

It's possible



newsletter nafroth.com pr+kommunikationsberatung 01/25

Warum beschäftigen wir uns so sehr mit uns selbst?

Argumentationstrainings über Argumentationstrainings, Termine zur richtigen Symbolerkennung, zur Schlagfertigkeit. Dabei sagen Kolleginnen im Betrieb, dass sie Argumente gegen Hass im Betrieb nicht ansprechen, man müsse ja weiter zusammenarbeiten. Und andere meinen, besser in der Familie nichts zu sagen, weil das voll auf's Klima gehe. Manche sagen, es sei schon gefährlich. - Ist es da nicht besser, wenn man lernen würde, mit welchen Mitteln und Texten man fast ALLE erreicht und das geschützt?

In dieser Ausgabe befassen wir uns mit

- o der Betriebsratswahl 2026,
- o dem Aktionstag GLÜCKSSPIELSUCHT,
- o der Kommunikation des Themas von Ehrenamt;
- o dem niedrigen Bekanntheitsgrad von Selbsthilfegruppen
- o einem Rückblick zur Bundestagswahl
- o der Frage, „Was tun gegen Hass, Hetze, ...“?
- o vielen Praxisbeispielen
- o Terminangeboten zur Öffentlichkeitsarbeit mit Miniaufwand

Für Gruppen ab drei Aktiven bieten wir kostenlos eine Online-Stunde

TERMINE MIT UNS ...

Öffentlichkeitsarbeit:

- 16.06. Öffentlichkeit für Grundbildung VHS Diepholz
- 27.09. Öffentlichkeit für Selbsthilfegruppen KIBIS, Hannover
- 11./12.05.26 Öffentlichkeitsarbeit mit Miniaufwand, JUKAS, Bozen

für Betriebs-/Personalräte:

- 25.-27.08. ver.di b+b, Berlin
- 08.-9.09. Arbeit und Leben Nds, Oldenburg
- 06.10. Arbeit und Leben, Oldenburg
- 20.-22.10. ver.di forum nord, Travemünde
- 04.-05.11. Arbeit und Leben Ns., Hannover
- 12.11. IQF, Würzburg

Was tun gegen Hass, für Demokratie:

Für Gruppen ab drei Aktiven bieten wir kostenlos eine Online-Stunde an, in der man viele Ideen erfährt, was man so machen kann, um die Bürger*innen der Stadt, des Landkreises, im Gewerbegebiet oder des Betriebes zu erreichen.

Melden Sie sich einfach bei uns und sprechen Sie einen Termin ab.

08.-10.10. IGBCE Bildungsstätte Bad Münde

30.06.-02.07. ver.di forum nord, Lübeck

Hass und Hetze, ein Problem das wir zu Tode debattieren

Nahezu kein Bildungsträger, keine Organisation, die keine Angebote zur Argumentation gegen rechts anbieten. Man erklärt die Symbole rechter Gruppen, Argumentationsmuster in Sachen Hass, Hetze, Rassismus. Und dann?

Die Demos haben gebracht, dass kaum mehr gerufen wird „Wir sind das Volk“, weil die Freunde der Demokratie mehr Menschen auf die Straße brachten. Aber eingeknickt sind die Umfragewerte der Rechten nicht.

Man hätte es in Österreich sehen können: Selbst Skandale haben der FPÖ nur kurzzeitige Verluste gebracht.

Wir halten nicht das Thema „Geflüchtete“ für die Hauptursache des Erstarkens der Rechten, eher andere Gründe:

O Die zunehmenden Probleme in der Welt, in Sachen Frieden, Klima, technischer Wandel, Veränderungen der Machtstrukturen.



Z.B. drei kleine Hunde, die sich „aufregen“ über Fake-News bewirken jede Menge Gespräche.

O Ein Gerechtigkeitsdefizit.

O Die sich verändernde Informationskultur.

Die Zahl von Abonnenten von Zeitungen sinkt unter 30%, die der Leser noch deutlicher. Die Digitalvarianten fangen das nicht auf! Man geht zwar ins Netz, wie es immer heißt, aber nicht in dem Maße auf Nachrichtentportale, sieht man von BILD ab.

Fast 1/3 der Bevölkerung werden von politischen, gesellschaftlichen Informationen nahezu nicht erreicht. Die AfD verstärkt diesen Trend durch ihre Erklärung, die Medien, außer ihren eigenen, seien Staatsmedien, seien „Lügenpresse,“ die man besser nicht lese.

Glücksspielsucht – Aktionstag in der Fläche des Landes?

Glücksspiel nimmt als Problem von Jahr zu Jahr zu. Das Internetwetten nun bundesweit zulässig sind, hat das Problem eher größer gemacht.

Im September eines jeden Jahres ist der Aktionstag in Sachen Glücksspielsucht. Er findet eigentlich im ganzen Land statt, in jeder Stadt und jedem Dorf. Aber ist das Fall?

Die unzähligen Teams meist der Wohlfahrtsverbände, Kommunen, Universitäten sind bemüht.

Aber läuft überall was? Auch in Betrieben? Auch an Straßenrändern? Auch in Flächenlandkreisen mit ländlicher Struktur?

Die Ideen dürfen sich nicht auf Fußgängerzonen, auf Infotische beschränken, Städte und Zentren.

Um die Bürger*innen in ihrer Mehrheit zu erreichen, muss man andere Wege gehen. Es gibt genug, die denkbar sind an der Hauptstraße im Dorf und Landkreis, die als Tournee machbar sind von Schulhof zu Schulhof, von Betriebsversammlung zu Betriebsversammlung.

Es gilt die Praxis zu überdenken. Wir haben in den verschiedensten Ländern dazu beitragen können.

Wir bieten speziell dazu:

Unabhängig wieviel Aktive man hat mit welchem Zeit- und Finanzbudget, können wir Ideen vermitteln, wie Sie mit geringstem Aufwand große Teile der Bevölkerung erreichen. Denkbar ist ein Online-, Hybrid- oder Präsenzseminar sogar mit Live-Praxiserprobung.

Über 30 % der gewerblichen Arbeitnehmer haben bei letzten Wahlen rechte Parteien gewählt. Das ruft auf zum Handeln. Aber was tun?

In und um Betriebe, Verwaltungen, Kliniken ist viel möglich. Von der Schulung der Arbeitnehmer*innen, über öffentliche Erklärungen der Unternehmen zu ihren Werten, bis zu Sanktionen für z.B. Rassismus reicht die Bandbreite.

Viele Unternehmen haben Aufrufe unterschrieben, aber nur wenige tun intern etwas, weil Wege nicht bekannt sind.

Es kommt auf die Kontinuität an, auf eine erzählende, emotional gewinnende Sprache, die die Kolleg*in einbezieht. Es geht um „Bilder“, die emotional, aus dem Erfahrungsbereich der Kollegen nachvollziehbar sind, nicht um Sprüche, Slogans, Statistiken. Zu dem Ergebnis kommen eine Reihe von Studien aus Halle, Jena und der FU-Berlin.

So fortgeschritten wie die Bedrohung ist, brauchen wir schon Instrumente der Kommunikation, die die Aktiven schützen. Und wir müssen Lust bekommen, viele, viele Menschen zu erreichen.

Podcast – Digitale Kommunikation ganz leicht.

Podcasts sind besonders bei Jugendlichen immer beliebter.

Über 40% der Angebote auf der Podcast-Plattform Spotify sind als Politik-, Nachrichten- und Wissenspodcasts einzuordnen. Dies ist beachtlich, berücksichtigt man, dass 24% der Bevölkerung im Alter von über 14 Jahren dieses Medium monatlich mindestens 1 x nutzen, 58% wöchentlich oder täglich.

Dieses Medium nutzen primär Menschen mit besserer bis gehobener Bildung. (Studie Lutz Frühbrodt i.A. Otto-Brenner-Stiftung / <https://tinyurl.com/wdcb2w4>)

Gebrauchsanleitung

Das ist ein richtig nützlicher Kugelschreiber! ➡

Möchtest Du ihn benutzen? Dann befolge strikt diese Anweisungen:

1. Wenn Du den Knopf oben drückst, springt unten eine Mine heraus.
2. Setz Du die Mine vorsichtig auf einem Blatt Papier auf, kannst Du mit ihm kleine Kreuze machen.

Am 7. Mai kann man das in einer Zelle üben, nämlich bei der Landtagswahl. Dann sind die Kreuze für einen richtig guten Zweck: Sie tragen dazu bei, dass es mehr Gerechtigkeit gibt, dass Bildung nicht vom Geldbeutel abhängt, dass Wohnen nicht zum Finanzrisiko wird. Na und die Kreuze helfen auch dabei, dass die Populisten nicht noch stärker werden.

Also! Es gilt mit dem Kuli Spuren zu hinterlassen, die Zukunft zu gestalten! Geh doch mal hin am 7.5. und nimm noch jemanden mit (wir hätten noch Kugelschreiber).

Super wäre es, wenn Du bei der SPD ein Kreuz machst. Dann freut sich nicht nur der Kugelschreiber.



...Ein pfiffiges Werbemittel

RECHT



Unfall im Ehrenamt

Verunglückt z.B. der Vorsitzende eines Vereins auf dem Weg zur Konferenz eines anderen, befreundeten Vereins, ist das ein Arbeitsunfall, der in Erfüllung der ehrenamtlichen Aufgaben von der Unfallversicherung zu übernehmen ist (Landessozialgericht BaWü Az. L U 4485/18)

Lautsprecher

Auf Lautsprecher im Rahmen von Kampagnen stehen die Bürger*innen so sehr nicht. Allein die Tonqualität ist meist ein Problem. Dennoch ist dieses Mittel denkbar, wenn man sich eine Genehmigung einholt und den recht erheblichen Vorgaben entspricht.

Im Rahmen von Kommunal-, Landtags-, Bundestags- und Europawahlen ist der Einsatz dieses Instrumentes zulässig (meist in den letzten vier Wochen vor dem Wahltermin, nicht aber am Wahltag), aber auch im Rahmen von Volksbegehren und Volksentscheiden.

„Twittern“ als Betriebsrat

Zu leicht glaubt man, Engagement von Betriebsräten in der Öffentlichkeit sei meist verboten, vor allem dann, wenn es um Infos aus seinem Arbeitsgebiet gehe. Betriebsräte dürfen sich sehr wohl z.B. per Twitter zu betrieblichen Angelegenheiten äußern, auch für ihn gilt das Recht auf Meinungsfreiheit. In einem abgeschlossenen Fall, twitterte ein BR, dass nach Findung einer Lösung durch die Einigungsstelle Urlaubsanträge genehmigt wurden. Der Arbeitgeber sah darin einen Verstoß gegen Grundsätze der vertrauensvollen Zusammenarbeit, der BR dürfe nicht über interne Vorgänge öffentlich informieren, zumal dann nicht, wenn der Arbeitgeber diesen Weg nicht nutze.- Dem widersprach das LAG Niedersachsen (LAG Nds. Az. 5 TaBV 107/17).

PUBLIKATIONEN

Mitwirkung mit Wirkung - Qualitätsstandards für Kinder- und Jugendbeteiligung

Der Deutsche Bundesjugendring und das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend haben gemeinsam Qualitätsstandards für Kinder- und Jugendbeteiligung herausgegeben. Unterstützt durch Expert_innen aus Wissenschaft und Praxis sind Impulse zur Weiterentwicklung in Theorie und Praxis entstanden. Die Veröffentlichung ist eine Einladung zum Mitmachen, Diskutieren und Ausprobieren. Weitere Informationen finden Interessierte hier.

Brot-für-die Welt mit Anleitung zur Bodenzeitung

Eine kurze Anleitung zu unserer Idee Bodenzeitung bietet Brot-für-die Welt unter <https://www.brot-fuer-die-welt.de/gemeinden/jugend-konfirmanden/strassenaktionen/>

Hessische Blätter für Volksbildung: Marketing für Erwachsenenbildung, Wolfgang Nafroth

Link:

<https://www.wbv.de/shop/Weiterbildung-ganz-anders-und-wirksamer-kommunizieren-HBV2302W008>



Der andere Rückblick auf die Bundestagswahl

Manche machen sich Sorgen wegen des Klimas, des technischen Wandels, um das Wohnen, wegen der maroden Infrastruktur, des Friedens in der Welt.

Und um was ging es im Wahlkampf auf allen Kanälen: Um die Geflüchteten, um Asyl, um das Bürgergeld. „Denen wird das Geld hinterher geworfen“. –

Ok, das wurde widerlegt in mancher Fernsehsendung zu später Stunde, aber Asyl-Themen liefen gut. Was stört uns ein Waldbrand in Kalifornien, Sintflut in Spanien, Katastrophalarm auf Mallorca. Und jetzt auch noch ein ausgetrockneter Bodensee, abschmelzende Gletscher?

Man hat sich viel vorgenommen: Herr Merz sagt: „Die AfD wird halbiert!“ und diskutiert zeitgleich über Paschas, Messerattentate, Vergewaltigungen (aber nur die von Arabern), Grenzsicherungen.

Ok, wir sind damit nicht hilfreich bei der Suche nach ausländischen Fachkräften. Wir schrecken auch die ab, die die Rentenkasse sichern sollen, aber was soll es. Es ist ja Wahlkampf.

Andere Themen gab es nicht?

Andere Themen liefen einfach nicht? Doch, sie liefen nur nicht in TV, Radio und BILD. Und Parteimitglieder gucken heute TV, ob es der eigenen Partei schon gut geht oder nicht. Willy Brandt hat zu seiner Zeit heftige Debatten z.B. über Ostverträge gehabt. Und weil das nicht so gut als Thema im TV lief, schickte man nach Talk-Sendungen ein Fax an alle Gliederungen, die schmissen ihre Wachsmatrizendrucker an und verteilten seinen Kommentar am folgenden Morgen an unzähligen Betriebstoren und

Bahnhöfen. Das klappt heute nicht mehr, weil es ja keine Wachsmatrizen mehr gibt – oder?

Man schickte aber immer wieder an die Mitglieder Infos zu aktuellen Themen. Die büffelten sie dann und hatten die hoffentlich bis zum Samstag am Infotisch nicht vergessen. Um den machen dann die Bürger*innen einen Bogen, womit man das Gelernte primär den Gegnern und Freunden erzählt. – Sinnvoll? Es gab eben keine Anregungen was man konkret tun kann, nur Spendenaufrufe und später die Bitte, man möge Hausbesuche machen.

Auch ein großer Seniorenverband nahm nicht seinen existierenden Leitfaden aus dem Schrank zu Aktionen und Medien in einer Bundestagswahl, um ihn per Mail zu versenden. Das hätte ja am Ende verschreckt.

Und eine Partei bot Zuschaltungen zu Sitzungen/Versammlungen an, mit Tipps, wie man ganz praktisch z.B. Betriebe erreicht, dass es bessere, inhaltlichere Ideen gibt, als Kugelschreiber. Unzählige Untergliederungen meldeten Interesse an, deshalb wurde die Online-Reihe wohl auch sogleich wieder eingestellt.

Inhaltlich hat man so der AfD geholfen.

Die alt bewährte Wählerinitiative war dieses Mal wohl kein Thema. erinnert sich denn keiner an Brandt und Rau? War dieses Mal der Dialog mit den Bürger*innen und der mit den Mitgliedern nicht gefragt? Eigentlich traurig.

Also die Betriebsratswahlen sind doch eine interne Angelegenheit - oder?

Kommendes Jahr sind wieder völlig überraschend Betriebsratswahlen. Natürlich betrifft das nur die Betriebe, die einen haben.

Es sollen auch weniger Betriebe geworden sein, die einen BR haben.

Oder betrifft diese Wahl uns doch alle?

Mitbestimmung ist ja das Hauptanliegen von Demokratie, der Demokratie, die jetzt droht unter die Räder zu kommen.

Also sollte man diese Wahl und deren Bedeutung in die Bevölkerung tragen. Man sollte diskutieren, warum einige keinen haben, warum es denen besser geht, die einen haben.

Also ist die Öffentlichkeitsarbeit auf lokaler Ebene zu dem Thema jetzt besonders wichtig.

Und wie ist es im Betrieb? Kulis, Flyer und ein Plakat mit unzähligen Köpfen und die dazugehörigen Daten: Name, Alter, Telefonnummer, Augenfarbe, Wie immer.

Man könnte im Betrieb eine kleine Kampagne fahren: Einladen zur Kandidatur, die Bedeutung der Wahl erklären, die Kandidat*innen oder Listen und ihre Ziele vorstellen, motivieren, zur Wahl zu gehen.

Man könnte ...

Nur Wahlvorstandsschulungen zu dem Procedere der Wahl reichen wohl kaum.



World-Cafè – Ein kommunikatives Veranstaltungsformat

Wenn die Veranstaltung ein Erlebnis werden, in Erinnerung bleiben, alle aktiv einbeziehen soll, dann bietet sich das „World-Cafè“ an.

Es gibt hier mehrere Tische mit 6 bis 12 Teilnehmenden. Die Tische haben verschiedene Themen oder Unterthemen.

An jedem Tisch gibt es eine/n, der/die die Moderation übernimmt.

Nach einer kurzen Einführung werden alle Teilnehmenden im Plenum gebeten, an einen der Tische zu gehen, ihre Meinung einzubringen und auf die Tischdecke zu schreiben.

Auf ein Signal wechseln die Teilnehmenden den Tisch, bringen zum nächsten Thema ihre Meinung ein, nachdem der Moderator an diesem Tisch kurz die bisherigen Ergebnisse präsentiert hat, und notieren sie wieder auf der Decke (ggf. in anderer Farbe).

Am Ende werden im Plenum die Ergebnisse (Tischdecken) von einigen Teilnehmer*innen oder Moderatoren präsentiert.

KURZ UND KNAPP

Mainz:

Werbe- und politische Protestplakate sind auf Privatgrundstücken unzulässig und müssen entfernt werden

(Mainz, Az. 3 K 738/23.MZ)

Impressum:

Wolfgang Nafroth
nafroth pr+kommunikationsberatung
D 26160 Bad Zwischenahn

Bildquellen: Soweit nicht anders angegeben: Privat

Gemeinsam geht mehr und ist es einfacher

Über 8.000 Betriebe haben eine Erklärung gegen Hass und Hetze unterschrieben. Aber nicht alle wissen, was man da tun soll.- Genau genommen ist das eine gute Gelegenheit, dass die Sache ggf. als Geschäftsleitung und Betriebs-/Personalrat gemeinsam anzugehen.

Es gilt die Kolleg*innen zu gewinnen, fast resistent zu machen, gegen rechte Hetze und Rassismus, kritisch gegenüber Falschnachrichten,

Was könnte man tun?

Natürlich könnte es Verhaltensrichtlinien im Betrieb geben, die sich auch in Verträgen widerspiegeln. Schulungen in der Verwaltung, Ansprechpartner als Vertraute, eine Hotline.

Viel heftiger sind Sanktionen, wie es von Kirchen praktiziert und von Gerichten bestätigt wurde: Es droht die Abmahnung und sogar Kündigung.

Hilfreich wäre natürlich, wenn Personaleinstellungsverfahren auf Diversität achten würden, wenn es in dieser Richtung Förderprogramme gäbe.

Das Unternehmen könnte öffentlich Flagge zeigen und bewußt engagierte Gruppen fördern und dies bekannt machen.

So manche Firma geht da schon voran, wie z.B. Bosch, Deutsche Bahn, SAP, Stadt Frankfurt a., Telekom, Otto-Groupe, IKEA, Daimler Benz ,

Man könnte auch ganz allein aktiv werden und das dem Betriebsrat und Unternehmen vorschlagen.

Wir unterstützen mit Fortbildungsangeboten, die von dem Unternehmen oder fast allen großen Bildungsträgern getragen werden, ein- oder mehrere Tage, online, hybrid oder in Präsenz.



Kennt man die ?

Muss man sie kennen ?

Wo gibt es Infos ?

Wenn der eigene Sohn immer mehr Drogen nimmt oder alkoholabhängig ist, der Freund an Depressionen leidet, Oma und Opa gepflegt werden müssen und man schon selber unter der Belastung leidet.

Wenn man nicht diskriminiert werden will, weil man MS-krank ist, eine Parkinson-Diagnose bekam, ist es für einen nicht einfach. Es ist Neuland.

Genau das ist es für andere nicht. Man könnte sich mit ihnen austauschen, fragen, wer das wie angeht, wer gute Berater, gute Ärzte sind.

Hier geht es um Selbsthilfegruppen.

Nahezu überall gibt es sie, Bekannt ist das nicht.

Es bleibt zu hoffen, dass wir die Gruppe am Ort im Internet finden, in der Zeitung steht darüber selten etwas.

Nun mag das an der Besonderheit der Gruppe liegen, die selber wenig Interesse an Öffentlichkeit hat. Die meisten erzählen aber, sie suchen neue Gesprächspartner, oft auch neue „Vorsitzende“, weil irgendwer schon so eine Art Geschäftsführung machen muss.

Warum tut man sich da so schwer?

Ihnen geht es wie den Vereinen. Sie arbeiten durchweg mit traditionellen Mitteln. Sie bauen einen Infotisch, den Passanten nicht mögen, zumal nur wenige sehen, um was es im Detail geht.

Sie erstellen Flyer, die gestaltet sind wie immer und kaum jemand weiterreicht, haben Kulis und Chips als Werbemittel. Veranstaltungen gib es meist mit „Frontalberieselung“.

Dabei hört man immer wieder von beteiligten Veranstaltungsformaten, von visuell anregender und auch mehr einbeziehender Sitzungsgestaltung. Man hat mal Aktionen und Medien gesehen, die ein Hingucker waren, von denen die Passanten gleich Fotos weiterschickten, von denen die Presse gerne berichtet.

Es hat sich herumgesprochen, dass sich die Bürger*innen gerne zu einem Engagement bewegen lassen, wenn es verspricht, auch etwas Freude zu machen, wenn man es mit sympathischen Menschen angeht. Bringen wir genau das rüber?

PEin Grund doch, mal in einer Sitzung oder Ta-gung drüber zu reden - oder?

Mindestens so wichtig ist es, es immer wieder aufzufrischen, denn zu schnell gerät man wieder in die alten Gleise: Wir machen es wie immer.

praxis

Altenburg: VHS: „Der Islam gehört ...“

Für eine VHS ganz ungewöhnliche Printprodukte setzte die VHS Altenburg ein. Man „verlor“ Postkarten mit der Titelseite „Der Islam gehört ...“ oder „Ei, Ei, Ei!“ und informierte auf der Rückseite über Kursangebote. Das ebenso einfache wie kostengünstige Mittel wirkte. Verblüffend schnell erreichte die VHS Anmeldungen von Menschen, die man zuvor nicht erreicht hatte.

Bensheim: Umfrage

Familienfreundliches Bensheim

Bürgerbeteiligung kann auch per Aktion organisiert werden. In Bensheim fragte man per Bodenzeitung nach der Zufriedenheit, nach Wünschen und Anregungen der Bürger. Diese Aktion live vor Ort lässt sich gut über Wochen durch Inforäder, Autopostits und andere Techniken ergänzen.

Berlin: Eine-Welt-Dachverband

immer wieder mit Inforad etc.

Diverse Weltläden und Eine-Welt-Initiativen arbeiten mit unseren Ideen zu einer wirksamen Straßen-Informationsarbeit. Von dem Weltladen-Dachverband (55116 Mainz, Ludwigstr. 11) kann man sich dazu Leitfäden zusenden lassen.

Berlin: Hospizverband macht gute Erfahrungen mit der Bodenzeitung und Bodenpunkteserien

Sterben ist eigentlich ein Tabu-Thema. Ehrenamtliches Engagement rund um Hospize zunächst für die meisten Menschen kaum vorstellbar. Mit dem Deutschen Hospiz- und Palliativ-Verband konnten wir einige Instrumente erarbeiten, die auf sehr freundliche Weise informieren, fragen, zu bedenken geben. Genau: Die Sprache ist von erheblicher Bedeutung. Slogans, oberlehrerhafte Texte sind kaum geeignet. Unter der Überschrift „Und wenn morgen Schluss wäre ...?“ schaffte man eine nachdenkliche Atmosphäre.

Besigheim: In Ausstellungen den Boden nutzen

Bei Ausstellungen und Messen muss es nicht immer ein

Infotisch sein, wenn man mit den Besucher*innen ins Gespräch kommen will. In Besigheim legte das Netzwerk „Lokale Allianz Besigheim“ große Plänen aus, die schnell zu dem Hingucker wurden, zum Impuls für Gespräche über ein denkbare ehrenamtliches Engagement.

Emden: Autodachwürfel bewirken Gespräche in Betrieben

Die NGG machte nicht nur in Emden die Erfahrung, dass Autodachwürfel ein überaus wirksames und einfaches Instrument sind, um lokal Themen zum Thema zu machen, die Diskussion in Betriebe zu tragen.

Hamm Bockum-Hövel: Infowürfel

im Wahlkampf tragen

Die SPD Hamm machte gute Erfahrungen mit einer ungewöhnlichen Variante unserer Würfelaktion. Man trug fast 1 m3 große Würfel die Straße entlang und konnte feststellen, dass fast jeder mal kurz schauen wollte, um was es hier geht.

Ingolstadt: „Jeder braucht ein Zuhause“

Wohnzimmer auf der Straße

Ein ganzes Wohnzimmer und eine Küche baute die Caritas in Regensburg vor der Franziskanerkirche auf, um auf die Nöte vieler, vieler Bürger*innen aufmerksam zu machen, die keine Wohnung finden, in Pensionszimmern oder gleich auf der Straße wohnen.

Münster: Bodenpunkte bringen es auf den Punkt

Eine ganze Reihe von Bodenpunkten machten in Münster aufmerksam auf die Herausforderungen in Sachen Gleichstellung von Frauen, auf die noch immer viel zu geringe Repräsentation in politischen Gremien, auf das Thema „Gewalt gegenüber Frauen“.

Ostfildern: Flagge zeigen in XXL-Formaten

Innerhalb der Ortsschilder ist die Aktion schnell realisiert. Nur eine Stunde standen in Ostfildern vier Aktive des Freundeskreises Asyl Ostfildern am Straßenrand und „redeten“ per A1-Textplatten mit den Autofahrer*innen. Die Aktion kam infolge einer Fortbildung des Stadt für Ehrenamtliche zustande.

Ravensburg: Bau- und Sparverein sucht Ehrenamtliche mal anders

Stauende Passantinnen und Passanten beobachtete

man an den Dienstwagen des Bau- und Sparvereins mit großen Infowürfel auf dem Dach. Eine gute Alternative in Zeiten, in denen immer weniger Menschen täglich Zeitung lesen, um im Wohnquartier doch ALLE Menschen zu erreichen.

Salzgitter/Heilbronn/Friedberg/Northeim:

Gegen Gewalt gegen Frauen ...

Gewalt gegenüber Frauen ist überall Alltag, in jeder Stadt und in jedem Dorf.

Es ist aber auch ein Thema, bei dem man gern wegschaut. Nicht jede und jeder kennt Beratungsstellen und Hilfsprogramme.

Die Gleichstellungsbeauftragte von Salzgitter war deshalb in den letzten Jahren wiederholt mit einer großen Bodenzeitung als Gesprächsort in den Fußgängerzonen und Medien der Stadt präsent.

Gute Erfahrungen mit dem Instrument zum Thema „**Energiewende**“ machte in Salzgitter auch das „Aktionsbündnis Energiewende“. Sie nutzten es für eine Befragung der Bürger*innen zu ihren Erwartungen.

Friedberg /Ts.:

Das Jugendrotkreuz in Friedberg (Ts.) machte positive Erfahrungen mit seiner Bodenzeitung zum Thema „Gewalt ist geil – oder?“.

Northeim:

In Northeim brachte die Gleichstellungsbeauftragte mit der These „Politik ist Aufgabe von Männern“ die Menschen ins Gespräch über Leserbriefe mit dem gleichen Tenor.

Sottrum: „Moin, ich bin Kalle“

„Moin, ich bin Kalle“, mit diesen Worten begrüßt ab und zu eine Figur aus Eimern und Physioball Patienten und Mitarbeiter*innen der Median Klinik Gyhum.

Kalle wurde vielfach fotografiert und war noch den ganzen Tag Gesprächsthema.

Stuttgart: Netzwerk Familienpaten Baden Württemberg

Im Rahmen eines Treffens des „Netzwerk Familienpaten Baden Württemberg“ ging es auch um die Frage, wie man zusätzliche Ehrenamtliche für eine praktische Begleitung von Familien mit kleinen Kindern, im Bereich Frühe Hilfen findet. 40% engagieren sich im Land bereits. 60% könnte man noch gewinnen.

In vielen Gemeinden fanden unsere Ideen im Anschluss Anwendung.

Winterthur /Schweiz: Bodenzeitung der SP

Es geht wirklich mehr, als nur per Plakat und Hausbesuch Kandidaten ins Gespräch zu bringen. Die Sozialdemokraten in der Schweiz machten die Erfahrung, dass „Kandidaten-Bodenzeitungen“ mit Fotos ein Klima schaffen, als sei der Kandidat vor Ort präsent. Eine wichtige Erfahrung, denn er oder sie kann nicht überall, sollte aber im Gespräch sein.

Witten:

Diakonie Mark-Ruhr macht Fluchterfahrungen per Bodengrafik zum Thema

„Was verbinden Sie mit dem Thema FLUCHT?“ fragte die Diakonie und das DRK Bürger*innen per Bodenzeitung auf der Straße. In deutscher, türkischer, arabischer, spanischer und persischer Sprache konnte man nach kurzer Zeit Begriffe lesen wie „Heimat“, „Lebensgefahr“, „Angst“, „Not“, „Ausweglosigkeit“, „Hunger“. Man kam ins Gespräch, konnte nachempfinden, nachdenken, es weitertragen.

Worms: Mit einer langen „Bodengeschichte“ Komplexes erklären

Eine 6x4m-Bodengeschichte erzählte in Worms davon, was ganz unterschiedliche Menschen über Europa denken, rund um Europa und Europa-Politik erlebt haben. Ihre sehr unterschiedlichen Zugänge zum Thema machten die Komplexität, aber auch eben die Bedeutung und die Herausforderungen des Themas für die nächsten Jahre deutlich und für Passanten nachempfindbar.

Zell am See / Saalfelden: SPÖ-Ratsch-Telefon

Eine Telefonkette organisierte die SPÖ in Saalfelden, um über diesen Weg vielen Menschen aus der Vereinsamung zu helfen und auch über wenig bekannte Wege der Unterstützung zu informieren.

Kulmbach:

30 Jugendliche kommentieren im Netz gemeinsam

Zusammen macht es mehr Spaß. Erschreckend sei es schon, wenn man die Posts im Netz z.B. unter Beiträgen der Sendungen Monitor oder Tagesschau sähe: Kommentieren wir im Team mit.

praxis

praxis

Berlin:

Online-Zuschaltungen zu Gremiensitzungen

Bundeszentral probierte die SPD in Deutschland ein neues Format der Politischen Bildung aus: Angeboten wurde, dass sich der Bund ganzen Ortsvereinsitzungen mit vier verschiedenen inhaltlichen Formaten für 30-45 Minuten online mit einem Impulsbeitrag zu vier verschiedenen Themen zuschaltet.

Man hatte zuerst Zweifel, ob daran Interesse besteht.

Überraschung: Bereits am 1. Tag gab es zig Anmeldungen. Realisiert wurden in wenigen Tagen fast 120 Gremien.

Zudem konnte deutlich festgestellt werden, dass die Teilnehmer*innen durchweg Interesse daran haben, Politik vor Ort intensiver und mit durchaus auch anderen Formaten zu kommunizieren. Ein Bildungsformat, das viele bundesweite Organisationen nutzen können, um mehr Nähe zwischen Zentrale und Basisorganisationen herzustellen.

Berlin:

Das Thema GRUNDBILDUNG unter die Leute, in Betriebe und Verwaltungen tragen.

Über 6 Mio. Menschen können in Deutschland nur eingeschränkt lesen, schreiben, rechnen. Millionen Menschen wissen davon, vermeiden aber das Gespräch darüber, über Wege aus dieser Lage.

In Berlin-Wilmersdorf haben wir nach Lösungen gesucht und einige gefunden, die leicht umsetzbar wären: Man könnte mit Betriebs- und Personalrät*innen gemeinsam überlegen, wie man Infos zum Thema in Betriebe trägt, man könnte Infos z.B. in Betriebsversammlungen aufhängen. Man könnte das Schaufenster des Ladenlokals so gestalten, dass es die Passanten fragt, ob sie bei dem Problem Grundbildung auch eher wegschauen, ob Sie Wege aus der Misere kennen. Man könnte in der ganzen Stadt immer wieder per Autodachwürfel Passantinnen und Passanten fragen, ob sie dieses oder jenes Förderprogramm kennen, im Betrieb, in der Nachbarschaft ins Gespräch gebracht haben und das durchaus auch per Bildergeschichte.

Berlin:

Das Recht auf die jährliche Frauenversammlung im Öffentlichen Dienst

An sich ist sie DIE Chance, sich als Gleichstellungsbeauf-

tragte bekannt zu machen: Die Frauenversammlung. Egal, ob Sie sie als Plenum oder Teilversammlungen realisieren, ob Sie Workshops anbieten, ob Sie in diesem Rahmen Erfahrungen austauschen oder die verschiedensten Förderprogramme und Finanzhilfen (auch in Kooperation mit der Agentur für Arbeit) vorstellen lassen, das Recht gilt es zu nutzen.

Brüssel:

Das Thema „Europa“ darf nicht nur im Saal stattfinden
Hochkomplexe Inhalte lassen sich gut grafisch darstellen. Das ist nicht neu. Diese Info aber so als Großflächengrafik im Öffentlichen Raum zum Gesprächsort zu machen, in Fußgängerzonen, auf Schulhöfen, in Betriebsversammlungen, das ist eher ungewohnt.

Aber warum sollten nicht Europa-Abgeordnete auf diesem Weg den Dialog suchen, so über ihre Arbeit und ihre Vorhaben informieren? Mit Mitarbeiterinnen und Abgeordneten des Europa-Parlamentes haben wir genau das erörtert und sind auf breite Zustimmung gestoßen.

Dennoch: Neue Ideen sind nicht ganz leicht im Wahlkreis auf den Weg zu bringen, meinte eine Abgeordnete der EVP, während andere berichteten, dass die Akzeptanz z.B. in Baden-Württemberg recht gut sei.

Dresden:

Europapolitische Tagung der Landeszentrale für Politische Bildung Sachsen

Vielleicht lag es daran, dass durchweg pädagogische Mitarbeiter*innen von Bildungsträgern Teilnehmer der Tagung waren: Eine Frage blieb am Ende offen: Wie kann man die Menschen bewegen, zur Europa-Wahl zu gehen. Schon bei den Vorschlägen merkte man deutlich die Alltagspraxis und die gesetzlichen Vorgaben der Finanzierung von Jugend- und Erwachsenenbildung: Kaum jemand konnte sich eine Veränderung der Lernorte vorstellen. Das Denken ist bestimmt von Mehrtagesseminaren und Abendveranstaltungen. Aber warum sollte nicht der Marktplatz, die Betriebs- und Personalversammlung, die Disco zum Lern- und Diskussionsort werden?

Will man eine breite Wirkung, muss man in Zeiten abnehmender Zeitungsauflagen neue Wege gehen, neue Orte aufsuchen, Digitales mit Analogem verbinden.

Hannover: Thema Gleichstellung gehört auf die Straße, in Betriebe, ...

Mit der Vernetzungsstelle für Gleichstellungsbeauftragte

in Niedersachsen sind wir seit einigen Jahren bemüht, das Aktivitätspotential und die Wirksamkeit der öffentlichen und innerbetrieblichen Kommunikation der kommunalen Gleichstellungsbeauftragten und der des Landes zu stärken. Frau ist zunächst allein, hat aber unzählige Bündnispartnerinnen. Zudem kann man durchaus auch mit Miniaufwand bei Bedarf hunderttausende Menschen erreichen oder alle Beschäftigten im Betrieb. Ganze Kampagnen kann man fahren fast ohne Geld und doch etwas bewegen.

Kassel/Rotenburg (Wümme):

Freiwilligenmessen sollten mehr als nur viele Infotische sein

Ehrenamts- und Freiwilligenmessen sind zu oft eine Aneinanderreihung von Infoständen mit Flyern, Werbemitteln, Rollup. Dabei gäbe es vielfältige Formen der visuellen Präsentation, der aktiven Einbeziehung der Ausstellungsbesucher*innen.

Bereits aus der Ferne könnte riesig eine Frage ins Auge fallen, könnte ein Text mit mir reden. Beim genaueren Hinsehen wird jede und jeder aktiv einbezogen, kann bewerten, kommentieren. Der Besucher wird aus der Passivität geholt, vielleicht gar zum Berater.

Und alles das ist nicht abhängig vom Budget, wie wir auf zwei Tagungen von Ehrenamtsbüros in der Stadt Kassel und dem Landkreis Rotenburg (W.) vorstellen konnten.

Kiel:

Mal so ganz anders für Weiterbildung werben.

Nur wenige Prozent der Arbeitnehmer*innen nutzen ihr Recht auf Arbeitnehmerweiterbildung. Volkshochschulen gewinnen Teilnehmer*innen primär per Mund-zu-Mund-Propaganda, kaum über andere Wege. Manche Bevölkerungsgruppe ist für die Bildungsangebote kaum zu gewinnen. Was also tun?

In Online-Seminaren haben wir erarbeitet, dass die Möglichkeiten in- und außerhalb von Gebäuden kaum genutzt werden, sich hier aber einfachste Mittel anbieten. Im Fenster kann von der Straße aus eine Frage zu sehen sein. Die Treppenstufen geben etwas zu bedenken. Im Aufzug erfährt man etwas aus Sicht von Teilnehmern.

Und natürlich könnte die ganze Fußgängerzone ein Informations- und Lernort sein, aber auch der Parkplatz eines Großeinkaufszentrums oder Betriebes. Und nicht zuletzt könnte man im Rahmen von Betriebsversammlungen auf Einladung von Betriebsräten nur 30 Minuten mit den Beschäftigten darüber reden, welche Möglichkeiten sie nutzen

könnten, welche Finanzhilfen es dafür gibt.

Krefeld:

Live-Politikkommunikation erleben ist besser als im Seminar

Wie reagieren die Menschen, wenn man ein Auto mit immer mehr Argumenten z.B. für eine engagierte Umweltpolitik beklebt, wenn man ein Fahrrad mit einem riesigen Info-Würfel auf dem Gepäckständer parkt, wenn man im Einkaufswagen einen Gedanken verliert?

Genau das konnten TeilnehmerInnen unseres Live-Workshops von Bündnis 90 Die Grünen erleben, in dessen Verlauf man nach kurzer Einführung gut 15 verschiedene, vorgefertigte Aktions- und Medienformate im Radius von gut 15 km um den Tagungsort in kleinen Teams erprobt. Ein Erlebnis, das man nie vergisst.

Lünen:

ver.di NRW / EDEKA:

Man muss die Kunden einbeziehen

Natürlich kann man eine Aktion vor „dem Betriebstor“ machen. Wichtig bleibt dieser traditionelle Weg für die Mobilisierung der Kolleginnen und Kollegen. Nicht nur im Fachbereich Handel wird es aber für Gewerkschaften immer wichtiger, die Kunden, die Bevölkerung als Bündnispartner einzubeziehen. Es gilt die eigenen Forderungen zu erklären, mit den Erwartungen der Bürger*innen in ähnlicher Situation zu vergleichen, öffentlich zu Fragen, wie es örtliche Arbeitgeber persönlich sehen würden, wie dies ihre Familienmitglieder in vergleichbarer Lage sehen. Moderne Kampagnen versuchen ein Thema zum Thema zu machen, breit und in der gesamten Öffentlichkeit. Das stärkt die Kolleg*innen inner- und außerhalb des Betriebes in ihrem Tun und stärkt die eigene strategische Position. Genau daran konnten wir mehrere Tage arbeiten.

München:

Eine APP, die was kann – IGM und Betriebsrat Siemens Energy

„Werkforce (wf)“ nennt sich eine neue APP der IG-Metall, mit der man neue Wege geht, um die digitale Kommunikation zwischen Mitgliedern, Haupt- und Ehrenamtlichen

praxis

praxis

zu stärken.

Datensicher wird eine Kommunikationsplattform angeboten, die vielfältige Möglichkeiten bietet: Als Aktive kann man sich auffindbar machen mit dem Engagement, mit Fragen, Ideen. Man kann Räume einrichten, um sich mit einem bestimmten Kreis auszutauschen. Man kann Informationen abrufen, einbringen, bearbeiten. Und man kann natürlich chatten, um hier nur einige Funktionen zu benennen.

Aber so eine Plattform lebt erst, wenn sie viele, viele auf ihrem Rechner, Mobiltelefon haben. Folglich ist dies auch eine Frage der Bekanntheit, der Kommunikation, sei es digital oder analog.

Wir haben daran gearbeitet, wie man diese neue Möglichkeit in der betrieblichen Öffentlichkeit zum Thema macht.

München:

Pflege und Demenz im Öffentlichen Raum erörtern

Welche Beratungs- und Unterstützungsangebote gibt es rund um Pflege und Demenz vor Ort? Wie ist das finanziell? Mit wem kann man sich mal austauschen?

Früher hätte schon ein Presseartikel ausgereicht, um hierzu Infos in die Bevölkerung zu tragen. Diese Zeiten gehen zu Ende, wenn man die Auflagen lokaler Zeitungen und ihrer Bezahlportale betrachtet. Man braucht andere Wege, um Infos an die Frau und den Mann zu bringen.

Auch im Rahmen dieser Fortbildungsreihe der Fachstelle für Demenz und Pflege Bayern konnte man feststellen, wie klassisch viele Akteure unterwegs sind. Um so verblüffter waren viele, wie einfach es wäre, die Bevölkerung der Stadt, des Landkreises oder auch nur im Wohnquartier mitzunehmen.

Neudietendorf:

Werte der Kirchen gehören auch auf die Straße

Hunderttausende verlassen die Kirchen und das möglicherweise wegen der Fehler weniger.

Aber vermittelt man wirklich auch eine ganz andere Kirche? Vermittelt man, was man sozial, kulturell, politisch bewegt? Erreicht Kirche tatsächlich die Bürger*innen?

Mit der Landeskirche Sachsen – Sachsen-Anhalt haben wir genau das erörtert und eine ganze Reihe von Instrumenten besprochen, die mit geringstem Einsatz realisierbar wären.

Salzburg: Betriebsversammlungen sind für ÖGB mehr als nur Rituale

Betriebsversammlungen sind eigentlich die Visitenkarte der Arbeitnehmervertretung. Aber kommt sie so an, wenn sie fast nur aus Berichten besteht, möglicherweise der Arbeit-

geber dominiert? Mit einfachsten Mitteln könnte man Veränderungen vornehmen, die für eine unbedingte Teilnahme sprechen:

Inhalte sind auch Tipps für den Alltag, Infos über finanzielle Förderprogramme.

Alle Teilnehmenden werden aktiv einbezogen. Die Frage „Habt Ihr Fragen?“ hat sich erledigt.

Es gibt ungemein viele Infos zu gucken, auch Infos, von denen man gerne daheim erzählt.

Mit diesen Inhalten hat unser Seminar keineswegs absolutes Neuland betreten, eher kleine Reformschritte beschrieben.

Hamburg:

Betriebsräte von BODE-Chemie erprobten es.

Bereits die Idee mit den ganz kleinen Post-it's, die mal hier und da aufgehängt werden, können ungeheuer viele Gespräche bewirken.

Hankensbüttel / Neukirchen-Vluyn

Mit unseren Instrumenten Bürgermeister werden auch mit weniger als 30 Jahren?

Im kleinen Hankensbüttel gelang dies gegen einen amtierenden Bürgermeister mit einem völlig anderen Wahlkampf.

In Neukirchen-Vluyn setzte sich mit einigen dieser Ideen ein Gewerkschafter durch. Das gelang zuvor auch in Großstädten und eben auch in kleinen Gemeinden, zumal man sich so von einem z.B. vorherrschenden Bundestrend absetzen kann.



Kurztermine zur Vorstellung einfachster Ideen zur Öffentlichkeitsarbeit

2025

22.10. Kiel
12.11. Würzburg
14.11. Nürnberg
15.11. Landshut (15-17 Uhr)
16.11. München (15-17 Uhr)
17.11. Wien
18.11. Graz
27.11. Saarbrücken

2026

12.02. Berlin
23.04. Wolfsburg
29.04. Berlin
12.05. Bozen
19.05. Rostock
03.06. Heidelberg
01.07. Lübeck
01.09. Kiel

Alle 19-21 Uhr
Teilnahmebeitrag 15,- €
(soweit nicht anders angegeben)

Und zwei reine ONLINE-TERMINE :

15.11.2025 18-20 Uhr

Infos und auch Zuganglink bei
info@nafroth.com

Infos und Beratung:

nafroth.com pr+kommunikationsberatung
26160 Bad Zwischenahn
Hermann-Löns-Str. 61

Tel.: +49 4403 98 33 87-0
Mail: info@nafroth.com

