

Rückbericht

Workshop: Crashkurs Campaigning bei Amnesty International

Denise Tan

In dem Workshop Crashkurs zu Campaigning bei Amnesty International haben wir uns im inhaltlichen Input-Teil kurz mit der Definition, den Zielen und den Wirkungsfeldern von Kampagnen im Kontext der Menschenrechtsarbeit bei Amnesty International beschäftigt. Anschließend lag der Fokus auf der strategischen Planung von Kampagnen und der Vorstellung verschiedener Tools, die für den Prozess der Strategieerstellung hilfreich sein können. Es wurden Tools und Methoden zu folgenden Bereichen vorgestellt:

1. Problemanalyse: Wie identifizieren wir zentrale Probleme und Herausforderungen? Welche Ursachen und Auswirkungen können wir definieren?
2. System Mapping und Stakeholder*Innen Analyse: Wer sind die Schlüsselakteur*innen und Interessengruppen? Wie funktioniert das System und was können wir beeinflussen?
3. Theory of Change: Wo liegt das Potential für Veränderung? Wie können wir Veränderung initiieren und welche Maßnahmen braucht es dafür?

Im praktischen Teil des Workshops haben wir an einem konkreten Beispiel aus der Gruppe mehrere Methoden ausprobiert. So wurde ein Stakeholder*innen-Mapping, ein System Mapping und eine Theory of Change in groben Zügen erstellt. Die abschließende Diskussion im Plenum zeigte auf, dass die Methoden verschiedene Vorteile bringen und neue Perspektiven eröffnen, gleichzeitig ist es unabdingbar eine fundierte Problemanalyse als Basis für die Überlegungen zu haben.