendeinem Social-Media-Kanal unterwegs und klickt sich durch Beiträge und Storys. Weil das oft sehr viele Inhalte sind, braucht ihr etwas, das aus der Masse heraussticht, um die Aufmerksamkeit eurer Zielpersonen zu erringen. Bunte Farben und Emotionen zum Beispiel. Oder ein Bild oder Video, das ans Herz geht oder einfach super cool aussieht.

Weitere
passende
Karten:



→ Schreiben



→ Video



→ Storytelling

SOCIAL MEDIA

TIPPS

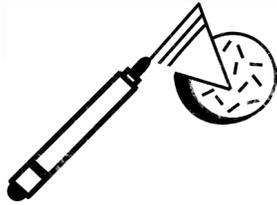
1. Benutzt Hashtags: Entweder ihr teilt eure Aktion unter #wirhandelnjetzt oder ihr denkt euch selbst etwas aus. In diesem Fall benutzt ihr am besten beide Hashtags.
2. Für ein Event könnt ihr einen digitalen Flyer gestalten. Er sollte sofort ins Auge springen, muss aber nicht alle Informationen enthalten. Die könnt ihr einfach in die Beschreibung darunter packen, wenn ihr ihn als Beitrag hochladet.
3. Teilt den Beitrag in euren Storys und bittet auch Freund*innen darum, das zu tun. Vergesst nicht, den Hashtag dazu zu schreiben.

Schlagwörter für die
Online-Suche:

**Hashtags, Überschriften, SEO,
Bildtext, Influencer*innen**

WERKZEUGE

DESIGN



Design ist ein sehr wichtiges Instrument für Aktivist*innen, um Perspektiven und Gewohnheiten zu verändern. Design bedeutet nicht nur Plakate, Banner und Sticker. Design ist allgegenwärtig um uns herum, von Stühlen über Computer bis hin zu Autos und digitalen Geräten. Wir erleben, wie Design das Leben und Verhalten von uns selbst und anderen ändern kann. In Zügen und Bussen starren Leute auf ihre Telefone statt wie früher auf Zeitungen. Sie bestellen Artikel online und lassen sie sich nach Hause liefern statt in Geschäfte zu gehen. Design ist mächtig. Und genau deshalb unverzichtbar für Aktivist*innen.

Weitere passende Karten:



→ Zusammen-
arbeit



→ Druckformate



→ Storytelling

DESIGN

TIPPS

1. Ihr habt eine tolle Idee und könnt euch ausmalen, wie sie funktionieren und wie cool sie sein wird, wenn sie fertig ist? Aber das alles in Worte zu fassen fällt euch schwer? Dann macht einen Prototypen! Ein Prototyp ist ein einfaches Modell, das dem Bild in deinem Kopf ähnelt.
2. Weniger ist mehr: Beschränkt euch bei der Farbauswahl auf ein oder zwei Hauptfarben und verwendet nicht mehr als drei Schriftarten. Lieber weniger Text, aber dafür groß, als viel Text und zu klein.
3. Wenn man sich in die eigene Idee verliebt hat, ist es schwer, sie loszulassen oder ihre Schwächen zu erkennen. Im Design muss man sich aber oft von diesen Ideen verabschieden und Kompromisse eingehen, da man als Team für ein gemeinsames Ziel arbeitet.
4. Hinterfragt jede Entscheidung, die ihr trefft. Warum nehmen wir diese Farbe? Warum wählen wir diese Worte aus? Warum möchten wir genau dieses Bild zeigen?

Schlagwörter für die Online-Suche:

Farbton, Helligkeit, Sättigung
Designgrundlagen, RGB vs.
CMYK, Prototyping, Pixel vs.
Vektor, Corporate Identity

WERKZEUGE

ZUSAMMEN ARBEITEN



Der Einsatz für den Klimaschutz ist eine große Sache. Es kann sein, dass man sich und den eigenen Einfluss manchmal als sehr klein empfindet. Daher ist es umso wichtiger, im Team zu arbeiten. Nicht nur, weil deine Wirkung damit größer sein kann, sondern weil dich ein Verbündeten-Kreis auffangen und bestärken wird, wenn du es brauchst. Gute Zusammenarbeit ist aber gar nicht so einfach. Zur Arbeit im Team gehören Diskussionen und der Umgang mit Konflikten.

Doch oft lernt man nirgendwo, wie das eigentlich gehen soll. Wer entscheidet in eurem Team, wo es langgeht? Was passiert, wenn du jemanden mit unüberlegten Worten verletzt hast?

Weitere
passende
Karten:



→ Projekt-
management

ZUSAMMEN ARBEITEN

TIPPS

1. Achtet in Diskussionen auf eure Sprechzeit und Präsenz. Ist man eine Person, die viel spricht? Oder eine Person, die sich eher zurückhält? Ihr könnt verabreden, dass ihr versuchen wollt, auch die anderen Rollen auszuprobieren.
2. In unserer Gesellschaft gibt es unterdrückende Strukturen, die sich auch in eurem Team wiederfinden können. Diese Strukturen können zum Beispiel sexistisch (Wie sieht die Geschlechterverteilung aus?), rassistisch (Gibt es Menschen of Colour und werden sie eingebunden?), klassistisch (Gibt es finanzielle Barrieren zur Teilnahme an euren Treffen?) oder ableistisch (Gibt es räumliche Barrieren?) sein.
3. Es kann passieren, dass man jemanden durch Worte unbewusst und ohne Absicht verletzt. Fehler machen ist menschlich. Im besten Fall bekommt man ein ehrliches Feedback dazu. Es kann sein, dass sich Feedback wie ein Angriff anfühlt. Atme durch. Feedback ist ein wertvolles Geschenk.

Schlagwörter für die
Online-Suche:

Awareness-Konzept,
Code of Conduct,
intersektionale Pädagogik

WERKZEUGE

ÖFFENTLICHER DRUCK



Viele Kampagnen und Aktionen sind schon vorbei und erfolgreich, bevor die Öffentlichkeit etwas davon mitbekommt. Zum Beispiel, weil die Adressat*innen eurer Forderungen Angst vor genau solch einer öffentlichen Debatte haben. Oder weil sie nach Gesprächen mit Aktivist*innen einsehen, dass sie etwas verändern müssen. Wenn Verhandlungen aber scheitern, müssen Aktivist*innen an die Öffentlichkeit gehen, um Aufmerksamkeit und Druck zu erzeugen.

Weitere
passende
Karten:



→ Recherche



→ Schreiben



→ Storytelling

ÖFFENTLICHER DRUCK

TIPPS

1. Stellt immer erst eine Gesprächsanfrage bei den Adressat*innen eurer Forderungen, bevor ihr den Konflikt öffentlich macht. Erst wenn ein Gespräch abgelehnt wird oder keine Bereitschaft für Veränderung existiert, ist der Schritt in die Öffentlichkeit gerechtfertigt und sinnvoll.
2. Wenn es zu einer Verhandlung kommt, müsst ihr schon im Vorfeld wissen, was genau ihr erreichen und wie ihr argumentieren wollt. Sammelt eure Argumente! Überlegt euch auch, mit welchen Gegenargumenten eure Verhandlungspartner*innen reagieren könnten und wie ihr sie kontert.
3. Wenn die Adressat*innen eurer Forderungen sich weigern, mit euch zu sprechen oder sich trotz Gesprächen nicht bewegen wollen, dann könnt ihr in die Öffentlichkeit gehen, um dafür zu sorgen, dass sie euch ernst nehmen und um den Druck zu erhöhen. In dieser Phase ist es am wichtigsten, euer Anliegen zu „skandalisieren“: Setzt auf die Argumente, die am meisten Empörung hervorrufen und die leicht verständlich sind. Versucht, eure Botschaft so zusammenzufassen, dass sie auf ein Transparent passt, aber trotzdem euer Anliegen transportiert.

Schlagwörter für die
Online-Suche:

**Petitionen, Whistleblower,
„Netzpolitik – How-To: Kontaktiere
einen Abgeordneten“,
Abgeordnetenwatch, „Campact“**

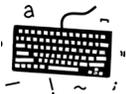
WERKZEUGE

STORYTELLING



Menschen lieben Geschichten. Die Evolution hat unsere Gehirne einfach für das Erzählen von Geschichten verkabelt. Wir können Informationen viel besser verarbeiten und im Kopf behalten, wenn diese in einer Erzählung verpackt sind. Die Chancen, dass die Empfänger*innen sich mit eurer Botschaft identifizieren oder gar aktiv werden, sind dadurch viel höher.

Weitere
passende
Karten:



→ Schreiben



→ Video



→ Social Media

STORYTELLING

TIPPS

1. Findet den roten Faden, der alles miteinander verbindet. Das ist die Antwort auf die Frage, warum ihr eure Geschichte überhaupt erst erzählt.
2. Weckt die Neugier eures Publikums. Fangt immer mit einer starken Aussage an, um Aufmerksamkeit zu erregen.
3. Aktionsaufruf! Lasst euer Publikum wissen, was es machen soll, nachdem es eure Geschichte gehört hat.

Schlagwörter für die
Online-Suche:

**3-Akte-Struktur, Dramaturgie,
Charakterentwicklung,
Konfliktaufbau, roter Faden**

WERKZEUGE

PROJEKT- MANAGEMENT



Auch Aktivist*innen brauchen Planung. Sonst sind alle schnell genervt und die Sache verläuft sich. Deshalb lieber gleich zu Beginn Zeit in einen guten Projektplan stecken. Der hilft euch dabei, einen Überblick über alle Aufgaben zu haben, diese sinnvoll aufzuteilen und Fristen einzuhalten. Jede Person weiß, was sie zu tun hat, und ihr könnt euch aufeinander verlassen. Wichtig ist auch, für jedes Treffen eine Agenda vorzubereiten: Was wollt ihr in welcher Reihenfolge besprechen? Und wieviel Zeit sollen die einzelnen Punkte einnehmen? Nicht überziehen, das frustriert.

Weitere
passende
Karten:



→ Zusammen-
arbeit



→ Finanzierung

PROJEKT- MANAGEMENT

TIPPS

1. Überlegt euch im Team, welche Aufgaben es zu erledigen gibt. Schreibt einzelne Aufgabenpakete auf und bleibt realistisch bei euren Ansprüchen: Lieber „Zehn Spendenanfragen an Organisationen schicken“ als „50.000 Euro Spendengelder organisieren“.
2. Macht euch ein Kanban-Board, also einen Projektplan mit Spalten. Das geht sowohl analog als auch digital.
3. Ordnet die Aufgabe immer direkt einer Person zu.
4. Trefft euch regelmäßig, schaut auf euren Projektplan und aktualisiert ihn.

To Do	IN ARBEIT	ERLEDIGT

Schlagwörter für die
Online-Suche:

Kanban-Board, To Do-Liste,
Scrum, Projektplan, Roadmap

WERKZEUGE

RECHERCHE



Eine umfangreiche Recherche ist der Startpunkt für jede erfolgreiche Aktion. Denn sie liefert euch die Argumente, mit denen ihr die Adressat*innen eurer Forderungen und die Öffentlichkeit überzeugen könnt. Ihr müsst wissen, wovon ihr sprecht. Eure Fakten und Zahlen müssen richtig und überprüfbar sein. Macht euch auf die Suche nach den Daten und Informationen, die euer Anliegen auf den Punkt bringen und die deutlich machen, wie wichtig es ist. Überlegt euch, was ihr wissen müsst und wie ihr das erfahren könnt – im Internet, mit einer Umfrage, einer eigenen kleinen Studie oder in Gesprächen mit Expert*innen.

Weitere
passende
Karten:



→ Schreiben



→ Öffentlicher
Druck



→ Storytelling

RECHERCHE

TIPPS

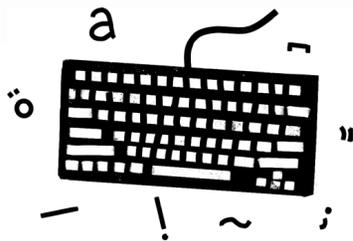
1. Das Internet ist häufig der erste und wichtigste Anlaufpunkt für eine Recherche. Ihr müsst aber nicht zwangsläufig Google oder Bing nutzen, denn diese sammeln bei jeder Suche sehr viele Daten über euch. Alternativen wie DuckDuckGo oder Ecosia tun das nicht.
2. Wenn ihr nach einem bestimmten Satz oder einer Abfolge von Worten sucht, setzt diese in Anführungszeichen. Mit dem Befehl site: (Bsp.: site:greenpeace.de klimakrise) durchsucht ihr eine bestimmte Webseite nach einem bestimmten Begriff.
3. Die wichtigste Recherchefrage: Wie seriös ist meine Quelle? Dafür müsst ihr euch das Impressum anschauen. Wer ist verantwortlich? Eine Firma, ein Medium, eine Privatperson? Gebt die Namen der Herausgeber*innen bei einer Suchmaschine ein. Findet ihr eine zweite Quelle, die eure Informationen bestätigt?

Schlagwörter für die
Online-Suche:

**“Correctiv”, Faktencheck,
Impressum, Recherchetipps**

WERKZEUGE

SCHREIBEN



Jede gute Aktion braucht gute Texte. Denn damit vermittelt ihr eure Ideen und Ziele. Regel Nummer eins: Achtet auf korrekte Rechtschreibung. Geschriebene Sprache ist einer der effektivsten Wege, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Sprache kann aber auch ausschließen. Deshalb müsst ihr euch gleich zu Beginn die Frage stellen: Wen wollen wir mit unserer Aktion, mit unseren Texten ansprechen? Einfache Formulierungen und kurze, prägnante Sätze sind ein guter Weg, um für alle verständlich zu schreiben.

Eine gendergerechte Sprache (z.B. mit Gendersternchen) hilft dabei, dass alle mitgemeint sind.

Weitere
passende
Karten:



→ Social Media



→ Druckformate



→ Storytelling

SCHREIBEN

TIPPS

1. So viele Texte und so wenig Zeit. Die Aufmerksamkeitsspanne der meisten Leute ist kurz, schnell wird weiterge-scrollt und -geblättert. Mit dem ersten Satz müsst ihr eure Leser*innen einfangen. Und dann nicht mehr loslassen.
2. Und wie fesselt man seine Leser*innen? Mit Sätzen, in denen etwas passiert! Vermeidet unpersönliche Formulierungen („man“), Passiv-Konstruktionen („Es wird gezeigt“) und Substantivierungen („das Lesen“). Sucht nach starken Verben, bei denen es knallt.
3. Ihr habt viel recherchiert, und jetzt wollt ihr euer Wissen teilen. Unbedingt! Aber nicht in ellenlangen Sätzen mit vielen Nebensätzen. Öfter mal einen Punkt setzen.
4. Ein guter Text ist wie ein Feuerwerk. Sucht nach ungewöhnlichen Sprachbildern und Vergleichen. Beschreibt Situationen, die ihr erlebt habt. Nur keine Langeweile aufkommen lassen!

Schlagwörter für die
Online-Suche:

Call to Action, Synonym,
Textaufbau, Schreibblockade

WERKZEUGE

FINANZIERUNG



Für viele Projekte braucht man Geld. Zum Beispiel, um Druckkosten für Plakaten zu bezahlen oder um einen Raum für ein Event zu mieten. Ihr könnt entweder alle zusammenlegen (hier bietet es sich an, dass jede Person so viel dazugibt, wie sie leisten kann – nicht alle haben gleich viel Geld) oder ihr macht euch auf die Suche nach Finanzierungsmöglichkeiten. Ihr könnt Spenden sammeln, einen Kuchenbasar ausrichten, gespendete Gegenstände versteigern oder ähnliches. Auf der Rückseite findet ihr Tipps für die Finanzierung durch Sponsoring.

Weitere
passende
Karten:



→ Social Media



→ Schreiben



→ Storytelling

FINANZIERUNG

TIPPS

1. Überlegt euch genau, wen ihr anfragt. Habt ihr die gleichen Ziele und Werte? Oder gibt es Interessenkonflikte, die euch am Ende unglaublich erscheinen lassen? Was erwarten eure Sponsor*innen als Gegenleistung? Könnt/wollt ihr das liefern?
2. Ihr könnt euch mit Geld sponsorn lassen, aber auch mit Sachmitteln (zum Beispiel Lebensmittel oder Getränke für ein Event) oder Arbeitskraft (zum Beispiel die Tontechnik bei einem Soli-Konzert).
3. Wenn ihr euch für einen oder mehrere Sponsor*innen entschieden habt, gilt es, Kontakt mit ihnen aufzunehmen. Dazu solltet ihr eure Idee bereits so genau ausgearbeitet haben, dass ihr auf eventuelle Fragen sicher antworten könnt: Was wollt ihr machen? Warum wollt ihr es machen? Und wie?
4. Schreibt eine kurze Email (gebt eine Telefonnummer für einen Rückruf an) oder ruft direkt an. Am besten die Person, die im Unternehmen für PR-Anfragen oder CSR (Corporate Social Responsibility) zuständig ist.

Schlagwörter für die
Online-Suche:

**Crowdfunding, CSR,
"Kickstarter", Sponsoring-
Anfrage Muster**