

Dokumentation des Workshops „Wasser und Ernährung – Niemand isst für sich allein“ im Rahmen der ANU-Tagung „Der Zukunft das Wasser reichen“ am 20./21. Oktober 2008 in Tutzing

Grundsätzliches Interesse an Kampagnenarbeit, eigene Erfahrungen in diesem Bereich und inhaltliche Aspekte von Globalem Lernen und Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) an der Schnittstelle von Wasser und Ernährung führten viele TeilnehmerInnen in den Workshop. Der Referent Bernhard Wiesmeier stellte zwei Kampagnen des entwicklungspolitischen Hilfswerks „Brot für die Welt“ vor, die er selbst koordinierte. Dabei machte er deutlich, dass der Begriff Kampagne in unterschiedlichen Zusammenhängen, so auch im Marketing Verwendung findet, es sich bei den beiden vorgestellten Aktionen aber um politische Kampagnen handelt.



Neben der Diskussion von inhaltlichen Impulsen ging der Workshop der Frage nach, welche Elemente Kampagnenarbeit ausmachen und wie Kampagnenarbeit erfolgreich gestaltet werden kann. Es wurde aufgezeigt, welche große Bedeutung die Rahmenbedingungen, die Strategie und Zielsetzung sowie die Klärung des Ressourcenbedarfs (personell und finanziell) bei einer Kampagne besitzen. Am Beispiel der Kampagne „Menschenrecht Wasser“ wurde gezeigt, wie die politischen Rahmenbedingungen eine Kampagne positiv beeinflussen können. Das Thema Wasser wurde im Kampagnenzeitraum von immer mehr nationalen und internationalen Organisationen aufgegriffen und somit wuchs auch die Bedeutung der Kampagne.

Der Referent verdeutlichte, dass eine prägnante und realistische Zielsetzung eine wichtige Voraussetzung für Kampagnen sind. Die Vorarbeit an einer Kampagne, um eben genau diese Ziele exakt herauszuarbeiten, gehört daher zu den wichtigsten und gleichzeitig schwierigsten Aufgaben der Kampagne. Dazu gehört auch die Suche nach geeigneten Netzwerkpartnern, nach den Zielgruppen und auch die Identifizierung möglicher Schwierigkeiten (wer hat ein Interesse daran, dass die Kampagne nicht erfolgreich ist? Das können politische Akteure ebenso sein wie

Akteure aus dem wirtschaftlichen Umfeld oder Interessengruppen, die sich durch die Ziele der Kampagne bedroht sehen).

Von großer Bedeutung bei der Erarbeitung einer Kampagne ist die Berücksichtigung der drei Säulen, auf denen eine Kampagne aufgebaut ist: Sensibilisierung der Bevölkerung für das Kampagnenthema, Netzwerkarbeit und politische Lobbyarbeit. Alle drei Komponenten machen eine Kampagne aus, wobei der Schwerpunkt je nach Kampagne und Kampagnenphase unterschiedlich sein kann. Wichtig ist dabei vor allem, der Kampagne auch ein politisches Ziel zu setzen, das erreicht werden soll. Damit unterscheidet sich die Kampagne von einer reinen Informationsarbeit oder Werbeaktion. Das politische Ziel sollte so gewählt sein, dass es einen klaren politischen Adressaten hat, es erreichbar ist (Die Rettung der Welt wäre kein solches Ziel) und auch der Erfolg der Kampagne anhand des Zieles überprüfbar ist. Beispiel: Wir wollen erreichen, dass das Menschenrecht auf Wasser Berücksichtigung in der nationalen und internationalen Politik findet. Die Erreichung dieses Zieles ist relativ einfach, da hier auf entsprechende Dokumente verwiesen werden kann (Bundestagsprotokolle, internationale Vereinbarungen etc.).

Im Rahmen des Workshops arbeiteten die TeilnehmerInnen auch selbst einige wichtige Kernelemente zu einer gemeinsam gewählten Kampagne aus. Dazu erhielten sie Checklisten, anhand derer ein politisches Lobbyziel, eine Mitmachaktion, ein Kampagnenevent und die Rahmenbedingungen für eine Kampagne erstellt werden sollten.

Während sich die erste Gruppe am Beispiel „Filetstücke und der Rest von Hähnchen“ Gedanken zur Ernährungskampagne „Niemand isst für sich allein“ machte, entschied sich die zweite Gruppe für die Arbeit an einer Kampagne zum Thema Energie.



Der Input zum Workshop sowie die Checklisten sind der Zusammenfassung beigefügt.

Bernhard Wiesmeier
29/11/2008