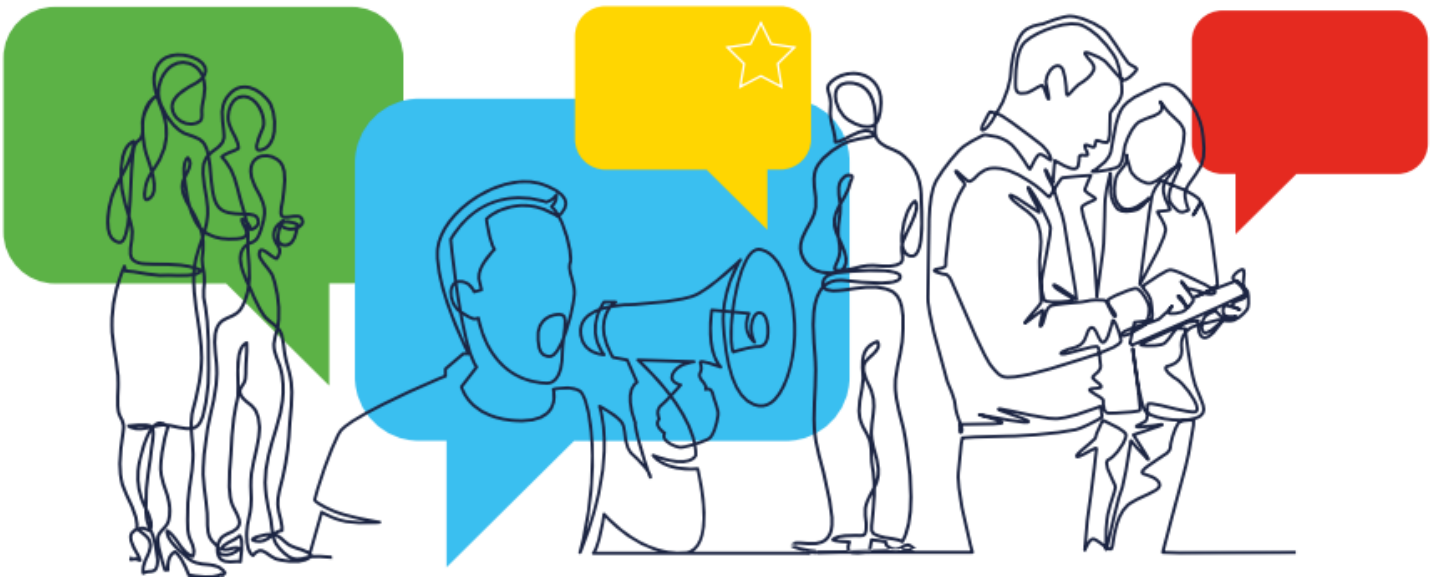
LEARN

FORUM ZUR EUROPÄISCHEN BÜRGERINITIATIVE

Das richtige Team für Ihre Europäische Bürgerinitiative



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE

Ein gut strukturiertes Team ist der Schlüssel zum Erfolg

Kampagnen für Europäische Bürgerinitiativen (EBI) erfordern **länderübergreifende Koordinierung, klare Kommunikation und widerstandsfähige Strukturen**. Eine EBI-Kampagne teilt sich auf in mehrere kleinere Kampagnen auf nationaler Ebene, deren Botschaften zu den einzelnen Regionen passen. Mithilfe eines leistungsfähigen und gut strukturierten Teams können Sie Ihre Reichweite vergrößern, angemessen auf unerwartete Ereignisse reagieren, sich daraus ergebende Chancen maximieren und die Dynamik aufrechterhalten.

Möglicherweise bietet es sich für Ihre Zwecke an, Ihre Kampagne dezentral aufzustellen – das hat Auswirkungen auf Ihre gesamte Strategie.

- Nehmen Sie alle **länderübergreifenden Möglichkeiten** mit und behalten Sie stets die EU-weite Koordinierung und die Einhaltung von Rechtsvorschriften im Blick.

- Nationale Teams setzen die Kampagne auf lokaler Ebene um, indem sie die passenden Botschaften **für jede Region entwerfen** und Unterschriften vor Ort sammeln.

- **Eine klare Verteilung der Rollen, Zuständigkeiten und Aufgaben** sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene sind für die grenzübergreifende Wirkung und nachhaltige Ergebnisse Ihrer EBI von entscheidender Bedeutung.

Wenn Sie mit Ihrer Kampagne bei Null anfangen …

… dann lohnt es sich, **erfahrene Aktivistinnen oder Aktivisten mit ins Boot zu holen.** Diese wissen meist am besten, wie man Bürgerinnen und Bürgern für sich gewinnt. Bei einer **länderübergreifenden Kampagne** wie einer Europäischen Bürgerinitiative braucht es das Wissen um die kleinen Unterschiede zwischen verschiedenen Zielgruppen und Finesse im Umgang mit grenzüberschreitenden Dynamiken. Mithilfe ihrer Erfahrungen können die Strategie gestrafft, Einarbeitungszeiten verkürzt und die sehr spezifischen Herausforderungen einer EBI wirksam bewältigt werden.

Beginnen Sie mit einer klaren Strategie: Verteilen Sie die Schlüsselrollen im Einklang mit den Zielen Ihrer Kampagne.

Tipp anderer Organisationsteams

Ein Großteil des Teams der EBI *PsychedeliCare* setzte sich aus Fachleuten für Psychologie, Psychiatrie, Medizin und Forschung zusammen. Für viele von ihnen war es das erste Mal, dass sie bei einer solchen Kampagne mitmachten, aber sie brachten **viel Fachwissen** mit. Dies wirkte sich positiv auf die **Glaubwürdigkeit, die Entwicklung der Inhalte und die Öffentlichkeitsarbeit** in ihrem jeweiligen Bereich aus. Sie empfehlen künftigen EBI-Organisationsteams dennoch, mit erfahrenen Aktivistinnen und Aktivisten zusammenzuarbeiten, um die Koordinierung zu straffen, Einarbeitungszeiten zu verkürzen und von Anfang an eine solide Kampagnenstruktur aufzubauen.

Wenn Sie Ihre Kampagne auf bestehende Organisationen stützen …

… dann bieten diese bereits etablierten zivilgesellschaftlichen Organisationen Vorteile wie bereits vorhandene **Netze, Verwaltungskapazitäten, Fachwissen** und **Glaubwürdigkeit**. Dies erleichtert die **Öffentlichkeitsarbeit, die Mittelbeschaffung und die Schließung weiterer Partnerschaften** und führt möglicherweise zu einem **EU-weiten Bündnis**, das gemeinsam für die EBI mobilisiert.

Tipp anderer Organisationsteams

Das Kampagnenteam der EBI *My Voice, My Choice* entstand aus einer NRO in Slowenien. Dadurch hatte es einen unmittelbaren Zugang zu einer Kommunikationsinfrastruktur und einer bereits bestehenden Zielgruppe, sodass das Team schnell wuchs und seine Reichweite über Grenzen hinweg erweitern konnte.

Leitung eines länderübergreifenden Teams

Die Koordinierung eines EBI-Teams in mehreren Ländern bringt automatisch sprachliche, kulturelle und logistische Herausforderungen mit sich.

- Es braucht **klare Kommunikation und Flexibilität**, um internationale Teams aufeinander abzustimmen.

- Sorgen Sie dafür, dass Ihre **Kampagnenmaterialien leicht verständlich und zugänglich** sind, damit Ihre Mitstreiter in allen Ländern sie leicht verstehen und sich daran anpassen können.

- Möglicherweise ist es sinnvoll, **Verantwortliche für die Öffentlichkeitsarbeit in jedem Zielland zu benennen**. Diese stellen sicher, dass alle Inhalte **auf das lokale Publikum zugeschnitten** sind. Diese Personen sollten qualitativ hochwertige Übersetzungstools nutzen oder mit Muttersprachlerinnen und -sprachlern zusammenarbeiten, damit die wichtigsten Dokumente und Botschaften der Kampagne mit der Gesamtbotschaft übereinstimmen. So bleibt Ihre Botschaft überall gleich, während regionale Unterschiede berücksichtigt werden.

Anleitung der nationalen Teams

Stellen Sie Materialien wie Kampagnenübersichten, Bildmaterial, Leitlinien und Musterbotschaften bereit, die über bestehende Netzwerke verbreitet werden können, um potenzielle neue Teammitglieder und Freiwillige zu erreichen.

- Eine **einfach zu erreichende Anlaufstelle, an die sich Neuzugänge wenden können,** baut Vertrauen in Ihre Arbeit auf und macht es einfacher, sich Ihrer Kampagne anzuschließen.

Tipp anderer Organisationsteams

Zum Aufbau von nationalen Teams bat *PsychedeliCare* zunächst Partnerorganisationen um Unterstützung bei der Suche nach interessierten Freiwilligen in verschiedenen Ländern. Diese Organisationen verbreiteten den Aufruf über ihre Social-Media-Kanäle und Newsletter. Das Kampagnenteam richtete auf seiner Website auch ein Kontaktformular ein, über das interessierte Personen einfach Kontakt aufnehmen und ihr jeweiliges Land angeben konnten. Das machte es dem Kampagnenteam einfach, ihren nationalen Abteilungen die passenden Freiwilligen zuzuteilen.

Zu einem typischen nationalen Team gehören beispielsweise:

- eine **nationale Koordinierungsperson**, die für die Erfassung der lokalen Interessenträger zuständig ist,
- eine **Person, die Inhalte** selber erstellt und/oder das Kampagnenmaterial an den nationalen Kontext anpasst,
- eine **Koordinierungsperson für Freiwillige**, die zusätzliche Unterstützerinnen und Unterstützer anwirbt und einsetzt.

Für die Kohärenz in der gesamten Kampagne ist es sinnvoll, die nationalen Teams ähnlich aufzubauen und ähnliche Rollen zu verteilen. Das macht auch die Verwaltung und Skalierung wesentlich einfacher.

Instrumente und Software für die Koordinierung

Um eine EBI-Kampagne effizient zu koordinieren, lohnt es sich, **digitale Instrumente klug einzusetzen**.

- **Erleichtern** Sie Ihrem Team den Austausch mithilfe von **Messaging-Apps** wie WhatsApp oder Signal, in denen mit ein paar Klicks Gruppenchats erstellt werden können.

Tipp anderer Organisationsteams

Das Team der EBI *PsychedeliCare* nutzte hauptsächlich WhatsApp-Gruppen für die interne Kommunikation, wodurch es direkt mit Freiwilligen in der gesamten EU in Kontakt treten konnte. Dank einer speziellen Gruppe für nationale Koordinatorinnen und Koordinatoren war ein schneller Informationsaustausch, die Koordinierung der Aufgaben und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit kein Problem. Daher ihr Tipp: **Nutzen Sie Kommunikationsinstrumente, die Freiwillige bereits kennen**, um sie problemlos und inklusiv zu koordinieren.

- Mithilfe von **Kooperationstools mit visuellen Funktionen** wie Miro oder anderen Online-Whiteboards können Sie mit Ihrem Team Ideen entwickeln und bearbeiten. Für die **Verwaltung von Aufgaben und Arbeitsabläufen** bieten sich Plattformen wie Trello, Notion oder Slack an. Dort können Sie Zuständigkeiten zuweisen, Fortschritte verfolgen und die Transparenz gewährleisten.

Tipp anderer Organisationsteams

Die EBI *Stop Destroying Videogames* baute auf Discord eine Gemeinschaft von über 4 000 Freiwilligen auf, über die sie **schnell Unterstützung mobilisieren** kann. Discord ermöglicht es auch, die Länder und Stärken der Freiwilligen zu erfassen, lokale Influencerinnen und Influencer zu finden und rasch auf Ereignisse zu reagieren.

Zwar kann nichts den Mehrwert von Humanressourcen ersetzen, aber **KI-Instrumente können eine nützliche Robo-Assistenz** sein und quasi als kampagnenspezifisches Teammitglied fungieren.

- Auf ChatGPT können Sie z. B. **Ihr eigenes, auf Ihre Kampagne zugeschnittenes GPT-Modell** erstellen, das auf die Leitlinien, den Ton und das Image Ihrer Kampagne zugeschnitten ist. Nutzen Sie dieses Tool als Unterstützung für Ihre Kampagnenstrategie, zur Findung potenzieller Partner und Freiwilliger und für die allgemeine Planung.

- Mithilfe von **Videobearbeitungs- und Bildgenerierungsinstrumenten** wie Runway und MidJourney können Sie kreative Prozesse beschleunigen und hochwertige Medien für die sozialen Medien, Kampagnenmaterial oder visuelles Storytelling erstellen.

- Nutzen Sie **Übersetzungsinstrumente** wie DeepL für die Lokalisierung Ihrer Kampagnenmaterialien mittels mehrerer Sprachen.

Sinnvoll eingesetzt können fortgeschrittene **KI-Tools dort, wo es an Personal fehlt, Ihre Ressourcen und Zeit sparen**, die Sie für die Ausarbeitung Ihrer Strategie und für den Aufbau Ihres Netzwerks nutzen können.

Arbeitsteilung auf europäischer und nationaler Ebene

Ein großer Teil des Erfolgs einer EBI-Kampagne hängt von dem Aufbau eines gut eingespielten Teams ab, das Fachwissen auf europäischer und nationaler Ebene in sich vereint. Hier finden Sie einige Empfehlungen, wie Sie Ihre Kampagnenteams effektiv strukturieren und koordiniert arbeiten.

Tipp anderer Organisationsteams

Die EBI *My Voice, My Choice* entschied sich dafür, eine starke und einheitliche **Markenidentität über alle nationalen Teams** hinweg beizubehalten. Das Kernteam in Slowenien stellte sicher, dass Botschaften, visuelle Darstellungen und der Stil der Kampagne in den verschiedenen Ländern einheitlich blieben, ließ den nationalen Teams aber freie Hand, **die Inhalte leicht an die Gegebenheiten vor Ort anzupassen**. Diese Einheitlichkeit stärkte den **Wiedererkennungswert** der Kampagne, baute **Vertrauen** unter den Unterstützern auf und ermöglichte eine **kohärente Botschaft über Grenzen hinweg**.

Nachstehend finden Sie die typischen Rollen in einer länderübergreifenden Kampagne, unter denen die Zuständigkeiten aufgeteilt werden und die eine reibungslose Zusammenarbeit ermöglichen.

Mögliche Rollen für Teams und Untergruppen auf europäischer Ebene:

- **Politisches Team:** entwickelt die politische Position der Kampagne, beobachtet die Entwicklungen in den Rechtsvorschriften der EU und pflegt die Beziehungen zu politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern.
- **Hauptkoordinatorin bzw. -koordinator:** überwacht die Kampagne, stellt sicher, dass alle Teile zusammenarbeiten, und ist hauptsächlich für die Rechenschaftspflicht zuständig.
- **Team für Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und soziale Medien:** gestaltet das öffentliche Leitmotiv der Kampagne, kümmert sich um die Pressebeziehungen und die Öffentlichkeitsarbeit, überwacht die Strategie in den sozialen Medien und sorgt für die Sichtbarkeit der Kampagne.
- **Erstellerin bzw. Ersteller von Inhalten:** produziert ansprechende digitale Inhalte für Online-Plattformen, die auf die Botschaft der Kampagne abgestimmt sind. Sorgt so für mehr Reichweite, mehr Beteiligung und möglicherweise für einen viralen Hit.

Tipp anderer Organisationsteams

Die einnehmende Strategie von *My Voice, My Choice* in den **sozialen Medien machte den Unterschied für ihren Erfolg.** Ihre Online-Profile wurden zu einer **Plattform für Nachrichten und Informationen** über Themen im Zusammenhang mit Demokratie und Grundrechten und sie reagierten rasch auf globale Ereignisse. Durch ihr **regelmäßiges Posten von Inhalten mit Mehrwert** banden sie ihre Unterstützerinnen und Unterstützer an sich und verbreiteten den Aufruf zum Unterschreiben ihrer Initiative ganz natürlich. Dadurch gelang es ihnen, die Dynamik ihrer EBI aufrechtzuerhalten und eine Gemeinschaft rund um ihre Sache aufzubauen.

- **Juristisches Team:** berät zu den rechtlichen Anforderungen der EU und der einzelnen Länder, verfasst Bedingungen und Haftungsausschlüsse, sorgt für die Einhaltung der DSGVO.
- **Wissenschafts- und Expertenteam:** führt Hintergrundforschung durch, trägt sein wissenschaftliches oder technisches Fachwissen bei, entwirft evidenzbasiertes Material und unterstützt die Kampagne durch eine genaue und glaubwürdige Kommunikation in enger Abstimmung mit dem Team für Öffentlichkeitsarbeit.
- **Team für die Mittelbeschaffung:** ermittelt Finanzierungsmöglichkeiten, verfasst Finanzhilfeanträge, kümmert sich um die Beziehungen zu Gebern und um die Haushaltsplanung der Kampagne.
- **Team für das Partnernetz:** baut Kontakte zu NRO und anderen potenziellen Partnern auf und unterhält Beziehungen zu diesen.
- **Technik/IT-Team:** verwaltet die Website und sorgt für digitale Sicherheit.
- **Verwaltungsteam:** plant die Logistik der Kampagne und setzt diese um, einschließlich Eventmanagement, Reisekoordinierung und Versand von Material.
- **Team für die Freiwilligenkoordinierung:** nimmt neue Freiwillige auf, organisiert Schulungen, kümmert sich um das Wohlbefinden und die Motivation des Teams.

Mögliche Rollen für Teams und Untergruppen auf nationaler Ebene:

- **Nationale Koordinatorin bzw. nationaler Koordinator:** übernimmt das Ruder vor Ort, koordiniert die Bemühungen auf nationaler Ebene und erstattet dem Team auf europäischer Ebene Bericht.
- **Team für Veranstaltungen und Aktivitäten:** plant und organisiert Veranstaltungen vor Ort.
- **Team für Kommunikation und soziale Medien:** übersetzt Nachrichten und passt sie an das nationale Publikum an, erstellt auf die lokalen Gegebenheiten angepasste Inhalte und verwaltet lokale Plattformen.
- **Team für die Freiwilligenkoordinierung und die Einarbeitung:** begrüßt neue Mitglieder und führt sie in ihre Aufgaben ein.
- **Übersetzungsteam:** übersetzt und lokalisiert die Inhalte der Kampagne.
- **Team für das Partnernetz:** arbeitet mit lokalen Organisationen, Influencerinnen und Influencern sowie Medien zusammen und baut so eine breite Basis der Unterstützung auf.

Die Rollen können sich überschneiden, und manche Teammitglieder können mehrere Aufgaben übernehmen – je nach ihrem Fachwissen und ihrer Verfügbarkeit. Beispielsweise kann das Team für Kommunikation und soziale Medien auch Veranstaltungen und Aktivitäten planen und direkt bewerben. Auch das Übersetzungsteam kann gut mit dem Kommunikationsteam kombiniert werden und so die besten Strategien zur Anpassung von Botschaften an die nationalen Gegebenheiten erarbeiten.

Tipp anderer Organisationsteams

Für die EBI-Kampagne HouseEurope! sollten alle Teammitglieder sich überlegen, wie sie auf das Thema aufmerksam machen und die Botschaft verbreiten wollen. Jede Woche ***übernahm ein anderes Teammitglied die Betreuung der Social-Media-Accounts****. So kamen viele Menschen mit verschiedenen Ansichten zu Wort, was zu einer bunten Mischung von Inhalten zur Unterstützung der Initiative führte.*

Gewinnung und Betreuung von Freiwilligen

Bei der Arbeit mit Freiwilligen geht es nicht nur darum, Positionen zu besetzen. Es braucht Motivation und ein Zugehörigkeitsgefühl. Wie gewinnen Sie also Freiwillige für Ihren Zweck?

- Geben Sie ihnen **überschaubare, aber sinnvolle Aufgaben**. So können sie einen Beitrag leisten, ohne überfordert zu werden.
- Nehmen Sie sich die Zeit, um **ihre Interessen und Stärken kennenzulernen** und ihnen die Rollen zuzuteilen, in denen sie sich sowohl nützlich als auch erfüllt fühlen können.
- Sorgen Sie dafür, dass Ihre Freiwilligen auf lange Sicht motiviert und engagiert bleiben, indem Sie eine **klare Rollenverteilung, öffentliche Anerkennung und ein Gemeinschaftsgefühl** sicherstellen.

Tipp anderer Organisationsteams

Die EBI *Stop Destroying Videogames* rief Ihre **Freiwilligen auf, nur eine Stunde pro Woche oder pro Monat für die Kampagne aufzuwenden**. **Dieser Ansatz** setzt die Freiwilligen nicht unter Druck, wodurch **die EBI tausende engagierte Freiwillige gewinnen** und das Momentum in der Beteiligung aufrechterhalten konnte.

Krisenvorsorge und Ausweitung der Kampagne

Krisen sind unvermeidlich – Teammitglieder verlassen die Kampagne, die Technik fällt aus oder die Beteiligung in den sozialen Medien stagniert. Bereiten Sie sich auf diese spezifischen Szenarien vor.

- **Schulen Sie Ihr Personal in verschiedenen Bereichen**, damit nichts von einer einzelnen Person abhängt.
- Fällt beispielsweise die oder der Kommunikationsverantwortliche unerwartet aus, kann jemand aus dem Social-Media-Team oder ein Ersteller für Inhalte vorübergehend die Pressebeziehungen und die Planung von Inhalten übernehmen.

Tipp anderer Organisationsteams

Das Team der EBI *My Voice, My Choice* betont die **Bedeutung von Ausfallplänen** für Schlüsselfunktionen. Durch Ihre Vorbereitung auf mögliche Personalveränderungen konnten sie flexibel bleiben und reibungslos weiterarbeiten, wenn Teammitglieder unerwartet ausfielen.

- **Nutzen Sie verschiedene Technologieplattformen** und erstellen Sie Sicherheitskopien.
    - Wenn z. B. Ihre Hauptwebsite während eines großen Events abstürzt, können Sie Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer zu einer vorbereiteten Seite weiterleiten, die auf einem anderen Server gehostet wird.

Tipp anderer Organisationsteams

Die EBI *My Voice, My Choice* erhielt nach den Wahlen in den USA in den sozialen Medien einen sogenannten „Shadowban“, der ihre Sichtbarkeit auf wichtigen Plattformen stark einschränkte. Diese Erfahrung zeigt, wie wichtig die **digitale Resilienz** ist: verlassen Sie sich nicht auf eine einzige Plattform. Um sichtbar zu bleiben, weitete das Team seine Präsenz auf Alternativen wie Bluesky und Tumblr aus. Durch eine frühzeitige **Diversifizierung Ihrer digitalen Kanäle** sind Sie darauf vorbereitet, wenn Sie sich plötzlich nicht mehr auf eine Plattform verlassen können.

- **Benennen Sie Sprecherinnen und Sprecher** und geben Sie ihnen vorbereitete Gesprächspunkte.
    - So könnten beispielsweise ein Kampagnenkoordinator oder die Leitung der Kommunikationsabteilung ein vorbereitetes kurzes Statement in drei Punkten parat haben, um auf unerwartete Medieninterviews reagieren oder öffentliche Erklärungen abgeben zu können. Diese Kernbotschaften sollten vorab vom Team für Öffentlichkeitsarbeit in enger Zusammenarbeit mit dem Expertenteam ausgearbeitet werden, um sowohl Klarheit als auch Glaubwürdigkeit zu gewährleisten.

Tipp anderer Organisationsteams

An der EBI *Stop Destroying Videogames* zeigt sich, **wie wichtig gut informierte Freiwillige und ein gut informiertes Publikum für die Krisenresilienz ist.** Als ihre Kampagne von jemandem aus der Industrie falsch dargestellt wurde, mobilisierten sie ihre Gemeinschaft, um eine fundierte Diskussion zu führen und Missverständnisse zu korrigieren, wodurch aus dieser Situation letztendlich eine Chance für mehr Sichtbarkeit wurde.

- **Teilen Sie Ihre Freiwilligen** nach Kompetenzen und Verfügbarkeit ein.
    - So können beispielsweise Freiwillige, die sich mit Design auskennen, schnell Inhalte erstellen oder Freiwillige mit weniger Zeit die Sammlung von Unterschriften an bestimmten Aktionstagen unterstützen.

Tipp anderer Organisationsteams

Laut der EBI *Verbot von Konversionsmaßnahmen* erfordert der Kampf mit den Algorithmen in den sozialen Medien viele Ressourcen und jede Menge Beharrlichkeit. Für die Sichtbarkeit braucht es von Anfang an ein gut strukturiertes Kommunikations- und Social-Media-Team, das häufig postet, die Beteiligung aufrechterhält und schnell auf Nachrichten und Entwicklungen reagiert. „Es ist buchstäblich ein Kampf gegen den Algorithmus“, so das Team.

Wir empfehlen, Ihr Team bei der Einarbeitung und bei Schulungen mit einem Besuch auf dem EBI-Forum vorzubereiten. Zu Beginn jeder EBI-Kampagne wird das jeweilige Team zu einer **Videokonferenz mit Sachverständigen des EBI-Forums** eingeladen. Wenn alle Teammitglieder über bewährte Verfahren, Kampagnenstrategien und verfügbare Ressourcen Bescheid wissen, führt dies zu einer gemeinsamen Grundauffassung von den Anforderungen einer Initiative. So kann die Wirkung der Kampagne insgesamt maximiert werden.

Struktur macht Strategie möglich

Bei einer **EBI geht es nicht nur um Unterschriften** – es geht um **grenzüberschreitende Organisation, gemeinsame Bemühungen und den Aufbau einer nachhaltigen Bewegung, die über die Phase der Unterschriftensammlung hinausgeht.** Egal ob Sie zu fünft oder zu fünfzig sind – Sie brauchen **klare Strukturen, genau definierte Rollen, eine gut funktionierende interne Kommunikation** und **Anpassungsfähigkeit**.

Ermutigen Sie Ihr Team, sich **frühzeitig mit Ressourcen** wie dem EBI-Forum **zu befassen**, um eine solide Grundlage zu schaffen.

- Schauen Sie sich beispielsweise den Blog-Post zu Erfahrungen und Strategien früherer Organisationsteams und die Aufzeichnung des Webinars zu den Strukturen von EBI-Kampagnen an. Dort erhalten Sie wertvolle Einblicke in bewährte Verfahren, erfahren mehr zu typischen Hürden und lernen von Aktivistinnen und Aktivisten früherer Kampagnen. Mit diesen Ressourcen können Sie direkt bei der Einarbeitung oder in Schulungen dafür sorgen, dass ihr Team nicht nur motiviert ist, sondern auch über die Kenntnisse verfügt, um mit den Schwierigkeiten einer EBI-Kampagne umzugehen.