

# Grundlagen von presse- und öffentlichkeitswirksamen Aktionen



„Bleib‘ COOL ohne Gewalt!“





## **5. Grundlagen von presse- und öffentlichkeitswirksamen Aktionen**

Anmerkungen

### **5.1 Warum Öffentlichkeitsarbeit?**

Die Öffentlichkeitsarbeit dient dazu, die Identität, Zielsetzung und Interessen des Jugendrotkreuzes nach innen und außen darzustellen. Nur, wer sich zeigt, wird auch verstanden: Wer die Öffentlichkeit nicht wahrnimmt, wird von der Öffentlichkeit nicht wahrgenommen, oder ganz anders, als er es selbst vermutet hätte. Öffentlichkeitsarbeit ist immer zielgerichtet; solche Ziele können sein:

- Die Steigerung des Bekanntheitsgrades des Jugendrotkreuzes (Nur etwa 30 Prozent der Gesamtbevölkerung kennen das Jugendrotkreuz.)
- Die Werbung neuer Mitglieder (Nicht einmal ein Prozent der Jugendlichen zwischen 6 und 27 Jahren sind Mitglied im Jugendrotkreuz.)
- Die Anerkennung der Arbeit des Jugendrotkreuzes durch die Öffentlichkeit
- Rückhalt, Verständnis und Unterstützung (ideelle, finanzielle und personelle) durch die Öffentlichkeit.

Öffentlichkeitsarbeit kann sehr viel Spaß machen, indem man eigene kreative Ideen umsetzt, beispielsweise bei der Gestaltung eines Plakates. Daneben kann man seine eigenen Fähigkeiten erweitern, indem man systematische Planung und Umsetzung erlernt. Nicht zuletzt trägt Öffentlichkeitsarbeit dazu bei, die eigene Selbstsicherheit zu erhöhen.

### **5.2 Ziele/Zielgruppe**

#### **Wie betreibt man Öffentlichkeitsarbeit?**

Öffentlichkeitsarbeit hat eigentlich jeder schon einmal in der einen oder anderen Form geleistet, denn alles, was dazu beiträgt, den Verband und seine Arbeit in irgendeiner Form bekannt zu machen, gehört dazu. Also nicht nur Großveranstaltungen, sondern auch von einer Gruppenstunde zu erzählen oder jemanden zu einer Veranstaltung des Jugendrotkreuzes mitzunehmen, sind dabei zu nennen. Verfolgt man ein bestimmtes Ziel, wie die Werbung neuer Mitglieder, ist es sinnvoll, sich gezielt eine Strategie zu überlegen.

Plant ihr eine Aktion, solltet ihr euch grundsätzlich überlegen, welches Ziel ihr damit erreichen möchtet. Hier ein paar beispielhafte Gedanken/Fragestellungen:

- Wollt ihr einfach nur darstellen, dass sich das Jugendrotkreuz mit dem Thema "Gewalt" auseinandersetzt (Selbstdarstellung zum Zweck des Imagegewinns und/oder der Mitgliederwerbung) oder
- Wollt ihr vielleicht die "Normalbevölkerung", zum Beispiel die Passanten am Samstag Vormittag in der Fußgängerzone, für das Thema "Gewalt" sensibilisieren? Wofür genau? Sollen sie zum Beispiel Zivilcourage zeigen,



### Anmerkungen

das heißt nicht wegschauen, sondern Stellung beziehen und eingreifen, wenn sie in ihrem Alltag Gewalt begegnen?

- Wollt ihr vielleicht, dass Eltern ihren Erziehungsstil überdenken und Kinder als gleichberechtigte Partner mit eigenen Bedürfnissen akzeptieren und nicht ihre Macht durch Schläge demonstrieren?
- Wollt ihr, dass Kinder einsehen, dass Gewalt kein geeignetes Mittel ist, um Konflikte untereinander zu lösen, sondern meistens zur Eskalation führt?
- Wollt ihr, dass Jugendliche das Eigentum anderer respektieren lernen und daher Graffitis an Hauswänden, Autoreifen-Abstechen und andere Sachbeschädigungen unterlassen?
- Wollt ihr auf rechtsextreme Gruppen zugehen und ihnen verdeutlichen, dass ihre Gewalt(-bereitschaft) gegen Ausländer, Asylbewerber, Behinderte, Andersgläubige... hauptsächlich auf Vorurteilen beruht und gegen die Würde des Menschen verstößt?
- Wollt ihr Politiker auffordern, gesellschaftliche Benachteiligungen bestimmter Bevölkerungsgruppen abzubauen, zum Beispiel Jugendarbeitslosigkeit zu beseitigen oder die Benachteiligung von Kindern im Straßenverkehr abzubauen (siehe Kampf gegen Raser in "Spielstraßen")?
- ...

### Habt ihr das Ziel formuliert zum Beispiel:

#### intern

passive Mitglieder reaktivieren  
eigene Mitglieder informieren

#### extern

neue Mitglieder werben  
Anerkennung der JRK - Arbeit

könnt ihr euch eine gezielte Strategie zur Erreichung des Ziels überlegen.

### Zielgruppe

Nicht einmal zehn Prozent der ungeheuren Informationsflut, der ein Mensch täglich ausgesetzt ist, wird wahrgenommen. Über 90 Prozent versumpfen ungeachtet als sogenannter "Informationsmüll", wobei für jeden Menschen andere Maßstäbe gelten: was den einen interessiert, langweilt den anderen. Die Öffentlichkeit im Allgemeinen ansprechen zu wollen, funktioniert aus diesem Grund nicht. Je spezifischer die Zielgruppe ist, desto eher lassen sich die eigenen Interessen an dieser Gruppe feststellen und geeignete Maßnahmen zur Umsetzung finden.



### Anmerkungen

#### Wen wollt ihr ansprechen?

Wer genau ist eure Zielgruppe? Sind es eher Erwachsene, Kinder oder Jugendliche? Sind es "Unbeteiligte" ("die ahnungslose Bevölkerung") oder wollt ihr bestimmte gewaltbereite Gruppen, zum Beispiel Skinheads, direkt erreichen? Je nachdem müsst ihr entscheiden, wie und mit welchem Ziel ihr die Zielgruppe am besten ansprechen könnt, also welche Aktion ihr durchführen wollt und wo.

#### Beispiele für Zielgruppen:

##### intern

eigene (passive) Mitglieder  
andere Ebenen des Deutschen Roten Kreuzes

##### extern

Eltern von Mitgliedern  
Interessierte

### 5.3 Rahmenbedingungen

#### Häufigkeit

Öffentlichkeitsarbeit ist nur dann sinnvoll und effektiv, wenn sie systematisch geplant und langfristig verfolgt wird. Sogenannte "Zabaione"-Strategien (= nichts als Schaumschlagerei) nützen, wenn überhaupt, nur kurzfristig.

#### Maßnahmen

Bevor konkrete Maßnahmen geplant werden, sollte man Folgendes prüfen:

- Ist die Maßnahme dazu geeignet, dass angestrebte Ziel zu verwirklichen?
- Eignet sich die Maßnahme überhaupt für die Zielgruppe?

**Beispiel:** Um die Arbeit des Jugendrotkreuzes bei interessierten Jugendlichen darzustellen, eignen sich gedruckte Informationen weniger (beispielsweise Handzettel). Besser ist es, die Arbeit konkret vorzuführen, zum Beispiel durch ein Streetball-Turnier, Erste-Hilfe-Übungen et cetera.

#### Grundsätzliches

Bei allen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit sollten einige Punkte unbedingt berücksichtigt werden.

#### Das Erscheinungsbild des Jugendrotkreuzes

Der Name Jugendrotkreuz und das Jugendrotkreuz-Logo sollte bei allen Aktionen deutlich sichtbar und in unveränderter Form verwendet werden (Entsprechendes Manual: Reprovorlagen, Briefbögen, Logos liegen bei allen Kreisverbänden vor).



### *Anmerkungen*

#### **Die Absprache aller Aktionen**

Alle Aktionen (Infostand, Schaukasten, Ausstellungen), die im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit erfolgen, sollten mit den zuständigen Ausschüssen und den DRK-Geschäftsführern abgesprochen werden.

#### **Genehmigungen einholen**

Einige Aktionen sind genehmigungspflichtig, zum Beispiel das Aufstellen von Plakaten oder eines Infostandes (ungenehmigtes Aufstellen wird bestraft!). Bevor also Konkretes geplant wird, erst die Erlaubnis einholen (bei der Stadt, wenn es sich um öffentliche Plätze handelt, oder beim leitenden Personal der Einrichtung, in der ein Plakat platziert werden soll).

#### **Das Urheberrecht beachten**

Bedient man sich bei seinen Veröffentlichungen der Artikel, Zitate oder Zeichnungen fremder Autoren, muss man vorher die Genehmigung des Autors oder des Verlages einholen, da sie das Copyright besitzen.

#### **Formen der Öffentlichkeitsarbeit**

1. Persönliches Gespräch
2. Handzettel / Faltblätter / Rundbriefe / eigene Zeitung
3. Plakate
4. Kleinwerbeträger (Postkarten / Buttons / T-Shirts / Luftballons / Aufkleber und so weiter)
5. Öffentliche Darstellung
  - 5.1. Tag der Offenen Tür / Ausstellungen
  - 5.2. Infostand / Flohmarkt
  - 5.3. Schaukasten / Kalender
  - 5.4. Theater (Blitztheater, Straßentheater) / Schauschminken
  - 5.5. Videos / Filme / Diaserien
  - 5.6. Vorträge
6. Präsenz
7. Pressearbeit und Pressefotos
  - 7.1. Ankündigung von Veranstaltungen
  - 7.2. Journalisten zu Aktionen einladen
  - 7.3. Selbst einen Bericht verfassen
  - 7.4. Pressefotos
  - 7.5. Leserbrief
8. Rundfunk

Im Folgenden möchten wir die Formen, die für die Kampagne des Jugendrotkreuzes nützlich sein könnten, noch etwas näher betrachten.



### Anmerkungen

#### **Persönliches Gespräch**

Zufriedenheit mit dem, was man tut, und darüber zu sprechen, ist die beste Öffentlichkeitsarbeit. Im aktiven Austausch kann man auf die Gesprächspartner (Interessierte oder auch Kritiker) direkt und individuell eingehen. Offen und persönlich über sich selbst zu reden, schafft Vertrauen und macht den Gesprächspartner für die weitere Kommunikation aufgeschlossen. Sich hinter Floskeln zu verstecken, wirkt unglaublich unwirksam.

#### **Handzettel / Faltblätter / Rundbriefe / eigene Zeitung**

Diese Form der Öffentlichkeitsarbeit erreicht eine größere Anzahl von Leuten als das persönliche Gespräch, sollte aber nicht isoliert eingesetzt werden, da sie bei der Vielzahl unterschiedlichster Werbung, die täglich in die Haushalte flattern, kaum noch Beachtung findet. Wirkungsvoller ist es, Handzettel und Faltblätter während anderer Aktionen, Informationsveranstaltungen, Straßentheater an Interessierte zu verteilen.

#### **Arbeitsschritte:**

1. Sammeln von Informationen und Bildern / Zeichnungen
2. Ausgewählte Informationen (möglichst nicht zu viel Text - Slogans sind einprägsamer) handschriftlich formulieren und auf Verständlichkeit hin überprüfen. Am besten von einem anderen noch einmal durchlesen lassen (Gegenlesen).
3. Text auf einem PC schreiben und guten Drucker verwenden. Sollte dieser nicht vorhanden sein, eignet sich auch eine gute Schreibmaschine.
4. Text gegebenenfalls korrigieren. Gegenlesen lassen - eigene Tippfehler übersieht man gerne.
5. Überschrift deutlich anbringen. Am besten mit Reibebuchstaben (Letraset).
6. Titelseite gestalten. Text und Grafik voneinander abheben.
7. Texte, Bilder/Zeichnungen einscannen oder, falls kein Scanner vorhanden ist, aufkleben. In diesem Fall die Ränder mit flüssigem Tipp-Ex übermalen. (Sieht man die Ränder trotzdem noch sehr deutlich, das Blatt erst kopieren und dann nochmals mit Tipp-Ex ausbessern.)
8. Beidseitig kopieren

#### **Plakat**

Plakate sind besonders dafür geeignet, um Inhalte kreativ zu gestalten. Sie können sehr wirkungsvoll sein, wenn sie interessant gestaltet und am richtigen Ort (mit viel Publikumsverkehr) platziert sind. Besonders zur Unterstützung anderer Formen der Öffentlichkeitsarbeit, zum Beispiel eines Infostandes, oder zur Ankündigung einer Veranstaltung.



### *Anmerkungen*

#### **Arbeitsschritte:**

1. Inhaltliche Zielsetzung festlegen (Mitgliederwerbung)
2. Sammlung von Ideen zur Gestaltung (Text, Bilder / Zeichnungen)
  - der Plakatinhalt sollte Interesse wecken und schnell erfassbar sein
  - die Bilder / Zeichnungen sollten auch aus einigen Metern Entfernung noch gut sichtbar sein
  - Bild und Text sollten sich optisch voneinander abheben
  - Termine und Adressen anbringen
3. Auswahl des gesammelten Materials
4. Vorentwurf des Plakates
5. Festlegung des endgültigen Entwurfs
6. Anfertigung des Plakates
7. Platzierung des Plakates
  - im Kreisverband, sofern nicht nur Leute dort hin kommen, die bereits informiert sind
  - in Jugendhäusern und Freizeitheimen
  - bei allen öffentlichen Veranstaltungen des Deutschen Roten Kreuzes - auf eigenen Plakatständern
  - an beliebigen Orten, Schule und öffentliche Büchereien.
  - Genehmigung des Hauseigentümers beziehungsweise Mieters einholen!

#### **Präsenz**

Erscheint man bei allen relevanten Ereignissen, (Veranstaltungen des Kreisjugendrings, große Sportveranstaltungen, örtliche Prozessionen) ist man gut informiert und hat die Möglichkeit, bei Entscheidungsprozessen mitzuwirken.

#### **Pressearbeit / Pressefotos**

Presseveröffentlichungen sind ein wichtiger Bestandteil, weil viele Leute erreicht werden und damit auch der Bekanntheitsgrad gesteigert wird. Es gibt mehrere Möglichkeiten, in die Presse (besonders in Tageszeitungen) zu kommen:

- Ankündigung von Veranstaltungen
- Journalisten zu Aktionen einladen
- Selbst einen Bericht verfassen
- Leserbrief schreiben



### Anmerkungen

#### Ankündigung von Veranstaltungen

Eine öffentliche Veranstaltung kann man in den meisten Zeitungen unentgeltlich ankündigen lassen. Die Redaktion sollte mindestens eine Woche vorher eine Mitteilung folgenden Inhaltes erhalten:

- Titel der Veranstaltung
- Ort und Beginn (Uhrzeit)
- Was wird geboten? (Thema)
- Eintrittspreis
- Wer ist der Veranstalter?
- Telefonnummer für Nachfragen

Ob kurze Nachricht oder längere Berichterstattung: Der Artikel sollte unbedingt die "sieben W-Fragen" enthalten:

**Wer?**

**Was?**

**Wo?**

**Wann?**

**Warum?**

**Wie (auf welche Weise)?**

**Mit wessen Hilfe?**

#### Weitere Regeln:

1. Zahlen werden von eins bis zwölf in Buchstaben geschrieben, ab 13 in Ziffern. Ausnahme: "eine Million" wird ausgeschrieben. "Prozente" werden ebenfalls ausgeschrieben (nicht %).
2. Zuerst die Hauptattraktion benennen, dann die weniger wichtigen.
3. Kein "Insider-Protokoll" verfassen, sondern genau überlegen, was den Leser interessieren könnte, der nicht beim Jugendrotkreuz ist. Auch interne Kürzel, zum Beispiel LdJA (Landesjugendausschuss), nur verwenden, wenn sie anfangs erklärt werden.
4. Die Sprache sollte klar, prägnant, sachlich und ohne Umschweife sein (nachrichtenmäßig, aber nicht langweilig).
5. Die dritte Person Singular oder Plural ist richtig (also er, sie, es oder das Jugendrotkreuz, der Kreisverband, und so weiter).
6. Passivsätze sollten vermieden werden (zum Beispiel "Es wurde gemacht").
7. Keine Floskeln, leere Worte oder Gemeinplätze benutzen.
8. Lange Sätze ebenso vermeiden wie eine Aneinanderreihung ganz kurzer Sätze (Abwechslung hineinbringen!).
9. Nur gängige Fremdwörter sollten verwendet werden. (Im Zweifelsfall lieber verzichten!) Ebenso sind Abkürzungen sehr sparsam zu verwenden. Besser überhaupt nicht!
10. Schachtelsätze und schwieriger Satzbau mit vielen Einschüben vermeiden.





### *Anmerkungen*

### **5.4 Vorüberlegungen**

Ihr habt euch in der Gruppe mit dem Thema "Gewalt" auseinandergesetzt (siehe Kapitel III) und – vielleicht auch aus eigener Betroffenheit – beschlossen, damit in die Öffentlichkeit zu gehen.

Ihr müsst euch aber darüber im Klaren sein, dass eine öffentlichkeitswirksame Aktion gut vorbereitet werden muss und einiges an Arbeit erfordert. Die Gruppe muss also sehr motiviert und bereit sein, längere Zeit an diesem Thema zu arbeiten und eventuell andere Interessen zurückzustellen.

Eine intensive Auseinandersetzung in der Gruppe ist Voraussetzung, um auch kniffligen Fragen, die aus der Öffentlichkeit oder von Medienvertretern an euch herangetragen werden, Stand halten zu können.

Vielleicht wollt ihr nicht das Thema Gewalt allgemein angehen, sondern einen bestimmten Aspekt in den Vordergrund stellen (siehe Kapitel III). Bei der Festlegung des genauen Themas spielen das Alter und die Interessen der Gruppenmitglieder eine wichtige Rolle. Vielleicht seht ihr aber auch einen konkreten Handlungsbedarf auf Grund eines aktuellen Ereignisses, zum Beispiel Schändung eines jüdischen Friedhofs, Erpressung von Kindern auf dem Schulweg, Überfall auf ein ausländisches Gruppenmitglied, Vergewaltigung einer Mitschülerin oder ähnliches.

Bevor ihr eure Aktion plant, solltet ihr euch unbedingt Kapitel III Auswahl von Themen, Methoden und Grundregeln von Planung anschauen. Hier erfahrt ihr alle wichtigen Grundregeln, die es bei der Planung von Aktionen zu beachten gibt.



### 5.5 Aktionsvorschläge:

Anmerkungen

<b>Name:</b>	<b>"Gewalt im Kinderzimmer"</b> (besonders geeignet für Kindergruppen)
<b>Ziele:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kinder und Erwachsene dafür sensibilisieren, dass Kinder mit gewaltverherrlichenden Spielen, Filmen und Vorbildern aufwachsen und ihnen - ob bewusst oder unbewusst - Gewalt als Mittel der Konfliktlösung nahegelegt wird</li><li>• Kinder zu kritischem Umgang mit Spielzeug anregen</li><li>• Erwachsene zu bewusstem Spielzeugkauf anregen (zum Beispiel in der Vorweihnachtszeit)</li></ul>
<b>Zielgruppe:</b>	Kinder als Betroffene Eltern, Verwandte, Nachbarn..., die Kinder beschenken
<b>Methode:</b>	Spielzeugsammelaktion, Ausstellung
<b>Material:</b>	Gewaltverherrlichendes Spielzeug, Tische, Info- und Werbematerialien zur Kampagne
<b>Ort:</b>	Eine Aktion zu diesem Thema lässt sich ebenso gut an einem Tag mit viel Publikumsverkehr in der Fussgängerzone, beim Tag-der-offenen-Tür des DRK-Ortsvereins wie auch beim Kindergarten- oder Schulfest beziehungsweise Projekttagen oder Elternabenden durchführen.
<b>Ausführung:</b>	<p>Ihr habt euch in der Gruppe mit dem Thema Gewalt auseinandergesetzt und die Mitglieder sind dafür sensibilisiert. Die Gruppenmitglieder haben erkannt, dass sich so mancher Zeichentrickfilm als wahrer Kampfplatz entpuppt, das Kinderzimmer oft einer Waffenkammer gleichen und der ach-so-bewunderte Serienheld XY seine Konflikte am liebsten mit den Fäusten löst.</p> <p>Fordert die Gruppenmitglieder auf, ihre Spielsachen, Videos, Kassetten, Bücher, Poster/Fotos... zu durchsuchen und gewaltverherrlichende Sachen in die Gruppenstunde an einem bestimmten Termin mitzubringen. Ihr werdet staunen, was da alles zusammenkommt! Überlegt, an welchem Termin/im Rahmen welcher Veranstaltung ihr eine Ausstellung mit den gesammelten Sachen machen könntet. Eventuell könnt ihr auch bei der Ankündigung der Aktion andere Kinder dazu auffordern, ihre gewaltverherrlichenden Spielsachen der Ausstellung beizusteuern. Eventuell sollte eine Tauschmöglichkeit, zum Beispiel gegen ein kleines selbstgemachtes Spiel, angeboten werden. Die Ausstellung sollte öffentlichkeitswirksam mit den Informations- und Werbematerialien zur Kampagne präsentiert werden.</p>



### Anmerkungen

- Name:** "Wir bauen eine Mauer gegen die Gewalt"
- Ziel:** • Die Öffentlichkeit (Passanten, Teilnehmer an einer Veranstaltung, oder andere) sollen angeregt werden, sich mit dem Thema Gewalt auseinander zu setzen und ihre Meinung zu sagen
- Zielgruppe:** Alle
- Methode:** "Brainstorming", Aktion
- Material:** Viele Kartons der gleichen Größe (Tipp: zum Beispiel beim "Essen-auf-Rädern" nach "Apetito-Kartons" fragen!), Karteikarten oder Metaplankarten, dicke Stifte, Klebestifte, Info-Stand mit Info- und Werbematerialien zur Kampagne
- Ort:** Fußgängerzone, öffentlicher Platz, Rot-Kreuz-Heim beim Tag-der-offenen-Tür, Schulfest, Projekttag...
- Ausführung:** Jeder kann sein Statement zum Thema Gewalt auf eine Karte schreiben, zum Beispiel "Gewalt ist doof!", "Gewalt ist, wenn ausländerfeindliche Witze erzählt werden"... Diese Karten werden auf eine Seite eines zusammengefalteten Kartons geklebt. Mit den Kartons wird eine Mauer gebaut. Um die Hemmschwelle abzubauen und die Öffentlichkeit zur Mitarbeit zu motivieren, sollte bereits ein Grundstock an "Mauersteinen" vorhanden sein, zum Beispiel Statements, die ihr in der Gruppenstunde gesammelt habt. Auch hier sollte ein Infostand zur Kampagne aufgebaut werden.
- Name:** "Provokation"
- Ziel:** • Die Leute dazu auffordern, sich bei gewaltsame Auseinandersetzungen einzumischen und Stellung zu beziehen
- Zielgruppe:** Öffentlichkeit
- Methode:** "Stehgreiftheater"
- Material:** Schminkutensilien, versteckter Infostand mit Stellwänden, Tisch
- Ort:** in der Fußgängerzone, auf öffentlichen Plätzen, im Bus, in der Straßenbahn, bei Veranstaltungen...
- Ausführung:** In einem Rollenspiel soll eine Schlägerei (eventuell auch nur verbale Attacken) zwischen Kindern oder Jugendlichen dargestellt werden. Um die Verletzungen darzustellen, könnte eventuell eine RUD-Gruppe (Realistische Unfalldarstellung) mitwirken. Die Reaktion der Passanten soll getestet werden. Sie sollen, wenn sie unbeeindruckt weitergehen, angesprochen werden, um sie an den abseits stehenden Infostand zu lotsen und das Gespräch mit ihnen zu suchen.



- Name:** "Gewalt in unserer Stadt/unserem Dorf"
- Ziel:** • Den Passanten verdeutlichen, dass die Spuren von Gewalt allgegenwärtig sind und nicht weit weg, sondern auch im unmittelbaren Umfeld anzutreffen ist
- Zielgruppe:** Öffentlichkeit (Kinder und Erwachsene)
- Methode:** Ausstellung mit Fotos, Collagen
- Material:** Ausstellungswände mit Fotos, Collagen..., Tisch
- Ort:** Info-Stand in der Fußgängerzone, Ausstellung an Orten mit viel Publikumsverkehr (Rathaus, Jugendzentren, Schulen, Einkaufszentren, Tag-der-offenen-Tür im Rot-Kreuz-Heim...)
- Ausführung:** Im Rahmen der Gruppenstunden oder an einem Extra-Termin sollen die Gruppenmitglieder durch das Dorf/die Stadt ziehen und Spuren von Gewalt fotografieren (eventuell "Reviere" festlegen). Das können ebenso abgerissene oder überquellende Papierkörbe sein, wie Graffitis an Häuserwänden, zertrampelte Blumenbeete, zerstörte Geräte auf dem Spielplatz, die Müllkippe im Wald, die Auslagen im Waffengeschäft... Wählt die besten Fotos aus und lasst sie vergrößern. Stellt daraus und aus gesammelten Zeitungsberichten über Gewalttaten in eurer Stadt/eurer Umgebung Collagen zusammen, die ihr bei eurer öffentlichen Aktion an Stellwände pinnen könnt. Dekoriert wird der Stand mit den Info- und Werbematerialien aus dem Medienkoffer zur Kampagne. Mit den angesprochenen Passanten werden sich rasch Gespräche über die von ihnen wahrgenommenen und erlebten Gewalttaten ergeben.

Anmerkungen



### Anmerkungen

**Name:** "Spurensuche"

**Ziel:**

- Der Öffentlichkeit bewusst machen, dass sich der Nationalsozialismus nicht nur – wenn auch dort in seiner grausamsten Form - in Konzentrationslagern abgespielt hat, sondern überall im Alltag eines Jeden zugegen war. Das häufig hervorgebrachte Argument "Wir haben nichts davon gewusst" wird auf diese Weise schnell widerlegt. Die Passant/innen sollen so für die Anfänge von rechtsextremistischem Gedankengut sensibilisiert werden und ermutigt werden einzuschreiten.

**Zielgruppe:** Öffentlichkeit

**Methode:** Fotosafari, Interviews, Recherche, Dokumentation

**Material:** Stellwände, Tische, eventuell Kassetten-Recorder, Fernseher und Videogerät

**Ort:** Fußgängerzone, Schulen, Jugendzentren, Rathaus...

**Ausführung:** Auch eine solche Aktion muss gründlich vorbereitet werden. Sammelt Spuren der Nazi-Zeit in eurer Stadt: Welchen Zulauf hatten nationalsozialistische Organisationen wie die Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei (NSDAP), Hitlerjugend(HJ), Bund Deutscher Mädel (BDM)? Gab es Sammel-/Arbeits- oder Konzentrationslager? In welchen Fabriken waren Zwangsarbeiter beschäftigt? Bei welchen Baumaßnahmen waren Zwangsarbeiter eingesetzt? Welche Betriebe verdienten am Aufbau der Kriegsmaschinerie? Gab es jüdische Geschäfte, eine Synagoge, Friedhöfe, die zerstört wurden? Wo haben jüdische Familien gewohnt, die vertrieben wurden? Welche "Jubelveranstaltungen" wurden für die Nazis oder von ihnen organisiert? Sammelt alte Dokumente und Zeitungsberichte in Archiven, Buchhandlungen, Antiquariaten..., nehmt Interviews mit Zeitzeugen auf, stöbert in Fotoalben, macht Fotos von noch erhaltenen Spuren, oder was auch immer euch einfällt! Wenn der Anfang erst mal gemacht ist, kommt der Rest meist von selber! Es wird euch nicht schwer fallen, aus all den gesammelten Materialien einen Info-Stand zusammenzustellen, der eindrucksvoll beweist, dass der Nationalsozialismus nicht vor den Toren eurer Stadt Halt gemacht hat. Ein Gespräch über die Verbreitung rechtsextremistischen Gedankengutes in der heutigen Zeit entwickelt sich mit den Passanten dann meist ganz rasch!

Sicher habt ihr noch ganz andere und vielleicht auch viel bessere Ideen! Lasst es uns wissen, damit wir sie in der Ergänzungslieferung zur Arbeitshilfe veröffentlichen können.