

A close-up photograph of a rusted metal hook or fastener. The metal is dark brown and heavily corroded. The hook is shaped like a '3' and is set against a background of green and brown grass. The text 'Zusammenhalten!' is written in white, sans-serif font along the curve of the hook's middle section.

Zusammenhalten!

# Wirksam und sichtbar sein trotz Pandemie

PRAKTISCHE TIPPS FÜR DIE  
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT  
ENTWICKLUNGSPOLITISCHER VEREINE UND INITIATIVEN  
IN BESONDEREN ZEITEN

<b>Einleitung</b>	3
<b>Wer sind wir? Und wieviele?</b> Eine Bestandsaufnahme der eigenen Strukturen als Basis für eine gelingende Weiterarbeit erstellen	4 - 6
<b>Eine Welt trifft sich im Netz</b> Virtuelle Treffen in Zeiten des Abstandsgebots	7
<b>Werkzeuge zur digitalen Zusammenarbeit</b>	8 - 9
<b>Pressearbeit</b>	10 - 11
<b>Öffentlichkeitsarbeit digital</b> Website, Facebook, Instagram und Twitter	12
<b>Raus auf die Straße</b> Mit kreativen Aktionen sichtbar werden	13
<b>Vernetzt handeln</b> Das Puzzle zusammenfügen und Mitreiterinnen motivieren	14
<b>Unterstützung</b>	15

Das Jahr 2020 brachte durch den Ausbruch der Corona-Pandemie Einschnitte und Veränderungen für alle mit sich. Im Land Brandenburg ist auch die entwicklungs- politische Zivilgesellschaft mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie konfrontiert. Wie bleiben die Vereine und Akteurinnen handlungsfähig und bewältigen die Krise und Herausforderungen?

Netzwerktreffen, analoge Fortbildungen und entwicklungs- politische Informationsveranstaltungen sind seit Mitte März 2020 nicht mehr uneingeschränkt möglich. Es gibt Verunsicherungen und Befürchtungen, was die zukünftige Finanzierung von Projekten betrifft. Entwicklungspolitische Vereine vermelden bereits z.T. Rückgänge bei den Einnahmen und Spenden.

Vor diesem Hintergrund sollen gemeinnützige Vereine im Land Brandenburg, die im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit, der Partnerschaftsarbeit, des Globales Lernens und der entwicklungs- politischen Bildung aktiv sind, bei der Bewältigung mittelbarer Auswirkungen der weltweiten Corona- Pandemie unterstützt und im Umgang mit den Konsequenzen dieser globalen Krise gestärkt werden.

Mit dieser Handreichung soll ein Beitrag geleistet werden, dass entwicklungs- politisch engagierte Akteurinnen ihre Anliegen in der allgemeinen und in der politischen Öffentlichkeit weiterhin unter den veränderten Bedingungen kompetent vertreten können. Hier sollen Anregungen vermittelt werden, wie die Bekanntheit von Brandenburger entwicklungs- politischem Engagement, von guten Projekten aber auch Informationen zu den Akteurinnen und Zielgruppen im globalen Süden ausgebaut werden könnte.

Wie können neue Kommunikationswege via Twitter, Facebook, Instagram und ähnliches kritisch erschlossen und angemessen genutzt werden und wie können noch mehr Menschen für eine aktive Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit aktiviert werden?

Um das zu befördern, sollen Aspekte der Digitalisierung und Öffentlichkeitsarbeit erörtert und in Zusammenhang mit Prozessen der Organisationsentwicklung gebracht werden.

Die Handreichung gibt Hinweise zu Möglichkeiten und Grenzen der Digitalisierung für eine Vereinsarbeit in Zeiten eingeschränkter Kontaktmöglichkeiten. Darüber hinaus soll angeregt werden, Vernetzung als ein Schlüsselement für die Erhöhung der Wirksamkeit zu verstehen und voranzutreiben.

Digitalisierung und Öffentlichkeitsarbeit sind Bestandteile der Vereinsarbeit und Veränderungen in dem Bereich können als Organisationsentwicklung bezeichnet werden.

Diese Handreichung ist entstanden als Resultat von Anliegen und Anfragen, die von entwicklungs- politischen Vereinen und Akteurinnen in Brandenburg im Jahr 2020 zum Ausdruck gebracht wurden.

Da es voraussichtlich noch einige Zeit dauern wird, bis die Pandemie überstanden ist, hoffen wir mit dieser Handreichung einen Beitrag zu leisten, diese außergewöhnliche Zeit zu nutzen, entwicklungs- politisches Engagement kreativ und konstruktiv weiterzuentwickeln.

# Wer sind wir? Und wieviele?

**Digitalisierung und Öffentlichkeitsarbeit** sind Bestandteile der Vereinsarbeit und Veränderungen in dem Bereich können damit einfach für einen Organisationsentwicklungsprozess genutzt werden. In diesem Teil der Handreichung werden Leitfragen aufgeworfen, die der Selbstreflektion und Selbsteinschätzung entwicklungspolitischer Vereine und Initiativen dienen. Die eigenen Kapazitäten sollen eingeschätzt werden und es soll abgeschätzt werden, welche Maßnahmen und Möglichkeiten der Veränderung in der Öffentlichkeitsarbeit und Digitalisierung wünschenswert, angemessen und realistisch sind.

Nicht erst seit der Corona-Pandemie müssen entwicklungspolitische Vereine und Akteurinnen mit einem hohen Maß an Unsicherheit umgehen und eine Unsicherheitstoleranz entwickeln. Im Umgang damit braucht es Neugierde und Offenheit, Neues auszuprobieren und anzufangen. Der hohen Unsicherheit muss mit Zuversicht begegnet werden. Da hilft es in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit und Digitalisierung der Vereinsarbeit, klare Ziele zu formulieren, die für alle nachvollziehbar sind, angepasste Strategien und Strukturen mit agil vernetzten Prozessen zu entwickeln. Diese müssen dann am Ergebnis gemessen und ggf. angepasst werden. Flexibilität ist entscheidend. Der Trend geht weg von festgemauerten Strukturen hin zu (Projekt)Organisation auf Zeit.

Um als Organisation im Veränderungsprozess arbeitsfähig zu sein, benötigt es Zeit, Vertrauen und Freiräume: Zeit, die neuen Aufgaben zu planen, zu initiieren und umzusetzen. Das heißt auch, passende Strukturen für die Veränderung zu schaffen. Wechselseitiges Vertrauen wird dadurch gestärkt, dass Eigenverantwortung jeder Einzelnen ermöglicht, als wichtig erachtet und wertgeschätzt wird. Durch regelmäßige gemeinsame Reflexion des Veränderungsprozesses wird die Vertrauensbildung unterstützt. Es braucht kreative Freiräume für neue Ideen. Dazu gehören auch Entscheidungskompetenzen, einfacher Zugriff auf Ressourcen, Wissenstransfer, vereinfachte Kommunikationsformen und Berichtswege.

Für kleine Vereine ist es darüber hinaus wichtig, Verbündete zu finden. Von anderen lernen, intelligent anschauen und „learning by doing“ ist genauso hilfreich wie neue Skills trainieren. Wichtig ist es, zu klären, wieviel Veränderung die Organisation bewältigen kann. Wer kümmert sich um die Veränderungsaufgaben? Wer steuert und gestaltet den Veränderungsprozess? Was braucht es, um vom Status Quo zur neuen Situation zu kommen? Dazu gehört auch, sich wertschätzend von Bestehendem verabschieden zu können.

Der folgende Fragenkatalog dient als Checkliste. Ein passendes Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit und Digitalisierung zu entwickeln, ist gekoppelt an die Ziele und Werte der Organisation genauso wie an den Kontext, in dem die Organisation agiert. Die Fragen eignen sich für eine allgemeine Bestandsaufnahme und zur vertieften Analyse einzelner Teilelemente in der Organisation. Da es sich um allgemeine und nicht um universell einsetzbare Fragen handelt, muss in jedem Einzelfall eine spezifische Auswahl und Anpassung der Fragen an den jeweiligen Kontext stattfinden.

## Kontext und Umfeld

- Welche Reichweite hat die Organisation (lokal, regional, international)?
- Wo ist die Organisation räumlich sehr präsent, wo nur wenig?
- Wer sind die primären Leistungsempfängerinnen und Zielgruppen der Organisation? Sind diese eindeutig definiert?
- Welche wesentlichen Stakeholder gibt es im Umfeld der Organisation?
- Mit welchen anderen Organisationen wird eine partnerschaftliche Beziehung gepflegt?
- Von welchen Umfeldfaktoren wird die Organisation stark beeinflusst?
- Welche Erwartungen oder gesellschaftlichen Ansprüche werden vom Umfeld an die Organisation gerichtet?
- Kann die Organisation die Erwartungen ihres Umfelds erfüllen?

## Ziele, Werte, Strategie

- Welcher ist der Existenzzweck der Organisation?
- Von welchen Werten lässt sich die Organisation leiten?
- Welche Hauptaufgabe erfüllt die Organisation? Welchen Nutzen stiftet sie?
- Welches sind die deklarierten Ziele der Organisation?
- Sind die Ziele den Mitgliedern der Organisation bekannt?
- Gibt es Konsens bzgl. der Zielsetzung? Werden die deklarierten Ziele gelebt?
- Welche Zukunftsvorstellungen und Visionen existieren innerhalb der Organisation?
- Welche Vorbilder gibt es für die weitere Entwicklung der Organisation?
- Welche Mittel und Wege wählt die Organisation, um ihre Ziele zu erreichen?

## Ergebnisse, Qualität und operative Erfolge

- Welche zentralen Dienstleistungen und/oder Produkte erbringt die Organisation?
- Wer sind die Zielgruppen, Adressaten dieser Dienstleistungen/Produkte?
- Gelingt es der Organisation, mit den vorhandenen Mitteln die gewünschten Leistungen zu erbringen?
- Kann die Organisation die Zufriedenheit der zentralen Stakeholder (Leistungsempfängerinnen, Mitarbeiterinnen, Mitgliedern, Finanzierungsorganisationen etc.) sicherstellen? Wie tut sie das?
- Erfolgt die Leistungserstellung effizient?
- Wie und nach welchen Kriterien beurteilt die Organisation die Qualität ihrer Dienstleistungen aber auch ihrer Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?

## Strategie zur Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung

- Was soll mit der Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden? (Bekanntmachung der Anliegen der Zielgruppen? Mitglieder werben? Spenden generieren etc.)
- Wie und durch wen findet die Diskussion strategischer Optionen zu Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung in der Organisation statt?
- Wie integriert die Organisation Zukunftsfragen und Herausforderungen aus dem Umfeld in die Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung? (Unsicherheitsbewältigung)
- Hat die Organisation eine explizite, schriftlich niedergelegte Strategie für die Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung, um ihre Ziele zu erreichen und ihr Überleben zu sichern? Wenn ja, wann und wie ist diese entstanden?
- Oder werden Entscheidungen zu Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung eher implizit, intuitiv und/oder evolutionär getroffen?
- Werden systematische Analysen und Umweltbetrachtungen durchgeführt, um auf dieser Grundlage Entscheidungen über die zukünftigen Schwerpunkte der Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung zu treffen?
- Wie wird dafür gesorgt, dass Strategien zur Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung in der Organisation umgesetzt werden?

## Arbeitsstruktur und -prozesse

- Wie viele Mitglieder hat die Organisation? Wie viele der Mitglieder sind aktiv in die Arbeitsprozesse eingebunden und in welcher Form?
- Wie viele Mitarbeiterinnen/Mitglieder mit welchem Qualifikationsniveau gibt es in der Organisation?
- Wieviel ehrenamtliche / hauptamtliche Mitarbeiterinnen gibt es?
- Wie ist die Organisation aufgebaut?
- Wie hierarchisch ist die Organisation strukturiert? Wie viele Hierarchieebenen gibt es?
- Nach welchen Kriterien (regional, fachlich, dienstleistungsorientiert, zielgruppenorientiert) sind die verschiedenen Organisationseinheiten aufgestellt (Organigramm)?
- Gibt es Selbstorganisation durch Gremien oder Gruppen?

## Aufgaben und Arbeitsteilung im Rahmen von Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung

- Wie werden Innovationen in die Organisation eingegliedert?
- Wer übernimmt nicht festgelegte Aufgaben?
- Über welche Unterstützung verfügt die Organisation bei der Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?
- In welcher Form sind Verfahrensweisen der Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung dokumentiert? Wie aktuell sind die Unterlagen?
- Wie flexibel kann die Öffentlichkeitsarbeit angepasst werden?
- Welche Rolle spielt die ethnische Zugehörigkeit bei der Aufteilung der Aufgaben?
- Wie gelingt die Übertragung von Kompetenzen innerhalb der Organisation (z.B. beim Ausscheiden oder bei Umsetzungen von Mitarbeiterinnen/Mitgliedern)?

## Kommunikation und Kooperation

- Wie verläuft der inner-organisatorische Informationsfluss?
- Ist die Kommunikation schnell und direkt? Wo gibt es Hindernisse?
- Wie können die Beziehungen zwischen den Menschen in der Organisation charakterisiert werden?
- Wo und in welcher Form findet informelle und/oder formelle Kommunikation statt?
- Welche Berichtspflichten gibt es? Wie und durch wen werden diese Berichte genutzt?
- Was kommuniziert die Organisation in welcher Form nach außen?
- Stimmt die Außendarstellung mit dem Selbstverständnis der Organisations-Mitglieder überein?
- Wer sind strategische Partnerinnen in der Zukunft?
- Wie gestaltet die Organisation diese Partnerschaften?
- Wer unterstützt die Organisation von außen?

## Führung, Management und Autonomie

- In welchem Stil wird die Organisation geführt?
- Wie werden Entscheidungen vorbereitet, getroffen, durchgeführt und nachgehalten?
- Wie bzw. wie weit werden Mitglieder an Entscheidungen beteiligt?
- Welche informellen Beziehungen spielen eine Rolle bei der Leitung der Organisation?
- Wie viel Entscheidungsautonomie haben die verschiedenen Mitglieder der Organisation?
- Welche Personen oder Gremien geben Steuerungsimpulse?
- Wie wird in der Organisation motiviert, belohnt und sanktioniert?
- Wie drückt sich in der Organisation Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit mit den Leistungen aus?
- Welche Folgen hat es, wenn Absprachen oder Regeln (nicht) eingehalten werden?

## Input, Ressourcen

- Welche Ressourcen stehen der Organisation zur Verfügung?
- Wie hat sich die Ausstattung mit Ressourcen in den letzten Jahren verändert?
- Was ist langfristig hinsichtlich der Ressourcen-Ausstattung zu erwarten?
- Wie ist das Verhältnis Eigenmittel – Fremdmittel?
- Woraus generieren sich die Eigenmittel (Spenden, Mitgliederbeiträge, ...)
- Wie ist die langfristige finanzielle Lage? Gibt es verlässliche Einnahmequellen?
- Gibt es Geldgeber, die Auflagen machen? Welche Abhängigkeiten bestehen diesbezüglich?
- Wieviel Mittel können für Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung gestellt werden?
- Wieviel Mittel stehen für Digitalisierung zur Verfügung?

## Feedbacksystem

- Wie beobachtet die Organisation die Entwicklungen in ihrem Umfeld?
- Wie verschafft sie sich Kenntnis über die Zufriedenheit ihrer Zielgruppen, Mitglieder?
- Wie wird die Organisation von außen wahrgenommen?
- Wie äußern sich die Zielgruppen, Mitglieder, relevante Akteure im Umfeld über die Organisation, und wie die Kooperationspartnerinnen?
- Gibt es Angst vor Feedback?
- Durch welche Filter geht Feedback von außen?
- Wie wird Feedback von außen durch die Organisation genutzt?

## Infrastruktur, Arbeitsmittel & Instrumente für Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung

- Welche Arbeitsmittel gibt es zur Unterstützung von Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?
- Sind die Arbeitsmittel angepasst und ausreichend?
- Wer hat guten Zugang zu den Arbeitsmitteln, wer weniger?
- Wie funktioniert die Beschaffung, die Wartung und Entwicklung der Arbeitsmittel für die Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?
- Wie wird über Prioritäten bei der Anschaffung von Arbeitsmitteln entschieden?
- Welche Instrumente werden zur Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung verwendet?
- Mit welchem Erfolg werden sie Instrumente eingesetzt?
- Gibt es ein regelmäßiges Monitoring/Erfolgskontrolle der Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?

## Innovationspotenzial

- Wie innovativ ist die Organisation mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?
- Welche neuen Ideen zur Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung hat sie generiert?
- Wie erringt die Organisation grundsätzlich Innovationen?
- Wie reagiert die Organisation auf Veränderungen im Umfeld mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?
- Welche Erfahrungen hat die Organisation bisher mit Veränderungen gemacht?
- Verhält sich die Organisation gegenüber Umfeldveränderungen eher proaktiv (vorausschauendes Handeln) oder eher reaktiv?

## Zielstellungen von Öffentlichkeitsarbeit und Digitalisierung

Aspekte, die für die Planung von Veränderungen bei der Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung berücksichtigt werden sollten: Grundsätzlich ist die Frage zu stellen, was soll mit Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung erreicht werden:

- a. Inhaltlich: Was ist das Ziel bzw. die Funktion der Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung?
- b. Sozial: Wer aus der Organisation soll beteiligt werden? Und wer sind die Adressaten der Öffentlichkeitsarbeit / Digitalisierung? (Genderdimensionen mitdenken!)
- c. Räumlich: Wo soll die Öffentlichkeitsarbeit stattfinden mit welchem Radius?
- d. Zeitlich: Wann und wie oft sollen Maßnahme der Öffentlichkeitsarbeit stattfinden und wieviel Zeit wird dafür benötigt?
- e. Methodisch: Mit welchen Instrumenten und Methoden soll/könnte gearbeitet werden? Wie soll ggf. mit den Ergebnissen umgegangen werden?

# im Netz

Uff, eine Pandemie! Wir haben so vieles zu besprechen und können uns nur in Ausnahmefällen treffen... Macht aus der Not eine Tugend und trefft Euch digital! Viele Gruppen haben inzwischen gute Erfahrungen mit Video- und Telefonkonferenzen gesammelt. Sie haben entdeckt, dass es auch Vorteile haben kann, wenn man sich online trifft. Denn auch ohne Corona ist es attraktiv, wenn Du Dir die 1 ½ Stunden quer durch Brandenburg zum nächsten Arbeitstreffen einfach sparen kannst. Da entsteht wertvolle Zeit für häufigere Treffen oder für die konkrete Arbeit.

Wenn alle Teilnehmerinnen gutes Internet haben, empfiehlt sich eine Videokonferenz. Hier gibt es unzählige Anbieter, die teilweise interessante Zusatzfunktionen bieten.

Vollkommen kostenlos ist das Angebot des OpenSource-Projekts Jitsi. Unter <https://meet.jit.si/> kannst Du in Windeseile ohne ein eigenes Nutzerkonto eine Videokonferenz anlegen. Die Übertragung erfolgt verschlüsselt und es gibt keine Einschränkung hinsichtlich der Nutzungsdauer oder der Teilnehmendenzahl. Du schickst den anderen Teilnehmenden den Konferenz-Link und schon kann es losgehen. Du kannst die Konferenz sogar mitschneiden. Und Personen, die kein schnelles Internet haben, können sich per Telefon einwählen. Wenn Du eine Präsentation zeigen möchtest, kannst Du Deinen Bildschirm für alle zur Ansicht freigeben.

Falls Du oder Deine Partnerinnen unter lahmem Internet zu leiden haben, kannst Du auch eine einfache Telefonkonferenz führen. Auch hierfür gibt es kostenlose Angebote.

Bei Meebl kannst Du unbegrenzt viele Teilnehmerinnen mit unbegrenzter Gesprächsdauer einbinden. Du richtest einfach unter <https://www.meebl.de/> einen Konferenzraum ein und bekommst eine Rufnummer und eine Zugangsnummer zu Deinem „Konferenzraum“. Deine Teilnehmenden rufen an und geben nach Aufforderung die Raumnummer ein. Und dann kann es auch schon losgehen. Als Moderatorin kannst Du über die Web-Steuerung Teilnehmende stummschalten, z.B. um Hintergrundgeräusche auszublenden.

## Tipps für Dich als Moderatorin

Du moderierst die Konferenz? Natürlich ist es erstmal etwas ungewohnt, wenn man bei einem Treffen nicht an einem Tisch sitzt und auch nicht weiß, wohin die Teilnehmenden gerade schauen. Du bist gut beraten, wenn Du Dir vorher Regeln für den Ablauf ausdenkst:

- Führst Du eine **Redeliste**? Sollen sich die Leute per Handzeichen melden oder per digitalem Handzeichen über die Chatfunktion?
- Dürfen alle einfach reinreden? Das würde ich nur bei kleinen Runden empfehlen.
- Sag allen, dass sie ihr **Mikrofon deaktivieren** sollen, wenn sie gerade nicht sprechen. So vermeidest Du einen Haufen Störgeräusche.
- Legt am Anfang fest, wer **Protokoll** schreibt. Mal abgesehen davon, dass Arbeitsteilung eh super ist, kann es gerade bei Deinen ersten Videokonferenzen zu Überforderung führen, gleichzeitig zu moderieren und mitzutippen.
- Du kannst die **Chatfunktion** für Links oder wichtige Notizen nutzen, die Du mit einzelnen oder allen teilen möchtest. Falls davon etwas für später wichtig ist, speichere oder kopiere es, bevor Du die Konferenz beendest. Andernfalls könnte es danach verloren sein.
  - Teste vorher die Kamera und das Mikrofon. Schau, ob Dein Hintergrund ok ist. Willst Du nicht allen Teilnehmenden Dein Zimmer zeigen, häng ein schönes Tuch auf oder nutze einen virtuellen Hintergrund, den viele Konferenzanbieter zur Verfügung stellen.
  - Falls Du Deine Partnerinnen in anderen Ländern einlädst, denke an die unterschiedlichen Zeitzonen.
- Bei mehrstündigen Sitzungen solltest Du längere Pausen einplanen, damit die Teilnehmenden sich ausreichend bewegen können. Außerdem bietet es sich an, in der Pause sogenannte Breakout rooms einzurichten, in der Kleingruppen- oder Zweiergespräche Platz finden. Denn das Private und Informelle kommt bei virtuellen Treffen sonst oft zu kurz.

## Visualisieren bei einer Videokonferenz

Standardmäßig siehst Du bei einer Videokonferenz jede Teilnehmerin in einer Kachel auf dem Bildschirm. Wenn Ihr etwas visualisieren wollt, könnt Ihr Euren Bildschirm teilen, z.B. um eine Präsentation abzuspielen. Die anderen Teilnehmenden können Dich als Moderatorin bitten, dass ihr Bildschirm freigegeben, also für die anderen sichtbar wird.

Es gibt auch Präsentationstools, die besonders auf Videokonferenzen zugeschnitten sind. Miro ist so eines. Hier könnt Ihr auf einem unendlich skalierbaren Board Notizen machen, große Mindmaps erstellen, Texte und Diagramme ablegen. Ihr könnt beliebig hinein- und herauszoomen. Das Board eignet sich auch zum gemeinsamen Bearbeiten. In der kostenlosen Version können bis zu zwei Boards mit unbegrenzter Teilnehmendenzahl genutzt werden. Wer sich ein bisschen eingearbeitet hat, kann Miro auch als geschmeidige Präsentationssoftware nutzen.

Hier findet Ihr das Tool: <https://miro.com/>

Wenn in dieser Broschüre konkrete Anbieterinnen von Software- oder Online-Angeboten genannt sind, handelt es sich lediglich um Beispiele. Eine Auflistung aller Dienstleisterinnen würde hier den Rahmen sprengen. Bei unseren Beispielen handelt es sich nicht um Empfehlungen, genau diesen Service zu nutzen. Im Internet findet Ihr weitere, ebenso gute Angebote.

# digitalen Zusammenarbeit

Ihr habt Großes vor und arbeitet gemeinsam, ohne Euch im Büro über den Weg zu laufen?

Da gibt es viele tolle Hilfsmittel, die Euch die Arbeit stark erleichtern können.

## Gemeinsam an derselben Datei arbeiten Daten speichern in der Cloud

Hast Du auch schonmal die Erfahrung gemacht, dass mehrere Menschen an einer Datei arbeiten und immer der letzte Stand per Mail verschickt wird? Stets muss man aufpassen, dass man die aktuelle Version zur Weiterarbeit am Wickel hat. Das ist unkomfortabel und fehleranfällig.

Nutze lieber eine Cloud-Lösung. Hier liegt die Datei auf einem externen Server, so z.B. bei Nextcloud oder Dropbox. Alle, denen Du Zugang gibst, können daran arbeiten. Pass nur auf, dass Du keine sensiblen Daten für unberechtigte Personen freigibst. Besonders komfortabel ist es, wenn Du die Cloud in die Ordnerstruktur Deines Rechners einbindest. Dann kannst Du sehr schnell darauf zugreifen, ohne Dich über den Browser in Deine Cloud einwählen zu müssen. Das lohnt sich aber nur, wenn Du dieselbe Cloud regelmäßig nutzt. Praktisch: Die meisten Cloud-Anbieterinnen bieten auch die Möglichkeit, Text- und Tabellendokumente direkt im Browser online zu bearbeiten.

### Tipp:

## Welche Cloudlösung soll ich nehmen?

Vielleicht hast Du einen Account bei Google, Dropbox oder Microsoft. Falls Du nur selten wenige Dateien teilen möchtest, lohnt es sich wahrscheinlich nicht, extra eine konzernfreie Cloud einzurichten. Du kannst bei den „Großen“ kostenlos Dateien ablegen und sie online oder offline mit Deinem Team zusammen bearbeiten. Sobald jemand aus Deinem Team eine aktualisierte Version der Datei speichert und Internetzugang hat, wird die Datei bei allen Teammitgliedern aktualisiert. Sehr bequem! Google Drive bietet 15GB Speicherplatz, Dropbox 2GB und Microsoft OneDrive 5GB.

Wenn Ihr regelmäßig zusammenarbeitet und eher viele Dateien teilen wollt, könnte es sich lohnen, über die OpenSource-Variante Nextcloud nachzudenken. Sie erfüllt in Sachen Datensicherheit Industriestandards. Du kannst sie kostenlos auf einem eigenen Server aufsetzen oder über einen Dienstleister fertig eingerichtet nutzen. Hier ist ein Online-Kalender automatisch mit dabei, mit dem Ihr unkompliziert Termine teilen könnt. Der Kalender kann auch mit Eurem Handy-Kalender oder anderen Online-Kalendern synchronisiert werden.

[www.nextcloud.de](http://www.nextcloud.de)

## Große Dateien versenden

Wenn Du die Bilder oder sogar Videoaufnahmen von Eurer letzten Aktion an Deine Mitstreiterinnen versenden möchtest, sind sie vielleicht zu groß für eine Mail.

In diesem Fall kannst Du File-Sharing-Dienste nutzen. So kannst Du z.B. über WeTransfer bis zu 2 GB große Dateien oder Ordner verschicken. Nur wer die Dateien wirklich haben möchte, kann sie sich über einen Link herunterladen.

<https://wetransfer.com/>

## Datenschutz

Datenschutz spielt eine wichtige Rolle, wenn Ihr Euch mit der Digitalisierung Eures Vereinslebens beschäftigt.

Die Initiative *Digitalcourage* bietet einen ganzen Werkzeugkoffer, mit dem Ihr Eure Daten bestmöglich vor Missbrauch schützen könnt.

Hier findet Ihr alle Infos:

<https://digitalcourage.de/digitale-selbstverteidigung>

## Mit Etherpad ohne Login schnell mal an einem gemeinsamen Text arbeiten

Ihr steckt in einer Videokonferenz und wollt spontan einem gemeinsamen Text den Feinschliff verpassen?

Dann könnt Ihr ein Online-Pad nutzen. Auch bekannt unter dem Namen Etherpad, bieten viele Plattformen die Möglichkeit, unter einem blitzschnell einzurichtenden individuellen Link einen Text von verschiedenen Rechnern aus gleichzeitig zu bearbeiten. Optisch sieht das ganze aus wie ein normales Textdokument.

Da jede Person, die den Link kennt, Zugriff hat, sollten sensible Daten hier nicht abgelegt werden. Ein Anbieter von vielen ist die Initiative Digitalcourage. Deren Pad-Angebot findet Ihr unter

<https://pad.foebud.org/>

Etwas Ähnliches gibt es auch für Tabellendokumente:

<https://www.systemli.org/service/etherpad/>

## Dudle: Gemeinsame Termine finden

Ihr seid eine größere Gruppe und wollt einen gemeinsamen Termin finden, ohne Eure wertvolle Zeit für das Wälzen Eurer Kalender während einer Videokonferenz zu verschwenden? Fragt doch flott ein paar Terminvorschläge per Dudle ab. Du überlegst Dir ein paar mögliche und sinnvolle Termine, trägst sie bei Dudle ein und schickst den Link zur Terminumfrage an Deine Teilnehmenden. Diese können dann ganz in Ruhe von ihrem Rechner aus anklicken, wann sie noch Zeit für Euren Termin haben und wann es eher nicht klappt. Du siehst dann auf einen Blick, welcher Deiner Terminvorschläge für die meisten Personen passt. Hier kannst Du es gleich mal ausprobieren:

<https://dudle.inf.tu-dresden.de/>

## Whatsapp, Telegram, Threema & Signal

Zur schnellen Kommunikation in Eurer Gruppe könnt Ihr eine Messenger-App nutzen. Der Austausch läuft schneller und unkomplizierter als per Mail. Es können mit wenigen Handgriffen Gruppen erstellt werden, in denen Ihr Euch thematisch austauschen könnt. Bilder und andere Dateien können ohne viele Klicks verschickt werden.

Leider steht die erfolgreichste App *Whatsapp* in der Kritik, weil sie als Teil des Facebook-Konzerns sehr lax mit Datenschutzanforderungen umgeht. Am sichersten ist die genauso unkomplizierte App *Signal*. Sie verfügt über einen offenen Quellcode, so dass fitte Informatiker\*innen überprüfen können, dass mit den Daten kein Schindluder getrieben werden kann.

Alle Messenger-Apps bieten verschlüsselte Nachrichten an, so dass kein „Man in the middle“ die Nachrichten abgreifen oder manipulieren kann. Wer keine Lust auf den Facebook-Konzern hat aber dennoch eine App nutzen möchte, die sehr weit verbreitet ist, kann *Telegram* nutzen. Hier wird beständig an der Erweiterung der Funktionalität gearbeitet.

*Threema* hat weniger Nutzerinnen, gilt aber als ähnlich sicher wie *Signal*, was allerdings mangels offenem Quellcode schwer zu überprüfen ist. Alle Apps können parallel zum Handy auch vom PC aus genutzt werden - sehr angenehm für schnelles Tippen!

## Übersichtlich gemeinsam Aktivitäten planen mit WeChange

Wenn Ihr viele unterschiedliche Aktivitäten plant und den Überblick behalten wollt, kann Euch *WeChange* helfen. Das ist eine sehr vielseitige - und genossenschaftlich organisierte - Kollaborationsplattform.

Hier kannst Du Projekte einrichten, innerhalb derer Du Dich mit den anderen Mitgliedern über Aufgaben, Termine, Entwicklungsschritte Eures Projekts austauschen oder auch Dateien und Protokolle übersichtlich ablegen kannst. *WeChange* bietet einen Neuigkeitenfeed mit Kommentarfunktion, ein Terminfindungstool, die gemeinsame Online-Bearbeitung von Tabellen- und Textdokumenten, sowie die Möglichkeit, zu jedem Projekt eine Mini-Website zu veröffentlichen. Auch eine Vernetzung zwischen Gruppen, die *WeChange* nutzen, ist möglich. *WeChange* bietet auch eine HandyApp an.

<https://wechange.de/>

Um breite Bekanntheit zu erlangen, ist eine durchdachte Pressearbeit in der Regel eine gute Idee. Immerhin kann eine interessant geschriebene Pressemitteilung und ein freundliches Telefonat mit der lokalen Zeitungsredakteurin dem Verein oder einem Projekt sehr gute kostenlose Werbung und damit potentiell auch neue Mitstreiterinnen oder Unterstützerinnen beschern.

## Pressearbeit vorbereiten

Zur Vorbereitung der Pressearbeit sollten folgende Überlegungen angestellt werden:

- Welche Medien sind relevant und welche sollen angesprochen werden (lokal, regional, überregional)? Dabei sollten die „Umsonst-Zeitungen“ nicht vergessen werden.
- Es sollte vorab recherchiert werden: Welches Ressort ist bei lokalen und regionalen Medien für den Bereich der Arbeit des Vereins zuständig, welches hätte ggf. Interesse an einer Vorstellung des Vereins / der Initiative und ihrer Arbeit?
- Wichtig ist es, möglichst einen persönlichen Kontakt zu relevanten Journalistinnen aufzubauen und zu pflegen. Die Kontaktpflege zu Medienvertreterinnen ist enorm wichtig!
- Auf jeden Fall bei den Redaktionen nachhaken, ob die vom Verein / der Initiative eingereichte Mitteilung angekommen ist. Unbedingt die Handynummern von Ansprechpartnerinnen in der Redaktion notieren.
- Geduld, Geduld. Die Positionierung als Verein / Initiative in den Redaktionen dauert und es ist nicht mit einer einmaligen Kontaktaufnahme getan.

## Pressearbeit gestalten: Materialien erstellen

- Die Website des Vereins ist die Visitenkarte. Sie sollte informativ, übersichtlich, aktuell sein.
- Ein Merkblatt mit der Zielsetzung der PR-Aktion erstellen: Was soll die PR-Aktion bestenfalls bewirken.
- Einen Rumpftext zur Mission des Vereins entwerfen.
- Ein Fact-Sheet vorbereiten zu Inhalten, die man rüberbringen will.
- Eine Pressemappe anlegen (mit folgenden Inhalten: Inhaltsverzeichnis, Fact-Sheet – der Lebenslauf des Vereins / der Initiative und ihrer Arbeit / ihres Anliegens, Pressemeldungen, PR-Fotos, Presseecho, Hintergrundinformationen zum Anliegen).
- Bei jedem Schriftverkehr Logo / Kontaktdaten anhängen oder unter Signatur setzen.
- Fotos, Mini-Videos von Mitgliedern / Aktionen sammeln zur Illustration der Webpage und von Broschüren. (Vorsicht: Copyright-Verletzung. Checken, ob die Bilder rechtfrei sind.)
- Webinare entwickeln. Vorträge, Musik-, Tanzeinlagen ins Netz stellen.
- Verweis nicht vergessen, wo man vom Verein weitere Informationen erhalten kann.
- Ansprechpartnerinnen und deren Kontaktdaten deutlich kennzeichnen.

## Ansprechpartnerinnen festlegen

- Wer im Verein hat die Eignung, Ansprechpartnerin für Öffentlichkeitsarbeit zu sein? Wer kann gut schreiben? Wer tritt gut auf bei Interviews / in einer Talkshow? Wichtig ist es, ehrlich bei der Qualifikationsbewertung sein... Nicht nur Egos streicheln!
- Interviews ruhig untereinander üben. Wie stelle ich den Verein vor? Worauf kommt es uns an. Eine spielt die Reporterin. Hemmschwellen abbauen für den "Ernstfall".
- Moderationen von Pressekonferenzen können bei Vereinsitzungen geübt werden.

## Technische Ausstattung

- Technikhürden abbauen. ALLEN anbieten, ihnen bei digitalen Treffen zu helfen. Meetings im Netz werden auch nach Corona eine große Rolle spielen.
- Investment: Stativ für die Handy Kamera, ein besseres Mikrofon helfen, den Online-Auftritt professioneller zu gestalten.

## Inhalte gestalten

- Authentizität ist wertvoll. Mut aufbringen, nicht nur über Erfolge, sondern auch die Probleme des Engagements und der Mitglieder zu reflektieren. Wie sieht der Alltag in der Corona-Zeit aus. Ein bebildertes Tagebuch oder einen kleinen Film fertigen und mit der breiteren Öffentlichkeit teilen.
- Aktionen planen, die in der Öffentlichkeit ein positives Echo finden, sei es die Auslobung eines Preises, eines Stipendiums, eines Praktikums, einer Werksbesichtigung.
- Ideen können kleine Schlagzeilen liefern: Das Maskottchen des Vereins, z.B. der Hund der Vorsitzenden wird gefilmt, wie er die Sitzung "leitet". Müllsammelaktion im nahen Park. Vereinsmitglieder bieten an, 10 Fahrräder umsonst zu tunen oder geben Blumengestecke vor einem Altersheim ab. Nicht den Wert unterschätzen, den Verein/die Initiative als "guten Nachbarn" in der Gegend bekannter zu machen.
- Kooperation mit anderen Organisationen, die im ähnlichen Bereich aktiv sind.
- Nicht nur in Brandenburg. Auch in anderen Bundesländern haben Vereine gute Ideen.
- Social Media wie Facebook, Instagram-Seiten regelmäßig checken und auffrischen.
- Hat jemand Interesse im Verein einen Blog, Podcast, Film für YouTube Kanal zu machen?

## Mitglieder

- Mitglieder sind das wichtigste Pfund eines Vereins / einer Initiative. Wie können weitere Kandidatinnen für den Verein gewonnen werden?
- Um Medienecho zu erzeugen, Mitglieder ermuntern, ab und zu Kommentare in Zeitungen schreiben, bei Radiosendungen anrufen und den Vereinsnamen erwähnen.
- Ab und zu im Verein abstimmen: Gefällt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?
- Wer hat Verbesserungsvorschläge?
- Neue Personalien bekannt geben und dabei gleich um neue Mitglieder werben: Wir brauchen Unterstützung. Ihr seid uns willkommen!
- Die Pressearbeit ist ein wesentlicher Teilbereich der Öffentlichkeitsarbeit. Sie kann die Bekanntheit Eures Vereins unterstützen.

## Pressemitteilung verfassen

- Die Pressemitteilung dient der Informations-GRUNDLAGE. Nicht mehr! Pressemitteilungen sind in der Regel dafür da, Journalistinnen und ihren Redaktionen zu IDEEN zu verhelfen, worüber sie berichten könnten. Pressemitteilungen wirken auf lokaler Ebene, wenn Vereine etwas Besonderes auf die Beine gestellt haben und sich nur die Lokal- und Regionalmedien zum Ziel nehmen (Lokaljournalisten nutzen Pressemitteilungen noch recht rege).
- Pressemitteilungen sind kein Hexenwerk. Erstmal eine kurze, griffige Überschrift finden. Sie regt an weiterzulesen. Dann den Text im „Aktiv“ formulieren. Bandwurmsätze strangulieren. Im Text bei der Wahrheit bleiben. Aufbauschen klingt überheblich und fahl. Die Meldung muss beim ersten Lesen verstanden werden. Fachkauderwelsch landet im Papierkorb. Die „W“s abhaken, wer/wie/wo/wann. Durch Verben Schwung in den Text bringen.
- Bündig, ohne Superlative zum Wesentlichen führen. Welche Neuigkeiten gibt es? Links anhängen.
- Die Mitteilung gezielt mit kurzem Anschreiben an die richtigen Adressatinnen senden.
- Ausdauer beweisen. Selbst bei perfekt geschriebenen Pressemitteilungen gehört ein Quäntchen Glück dazu, dass sie auch abgedruckt werden. Falls es beim ersten und zweiten Anlauf nicht funktioniert, im nächsten Monat erneut versuchen.

Wenn so eine Pandemie um sich greift, ist es mit Flyern in Kneipen und Plakaten an relevanten Orten passé. Eine gute Gelegenheit, auch hier über eine Verlagerung ins Digitale nachzudenken. Es spart auch Geld, Ressourcen und wertvolle Zeit, wenn die Flyer vorher durch Ehrenamtlerinnen verteilt wurden.

Hier gilt, wie bei allen anderen Aktivitäten auch, die Leitfrage: Was will ich bezwecken? Was ist das Ziel? Denn auch wenn ein Facebook-Post schnell abgesetzt ist, erreicht er nicht automatisch sein Zielpublikum und eine strategische Öffentlichkeitsarbeit setzt eine gewisse Planung und Kontinuität voraus. Neben dem Ziel müsst Ihr also auch klar haben, wieviel Zeit Ihr habt und ob sich der Einsatz lohnen kann. Wenn Ihr ausführlich über Eure Arbeit informieren wollt und viele bleibende Inhalte veröffentlichen möchtet, empfiehlt sich eine eigene Internetseite. Da gibt es – wenn Ihr keine richtige Webdesignerin beauftragen wollt – gute Baukastensysteme, mit denen Ihr einfache Seiten aufsetzen könnt. Das geht auch ohne superviel Vorwissen. Nur ein paar Tage Zeit zum Einfuchsen und zum Gestalten der Seite solltet Ihr einplanen. Wenn die Seite interessant bleiben soll, plant regelmäßig Zeit für neue Inhalte ein! Aber auch eine statische Seite mit grundlegenden Infos zu Eurer Arbeit und einer Kontaktmöglichkeit kann ein guter Anfang sein. So weiß die Welt, dass es Euch gibt und wie Ihr erreichbar seid.

Wenn Ihr regelmäßig etwas Aktuelles zu sagen habt, könnte ein Auftritt in den „sozialen Medien“ sinnvoll sein. Die wichtigsten heißen nach wie vor Facebook, Instagram und Twitter.

Schätzt Eure Kapazitäten dabei realistisch ein und beschränkt Euch im Zweifel eher auf eine Plattform, die Ihr dafür umso regelmäßiger und gründlicher bespielt!

## Facebook

Die meisten online-affinen Menschen sind bei Facebook anzufinden. Hier kann man unkompliziert aktuelle Aktivitäten veröffentlichen, überregionale Kampagnen bewerben oder auf Veranstaltungen hinweisen. Wie schon angedeutet: Ein einzelner Post (so heißen diese Meldungen) macht nicht viel Arbeit. Aber: Wenn Euch Facebook wirklich Aufmerksamkeit bringen soll, gibt es drei Grundvoraussetzungen: 1. Ihr müsst Euch mit vielen Leuten, die auch bei Facebook sind, verbinden und in relevante Gruppen hineinkommen, z.B. lokale Facebook-Gruppen, in denen sich die Menschen über Ereignisse in Eurem Ort austauschen. 2. Ihr solltet interessante Bilder posten. Facebook ist ein ziemlich visuelles Medium. Texte werden vor allem gelesen, wenn auch ein ästhetisches Bild mitgeliefert wird. 3. Regelmäßigkeit! Für die Wirkung auf Facebook ist es wichtig, regelmäßig etwas Neues zu posten. Wenn der letzte Post ein halbes Jahr alt ist, denken die Leute, dass Eurem Verein die Puste ausgegangen ist.

## Instagram

Bilder, Bilder, Bilder und Regelmäßigkeit sind auch für Instagram wichtig. Dieses Medium wird vor allem von Menschen unter 25 Jahren genutzt. Perfekt, um Eure Initiative bei jungen Leuten bekannt zu machen. Spätestens seit Fridays for Future, aber besonders auch unter Corona-Bedingungen läuft viel Aufmerksamkeit für Zukunftsthemen hier bei Instagram zusammen. Regelmäßig ein dynamisch wirkendes Bild und ein frisch geschriebener Text zu Eurem Anliegen oder Eurer geplanten Aktion kann hier vielleicht einen verborgenen Schatz heben und Eure Gruppe verjüngen, falls Euch das ein Anliegen ist. Eine Besonderheit bei Instagram sind die Hashtags. Wenn Ihr z.B. #Luckenwalde in Euren Text schreibt, wird Euer Post allen Menschen angezeigt, die auf Instagram nach Artikeln mit Luckenwalde-Bezug suchen. Daher seht Ihr am Ende vieler Insta-Posts eine ganze Ansammlung dieser Schlagworte (funktioniert auch bei Facebook). Auch bei Instagram ist es wichtig, vielen Anderen zu folgen, damit diese auch Euch folgen und Eure Inhalte bestenfalls abonnieren und so regelmäßig von Euch lesen.

## Twitter

Diese Plattform wird oft als Kurznachrichtendienst bezeichnet. Die Nutzungszahlen in Deutschland sind im weltweiten Vergleich überschaubar. Twitter dient oft Journalistinnen zum Auffinden von Stellungnahmen zu aktuellen Themen. Daher sind viele Politikerinnen vertreten, die besonders oft posten. Aber auch größere Vereine und Verbände nutzen Twitter, um von Politik und Presse wahrgenommen zu werden. Für lokale Initiativen ist Twitter eher nicht geeignet, da die Zielgruppe nicht passt und da Aufwand und Nutzen in einem schlechten Verhältnis zueinander stehen. Löhnen könnte sich Twitter vielleicht, wenn Ihr in ganz Brandenburg wirkt und regelmäßig Signale an die Landespolitik senden wollt.

## Animierte Vorlagen für Eure Posts

Unzählige schicke, teilweise sogar animierte Vorlagen für Eure Posts in den sozialen Medien, aber auch für andere Anlässe, könnt Ihr kostenlos bei Canva herunterladen:  
<https://www.canva.com/>

Jetzt habt Ihr Eure Website, einen tollen Facebook-Auftritt, postet oft bei Instagram und Euch tun schon Hintern und Augen weh vom vielen Sitzen und auf den Bildschirm schauen? Na dann verabredet Euch doch zu netten Aktionen! Sie sind durch Corona etwas außer Mode gekommen. Da ist also eine Lücke entstanden, die wir mit unseren Botschaften füllen können.

Hier seht Ihr drei Ideen (fiktiver) Aktionen. Sicherlich seid Ihr kreativ genug, das Passende für Euer Anliegen zu entwickeln... Einfach anfangen!

### Belziger Stadtmusikantinnen

Wie wäre es zum Beispiel mit dem Verteilen von Flugzetteln an Straßenlaternen unter musikalischer Begleitung? Viele Menschen sind in der Pandemie vereinsamt und ihnen geht das Herz auf, wenn jemand vor ihrem Fenster Musik macht. Sie schauen raus, nehmen Euch wegen der Musik als sympathisch wahr und sehen, dass Ihr was an die Lampe klebt. Beim nächsten Einkauf werden sie sehen wollen, was Ihr zu sagen habt und Euren Flugzettel unter die Lupe nehmen.

### Wusterwitzer Wortwechsel

Oder Ihr ruft über die Presse zu einem Tausch-Aktionstag auf: Alle, die es lesen, können in einem bestimmten Zeitraum ihre ungenutzten Bücher (oder Klamotten / Haushaltsgegenstände) an die Straße stellen. Ihr kündigt das natürlich rechtzeitig mit einem schönen Foto und einer netten Pressemitteilung an, damit viele Menschen mitmachen und ihre Bücher aussortieren können. Als Initiatorinnen der Aktion könnt Ihr Euch öffentlich in Erinnerung rufen und einen Bezug auf globale Themen, hier z.B. Ressourcenschonung herstellen.

### Bernauer Banderole

In den 90ern hingen sie überall und taten Meinungen kund, inzwischen sieht man sie wesentlich seltener: Zeit für ein Revival der guten alten Stoffbanner. Warum nicht an einem Zaun oder am Fenster auf Klimawandel, SDGs oder andere globale Themen hinweisen? Internetadresse rauf und die Passantinnen sehen, dass es Euch und Eure Initiative gibt. Gleichzeitig spüren sie, dass sie als Menschen, die sich Gedanken über globale Fragen machen, in Eurem Ort nicht alleine sind. Vielleicht habt Ihr in Eurem Ort eine Handvoll Aktiver, die optisch ähnliche Banner an verschiedenen Stellen aufhängen. Schon wirkt Ihr aktiv und ein Stück weit prägend für den Ort.

Für alle Aktionen gilt: Nicht vergessen, dabei Fotos aufzunehmen und etwas Zeit für die Nachbereitung einplanen: Aktion auf Facebook/Instagram posten und noch schnell eine Pressemitteilung mit Bild raus!

Natürlich sollte gerade bei Straßenaktionen neben der Sichtbarkeit Euer besonderes Augenmerk auf der Sicherheit liegen: Also Abstand halten, ggf. Maske tragen und so agieren, dass sich nicht gerade ein Pulk um Euch scharf...

## Das Puzzle zusammenfügen

Ihr seid für eine wichtige und gute Sache aktiv. Da habt Ihr es mehr als verdient, wahrgenommen zu werden und Unterstützung zu bekommen. In den vorangegangenen Kapiteln haben wir einige Werkzeuge vorgestellt, die Euch zu einer besseren Wahrnehmung und zu einer effektiven Arbeitsweise in Zeiten der weitgehenden räumlichen sozialen Isolation verhelfen sollen.

Um eine größtmögliche Wirkung der einzelnen Werkzeuge zu erzielen, ist es hilfreich, die verschiedenen Methoden zu kombinieren. Das macht natürlich mehr Arbeit, als z.B. nur die Straßenaktion pur durchzuführen. Aber es lohnt sich, den Aufwand zu betreiben und zusätzlich zur eigentlichen Aktion ein paar ausdrucksstarke Fotos zu machen und danach noch einen kleinen Text für die sozialen Medien und die Presse zu schreiben. Auch wenn die Zeitung die Pressemitteilung diesmal nicht aufgreift, hat sie doch den Namen Eurer Initiative und Eure Aktion in der Regel wahrgenommen. Nicht den Kopf in den Sand stecken. Beim zweiten oder dritten Mal seid Ihr vielleicht dann doch in der Zeitung.

Kontinuität wirkt Wunder!

## Positive Botschaften senden

Angesichts der vielen Probleme und Herausforderungen in der Welt ist es oft nicht einfach, Optimismus zu verbreiten. Aber finden wir Mitstreiterinnen, wenn wir ausstrahlen, dass die Welt schlecht ist? Nein, das wirkt wenig einladend.

Gerade wenn es darum geht, neue Aktive hinzuzugewinnen, ist es wichtig, sich zu überlegen, wo bei Eurer Arbeit die hoffnungsvollen Aspekte liegen und welche Strategien zur Erreichung dieser guten Ziele führen könnten. Daraus könnt Ihr Handlungsoptionen ableiten, also: Was kann die potentielle neue Mitstreiterin konkret bei Euch machen, um zu einem positiven Ausgang des Problems zu führen?

Also wenn Ihr z.B. in Neuruppin auf die ungerechten Handelsbeziehungen zwischen der EU und dem Globalen Süden schaut, könnt Ihr zur Mitarbeit im Weltladen motivieren, in dem ein Handel auf Augenhöhe beispielhaft praktiziert wird. Oder wenn Ihr merkt, dass es Eurer Partnerorganisation auf den Philippinen wegen Corona schlechter geht, könnt Ihr mit Hilfe neuer Mitstreiterinnen umso mehr Aufmerksamkeit erregen und die Menschen in Eurem Umfeld darauf verweisen, wie privilegiert wir sind und dass wir über gefestigte Netzwerke verfügen, über die wir konkrete Unterstützung leisten können.

## Corona: Was geht ab in der Welt?

Ein tolles Beispiel für den Umgang mit globalen Fragestellungen in Corona-Zeiten ist der *Global Corona Blog* des *Eine Welt Netzwerks Thüringen*. Hier kommen Menschen aus bisher knapp 20 Ländern zu Wort: Wie wirkt sich die Pandemie auf den persönlichen Alltag aus? Was hat sich politisch verändert? Welche Chancen bietet die Pandemie bezüglich einer global nachhaltigen Entwicklung?

Wenn Ihr mit Partnerinnen in anderen Ländern zusammenarbeitet, nehmt doch an dem Projekt teil und lasst deren Video-Statements den Macherinnen des Blogs zukommen. Sie werden professionell aufbereitet und dann online gestellt.

<https://global-corona.blog/>

Die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt bietet derzeit Fördermöglichkeiten für die Digitalisierung an. Informationen findet Ihr unter <https://www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de>.

Viele attraktive Vergünstigungen beim Kauf von Markensoftware und generalüberholter Hardware gibt es für Nonprofit-Organisationen auf der Seite von Stifter Helfen: <https://www.stifter-helfen.de/>

Für Informationen zu Möglichkeiten der finanziellen Förderung von Projekten steht in Brandenburg darüber hinaus der VENROB e.V. zur Verfügung. Kontaktdaten findet Ihr rechts im Impressum.

## Wortwahl

Diese Handreichung ist zur besseren Lesbarkeit durchgehend in der weiblichen Form gehalten. Selbstverständlich sind alle Geschlechteridentitäten mitgemeint.

Da in der Szene der entwicklungspolitischen Nichtregierungsorganisationen das kollegiale „Du“ vorherrschend ist, wurde diese Form auch hier gewählt.

## Impressum

Diese Handreichung wird herausgegeben vom VENROB – Verbund Entwicklungspolitischer Nichtregierungsorganisationen Brandenburgs e.V.

Geschäftsstelle:  
Tuchmacherstraße 49  
14482 Potsdam-Babelsberg

Telefon: 0331 704 89 66  
Telefax: 0331 270 86 90  
E-Mail: [info@venrob.org](mailto:info@venrob.org)  
Web: [www.venrob.de](http://www.venrob.de)

Autorinnen: Gabi Struck und Alexis Schwartz  
Layout und Fotos: Alexis Schwartz

Datum der Veröffentlichung: Dezember 2020

Veröffentlicht unter Creative Commons Lizenz  
CC BY-NC-SA 4.0

Diese Lizenz erlaubt es den Nutzerinnen, das Material nichtkommerziell in einem beliebigen Medium oder Format zu verbreiten, zu bearbeiten, zu verändern und weiterzuentwickeln, solange der Urheber genannt wird. Wenn Du das Material bearbeitest, anpasst oder weiterentwickelst, musst Du das modifizierte Material unter identischen Bedingungen lizenzieren.



## Danke

Die Erstellung dieser Handreichung erfolgte im Rahmen eines Beratungsprojekts der Stiftung Nord-Süd-Brücken in Kooperation mit dem VENROB, welches durch Gabi Struck durchgeführt worden ist. Die Mitarbeit von Alexis Schwartz erfolgte als eine Tätigkeit im „Entwicklungspolitischen Programm 2020“

Gefördert wurden beide Projekte durch Mittel des Ministeriums der Finanzen und für Europa des Landes Brandenburg.

Wir danken dem Ministerium für die kontinuierliche Unterstützung und der Stiftung für die hervorragende Kooperation!



VENROB