

# PLANEN SIE IHRE KAMPAGNE

## STRUKTUR

### STRATEGIE

## LEGEN SIE IHRE ZIELE UND ZIELSETZUNGEN FEST

#### Aufgabe 1:

### Beschreiben Sie Ihre Herausforderung

- die betroffene Gemeinschaft von Menschen sowie
- das gemeinsame Verhalten, das Sie verändern oder fördern möchten.

#### Beispiel:

„Warum schließen sich einige jugendliche Jungen, die in London leben [Gemeinschaft von Menschen], gewalttätigen Gangs an [gemeinsames Verhalten]?“

#### Tipp:

Formulieren Sie Ihre Herausforderung auf Basis von Fakten oder Forschung – nicht von Annahmen. Sie sollte knapp sein und Ihrer Kampagne eine klare Richtung geben.

#### Aufgabe 2 :

### Definieren Sie Ihre Zielgruppe

Erstellen Sie ein Zielgruppenprofil, um zu verstehen, wen Sie erreichen möchten.

#### Allgemeine Merkmale:

Demografische Angaben wie Alter, Geschlecht, Wohnort, Sprache, sozioökonomischer Status, Bildung und Beschäftigung.

#### Spezifische Merkmale:

Verhaltensmerkmale, Werte, Motivationen, Einflüsse (Familie, Peers, Medien) und bevorzugte Informationskanäle.

Das hilft zu bestimmen, wie und wo Sie sie am wirksamsten erreichen und einbinden.

#### Aufgabe 3 :

### Legen Sie Ihre Ziele fest

Formulieren Sie das langfristig gewünschte Ergebnis Ihrer Kampagne.

#### Beispiele:

- „Die Zahl sehr junger Teenager verringern, die sich gewalttätigen Gangs anschließen.“
- „Das Bewusstsein in muslimischen Gemeinschaften für die Radikalisierung junger Frauen schärfen.“

Ziele sollten **realistisch, klar, messbar und erreichbar sein**.

### INHALT

## WÄHLEN SIE IHR MEDIUM UND LERNEN SIE DIE VERFÜGBAREN PLATTFORMEN KENNEN

#### Aufgabe 4 :

### Definieren Sie Ihre Zielsetzungen

Setzen Sie spezifische SMART-Ziele (spezifisch, messbar, erreichbar, relevant, terminiert), die Fortschritte in Richtung Ihres Ziels markieren.

#### Beispiel:

„1.500 Schüler\*innen (13–16 Jahre) Zugang zu Bildungsressourcen über die Risiken gewalttätig-extremistischer Gruppen ermöglichen.“

#### Enthalten:

- Taktiken: Konkrete Maßnahmen oder Tools, die Sie einsetzen.
- Wirkungssindikatoren: Wie Sie Erfolg messen (z. B. mehr Bewusstsein, mehr Engagement oder Verhaltensänderung).

→ **Passen Sie Ihre Botschaft an**

#### Aufgabe 5 :

### Wählen Sie Ihre Botschaft

Entwickeln Sie eine klare, überzeugende Botschaft, die bei Ihrer Zielgruppe ankommt.

#### Kernelemente:

- Kampagnenbeschreibung: Worum es in der Kampagne geht.
- Kernbotschaft: ein kurzer, einprägsamer Slogan oder Satz.
- Call to Action: Was Ihre Zielgruppe tun soll.
- Ton: die Persönlichkeit bzw. Stimme der Kampagne.

#### Tipps:

Halten Sie es authentisch, nahbar und leicht teilbar.

#### Aufgabe 6 :

### Wählen Sie Ihre Botschafter\*innen

Wählen Sie die glaubwürdigste und nahbarste Person, um Ihre Botschaft zu übermitteln.

#### Optionen:

Peers, Autoritätspersonen, Community-Leader\*innen oder Expert\*innen.

#### Tipps:

Die Person sollte von Ihrer Zielgruppe als vertrauenswürdig wahrgenommen werden und als relevant für ihr Leben gelten.

### INHALT

## BEWERBEN SIE IHRE KAMPAGNE

#### Aufgabe 7 :

### Content-Typ

Bestimmen Sie, welche Arten von Inhalten Sie erstellen:

- Videos (Kurz-/Langformat)
- Fotos
- Infografiken
- Audio

Interaktive oder digitale Medien

#### Tipps:

Passen Sie das Content-Format an Zielgruppe, Botschaft, Budget und Sicherheitsaspekte an.

#### Aufgabe 8 :

### Content-Bedarf

Planen Sie, welche Ressourcen und Tools für die Erstellung Ihrer Inhalte erforderlich sind.

#### Enthalten:

- Content-Typ
- Benötigte Ausrüstung
- Zweck („Wofür benötigen Sie das?“)
- Kosten und Budget

#### Tipps:

Verwenden Sie eine klare, leicht zugängliche Sprache.

Lokalisieren Sie Inhalte (z. B. mehrere Sprachen).

Setzen Sie auf starke Visuals/Audio.

Testen Sie Inhalte mit Ihrer Zielgruppe und optimieren Sie sie anhand von Feedback.

### AUSWERTUNG

## ERFOLG ÜBERPRÜFEN UND MESSEN

#### Aufgabe 9 :

### Promotionskanäle

Wählen Sie die wirksamsten Kanäle, um Ihre Zielgruppe zu erreichen.

#### Optionen:

Traditionelle Medien: TV, Radio, Print.

Digitale Medien: Social Media, Blogs, Websites, E-Mail.

Offline-Engagement: Veranstaltungen, Workshops.

#### Plattform-Überlegungen:

Wählen Sie Social-Media-Plattformen, auf denen Ihre Zielgruppe am aktivsten ist (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X (Twitter) usw.) – und passen Sie die Inhalte entsprechend an.

#### Aufgabe 10 :

### Promotionsplan

Erstellen Sie einen Zeitplan für Content-Rollout und Kampagnenpromotion.

#### Umfasst:

- Posting-Frequenz
- Meilensteine
- Wichtige Termine für die Evaluation

#### Tipps:

Bleiben Sie konsistent und passen Sie Ihren Zeitplan an Zielgruppen-Engagement oder Ereignisse in der realen Welt an.

#### Strategien zur Zielgruppen-Einbindung:

Ermöglichen Sie Feedback, erstellen Sie interaktive Inhalte (Umfragen, Q&A), reagieren Sie auf Kommentare/Nachrichten und arbeiten Sie mit glaubwürdigen Partnern oder Influencer:innen zusammen.

### AUSWERTUNG

## ERFOLG ÜBERPRÜFEN UND MESSEN

#### Aufgabe 11 :

### Bewertung

Wählen Sie die wirksamsten Kanäle, um Ihre Zielgruppe zu erreichen.

#### Bewerten Sie:

- Zielgruppen-Engagement und Feedback
- Reichweite und Impressionen
- Verhaltens- oder Einstellungsänderung

Nutzen Sie die Erkenntnisse, um zukünftige Kampagnen zu verbessern und auf den gewonnenen Lehren aufzubauen.