

**WOCHEN
GEGEN
ARMUT
2022**

Erreichbar – bezahlbar – machbar:

WOHNRAUM SCHAFFEN FÜR ARMUTSBETROFFENE MENSCHEN

**Planungshilfe für Ihre öffentlichkeitswirksamen
Aktionen vor Ort**

3. aktualisierte Auflage 2022

Deutscher
Caritasverband



Vorwort

Mit den Armutswochen richtet die verbandliche Caritas jedes Jahr im Herbst den Blick auf Menschen, die von Armut und Ausgrenzung betroffen sind. Der Deutsche Caritasverband ruft für das Jahr 2022 gemeinsam mit seinen Fachverbänden Sozialdienst katholischer Frauen (SkF) und SKM Bundesverband dazu auf, den Zeitraum zwischen dem Internationalen Tag zur Beseitigung der Armut (17.10.2022) und dem Welttag der Armen der katholischen Kirche (14.11.2022) für öffentlichkeitswirksame Aktionen gegen Armut und Ausgrenzung zu nutzen.

2022 stehen dabei diejenigen Menschen im Mittelpunkt, die von Wohnungslosigkeit, Wohnungsnot und überbezahlten Mieten betroffen sind. Viele Menschen in Deutschland haben keine Wohnung oder müssen für ihre Mieten mehr als die 30 Prozent ihres Einkommens ausgeben, was allgemein als Grenze anerkannt ist. Rund 20 Prozent der Menschen in Deutschland gaben aber bereits 2020 40 Prozent und mehr fürs Wohnen aus.

Die Armutswochen sind eine Chance, deutschlandweit über die Strukturen der verbandlichen Caritas öffentlichkeitswirksam sozial- und gesellschaftspolitische Impulse zu setzen und politische Forderungen und Lösungsvorschläge zu platzieren. Sie bieten eine gute Möglichkeit, die Bedeutung der Caritas-Angebote zur Unterstützung und Armutsvermeidung für Menschen in Wohnungsnot und für wohnungslose Menschen sichtbar zu machen und für ihre nachhaltige Unterstützung zu werben.

Die vorliegende Planungshilfe soll die Dienste und Einrichtungen bei der Durchführung lokaler Veranstaltungen und Aktionen unterstützen.

Auch nach der Corona-Pandemie sollten dabei auch digitale Veranstaltungsformate für öffentlichkeitswirksame Aktionen genutzt werden. Virtuelle Events spielen als wertvolle Ergänzung zu (lokalen) Präsenzveranstaltungen auch zukünftig eine wichtige zusätzliche Rolle. In der vorliegenden Zusammenstellung wird daher auch auf digitale Veranstaltungen verwiesen. Darüber hinaus werden Hinweise gegeben, wie analoge Veranstaltungen in digitaler Form durchgeführt werden können.

Grundlage für diese Planungshilfe war eine Vorlage, die uns freundlicherweise vom Arbeitsfeld „Rechtliche Betreuung“ des SKM Bundesverbands e.V. überlassen wurde. Die zur Verfügung gestellte Zusammenstellung wurde um digitale Konzepte aktualisiert.

Die Planungshilfe bietet eine erste Orientierung zum notwendigen Aufwand an Zeit, Budget und Personal. Darüber hinaus werden am Ende dieses Dokuments noch spezielle Hinweise zu digitalen Formaten und Pressearbeit gegeben. Weitere Informationen und Materialien, die sukzessive erweitert werden, finden Sie auf dieser Webseite: www.caritas.de/armutswochen/planungshilfen.

Bei Fragen melden Sie sich gerne bei den jeweiligen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern. Die Kontaktdaten finden Sie auf Seite 30.

Viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer Veranstaltungen!

Freiburg, Dortmund und Düsseldorf
im August 2022

Inhalt

Schritte zur Vorbereitung einer Aktion	4
1. Infostand	5
2. Bodenzeitung	6
3. Fachtag/Vortrag	7
4. Online-Seminar	8
5. Expert:innentelefon/-radio	9
6. Expert:innen-Chat	10
7. Projekttag/-woche mit Expert:innen in eigener Sache	11
8. Podiumsdiskussion (Livestream)	12
9. Situationsberichte	14
10. Digitale Sprechstunde	15
11. Tag der offenen Türen im Verband	16
12. Pressekonferenz	17
13. Treffen mit Abgeordneten oder Vertreter:innen der lokalen Politik (Runder Tisch)	19
14. Diskussionsrunde oder „Philo-Runde“ in Cafés	20
15. Wimpelaktion	21
16. Benefizkonzert	22
17. Fotoausstellung	23
18. Gottesdienst/Messe/Predigt	24
Hinweise für Online-Events	25
Social Media	27
Gedruckte Werbemittel	28
Wie schreibe ich eine Pressemitteilung?	29
Ihre Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	30

Schritte zur Vorbereitung einer Aktion

Bei der Vorbereitung von Aktionen hat es sich als hilfreich erwiesen, sich im Vorfeld mit folgenden Fragen/ Stichpunkten auseinander zu setzen:

- Welches konkrete und erreichbare(!) Ziel soll mit der Veranstaltung/Aktion verfolgt werden?
- Welche Aktionsform passt am besten zu dem Anlass, den Kapazitäten und der Zielgruppe (denken Sie daran, dass abhängig vom aktuellen Infektionsgeschehen Hygienekonzepte beachtet werden müssen, die eine begrenzte Besucher:innenzahlen in geschlossenen Räumen zulassen)?
- Wie bringe ich die Aktion mit dem Motto der Armutswochen 2022 „Erreichbar – bezahlbar – möglich. Wohnraum für Menschen in prekären Lebenssituationen realisieren“ in Einklang?
- Welche Kosten können entstehen? U. a. für Raummiete, Erstellung von Informationsmaterialien: Layout und Druck, Druck von Plakaten, Flyern, Roll-Ups, usw., Give-aways, Stellwände, Honorare für Referent:innen und Moderation, Software-Lizenzen für Online-Konferenz oder Seminar-Tools, Laptop, Beamer, Mikrofone, u.Ä., Aufwandsentschädigungen für Helfer:innen, Dekoration von Ständen (Tischdecken, Blumen, Luftballons), ggf. – bzw. falls möglich – Catering, Gebühren für ordnungsbehördliche Genehmigungen ...
- Wie kann die Veranstaltung beworben werden? Webseite der Caritas: [caritas.de/armutswochen](https://www.caritas.de/armutswochen), Ankündigung in der Lokalpresse, in Bistums- und Kirchenzeitungen, auf der eigenen Homepage, auf der Internetpräsenz des Diözesanverbandes oder des Bistums, in Newslettern, auf eigenen, und diözesanen Facebookseiten, auf Twitter und Instagram ...
- Sind behördliche Genehmigungen erforderlich?
- Ist die gewählte Veranstaltungsform nach den Vorgaben im jeweiligen Bundesland bzw. Kommune/Landkreis zulässig?
- Braucht es ein spezielles Hygienekonzept?

1

Infostand

Kurzbeschreibung

Mit einem Stand im Stadtzentrum wird über die Armutswochen und die eigene Arbeit informiert. Passanten und andere Interessierte können Fragen stellen und diskutieren.

Personal

Für den Auf- und Abbau des Standes: 2 – 4 Personen.
Für die Standbesetzung mindestens zwei Personen zeitgleich (damit Pausen einplant werden können, eine Person sollte Fotos machen können (für spätere Presse- und Medienarbeit sinnvoll)).

Materialien

Tische, Stühle, Stellwände, Plakate, Flyer, Stifte, Papier, Hingucker wie zum Beispiel Luftballons, Plakate, ggf. Bonbons. Desinfektionsmittel.

Vorbereitung

Der Zeitaufwand ist eher gering. Materialien müssen vorab zusammengestellt werden und Personen sollten für die Standbesetzung genügend Zeit haben. Ggf. sollte das Standpersonal in die Positionen zu den Armutswochen eingeführt werden.

Durchführung

Je nach Bedarf 2–6 Stunden.

Besonderheiten

Die ordnungsbehördliche Genehmigung muss frühzeitig beantragt werden. Abklären, ob das örtliche Hygienekonzept einen Infostand zulässt. Eigene:r Fotograf:in und weitere Kooperationspartner:innen können/ sollten miteinbezogen werden.

2

Bodenzeitung

Kurzbeschreibung

Großer Papierbogen oder Betttücher mit zentralen Aussagen und/oder Fragen werden auf der Straße ausgelegt. Diese dienen als Gesprächsbasis mit Passant:innen.

Personal

Für den Auf- und Abbau der Bodenzeitung ca. 2 – 4 Personen. Mindestens zwei Personen zeitgleich (damit Pausen einplant werden können).

Materialien

Große Papierbögen oder Betttücher, Stifte, und Flyer. Den Passant:innen sollte Infomaterial zur Verfügung gestellt werden.

Vorbereitung

Der Zeitaufwand für die Vorbereitung ist überschaubar: Aussagen, Fragen und Themen sollen vorab vorbereitet werden, um auf Fragen reagieren zu können.

Das vorhandene Fachwissen der Ehren- oder Hauptamtlichen ist gefragt.

Durchführung

Je nach Resonanz 2 bis 5 Stunden in der Fußgängerzone/Markt.

Besonderheiten

Spricht Nicht-Fachpublikum an. Ggf. Ist dies bei der Darstellung der Positionen/Standpunkte zu berücksichtigen.

Abklären, ob das örtliche Gesundheitsamt eine solche Aktion erlaubt.

3

Fachtag/Vortrag

Kurzbeschreibung

Thematischer Fachtag (ganzer Tag) mit mehreren Vorträgen oder ein Vortrag (2–3 Stunden) für Fachpublikum und/oder Interessierte.

Personal

Vorbereitung: 1–2 Personen für die inhaltliche Planung, eine Person für die Organisation (Anmeldung, Abrechnung, Raummiete und -gestaltung), eine Tagungsleitung, 1–3 Referent:innen, eine Person für den Empfang der Teilnehmenden.

Materialien

Raum, der für mind. 30 Personen zugelassen ist.

Pult für Referent:innen, Mikrofonanlage, Namensschilder für Referent:innen und Teilnehmer:innen, Teilnehmendenliste, Getränke, Verpflegung

Vorbereitung

Suche nach Referent:innen, Raum reservieren, Versenden der Einladung, etc.

Insgesamt dauern die Vorbereitungen mehrere Tage.

Durchführung

Ein Tag (Fachtag) bzw. mehrere Stunden (Vortrag).

Besonderheiten

Richtet sich eher an Fachpublikum.

4

Online-Seminar

Kurzbeschreibung

Thematische Online-Fachveranstaltungen mit einem oder mehreren Inputs für Fachpublikum und/oder Interessierte; ggf. mit Breakout-Sessions (Arbeitsgruppen) zu speziellen Themen.

Personal

Vorbereitung: 1 – 2 Personen für die inhaltliche Planung, eine Person für die Organisation (Anmeldung, Zahlungsverkehr, Abrechnung mit Dienstleister), eine Moderation, 1 – 3 Referent:innen, eine Person für technische Betreuung der Teilnehmenden.

Materialien

Hierfür kann spezielle Online-Seminar-Software genutzt werden (bspw. Edudip – www.edudip.com/de), die ggf. auch bei der Verwaltung der Teilnehmenden unterstützt und die Anmeldung und Rechnungsstellung der TN-Beiträge abwickeln kann.

Falls der Zugang zum Seminar nicht beschränkt werden soll und keine Gebühren erhoben werden, eignen sich dafür auch Video-Konferenz-Systeme wie BlueJeans, Zoom, WebEx, Jitsi usw.

Andere Varianten sind YouTube- oder Facebook- Livestreams, falls der Verband auf diesen Plattformen bereits präsent ist oder zukünftig sein will.

An Hardware wird neben einer guten (!) Internetanbindung je teilnehmende Person ein aktueller Laptop/PC sowie eine Webcam und Mikrofon für Moderation, Referierende und Co-Host benötigt (integriert oder extern).

Vorbereitung

Suche nach Referent:innen, Soft- und Hardware auswählen und checken(!), Versenden der Einladung, Vorabtest etc.

Durchführung

Maximal 90 Minuten pro Einheit (Input plus Diskussion). Ausreichend lange Pausen einplanen.

Besonderheiten

Richtet sich eher an Fachpublikum.

5

Expert:innentelefon/-radio

Kurzbeschreibung

Expert:innentelefon in Kooperation mit einer lokalen Zeitung oder Radio.

Personal

2–4 Personen. Die Maßnahme „Expert:innentelefon“ kann in Kooperation mit anderen Verbänden erfolgen.

Materialien

Rücksprache mit dem Radiosender oder der Zeitung halten. Zwei, drei Initiationsfragen vorbereiten.

Vorbereitung

Eher gering: Das vorhandene Fachwissen muss aktiviert und auf das Thema konzentriert werden. Die Expert:innen sollten sich auf mögliche Fragen vorbereiten.

Im Vorfeld einen Artikel für die lokale Zeitung vorbereiten. Auf der eigenen Website ankündigen.

Durchführung

Nach Absprache mit Zeitung/Radio ca. 2–3 Stunden.

6

Expert:innen-Chat

Kurzbeschreibung

Chat mit Expert:innen zu bestimmtem Thema

Personal

2–4 Expert:innen.

Materialien

DGSVO-konforme Chatlösung, die in die eigene Website eingebunden wird. Dazu eignet sich in erster Linie die Online-Beratungssoftware der Caritas, ggf. aber auch Open-Source-Systeme wie RocketChat oder Mattermost. Letztere können ggf. bei einem Provider als „gehostetes“ Angebot – der Provider betreibt die Software – gebucht werden (bspw. bei Netways – NWS).

Vorbereitung

Inhaltlich eher gering: Das vorhandene Fachwissen muss aktiviert und auf das Thema konzentriert werden. Die Teilnehmenden sollten sich auf mögliche Fragen vorbereiten.

Im Vorfeld auf der Webseite und/oder in Sozialen Medien ankündigen.

Das eigentliche Buchen eines solchen Angebotes bei einem Provider geht schnell. Jedoch darf der Aufwand für das Einrichten und Anpassen (Accounts anlegen, Begrüßungstexte etc.) nicht unterschätzt werden.

Durchführung

Bei mehreren Expert:innen bis zu ca. 2 – 3 Stunden.

Besonderheiten

Kann ggf. auch von mehreren Verbänden/Einrichtungen gemeinsam angeboten werden.

7

Projekttag/-woche mit Expert:innen in eigener Sache

Kurzbeschreibung

Projekttag/-woche zu bestimmtem Thema mit Menschen in Wohnungsnot, die wohnungslos sind oder in schlechten Wohnverhältnissen leben (zu teuer, zu eng, schlechte Wohnung).

Personal

Vorbereitung: 1 – 2 Personen für die inhaltliche Planung, eine Person für die Organisation (Anmeldung, Abrechnung, Raummiete und -gestaltung), 1 – 2 Personen für die Leitung, Betroffene.

Materialien

Raum, Getränke, Verpflegung, je nach Konzept Bastel- und Gestaltungsmaterial, Videokamera zur Gestaltung eines Films etc.

Vorbereitung

Rahmenkonzept überlegen.

Im Vorfeld auf der Webseite und/oder in Sozialen Medien ankündigen.

Durchführung

Als Projekttag oder -woche.

Besonderheiten

Richtet sich an alle Menschen in Wohnungsnot, nicht nur an akut Wohnungslose, als Expert:innen in eigener Sache und dient der Beteiligung und Mitgestaltung in eigenen Angelegenheiten. Das Projekt auch in Verbänden und Einrichtungen umgesetzt und integriert werden. Die Erkenntnisse können im Nachgang in die Arbeit an weiteren Aktionen/Projekten/(bestehenden) Angeboten nachhaltig einfließen.

8

Podiumsdiskussion (Livestream)

Kurzbeschreibung

Ein:e Moderator:in leitet ein Gespräch mit mehreren Podiumsteilnehmenden. Zuhörer:innen erhalten die Möglichkeit, Fragen zu stellen und Position zu beziehen. Das Thema muss kontrovers diskutierbar sein.

Zuhörer:innen können in einem ausreichend großen Saal ggf. vor Ort sein. Das Event kann (zusätzlich) live auf YouTube oder Facebook gestreamt werden. (Einwilligung aller Teilnehmenden schriftlich dokumentieren – DSGVO).

Auch die Teilnehmer:innen auf dem Podium müssen bei einer (teil)virtuellen Veranstaltung nicht unbedingt vor Ort sein.

Personal

Moderator:in.

Diskutanten: Müssen Sachkenntnis besitzen; sich ausdrücken können, evtl. bekannt sein. Sie müssen unterschiedliche Meinungen oder Sichtweisen einbringen können.

(nicht nur) bei Livestreaming: Person für die Technik, ggf. auch für die Kamera(s).

Materialien

Raum, Mikrofone, Lautsprecher, Namensschilder + Eieruhr zur Begrenzung der Redebeiträge. Für Livestream eine oder mehrere Kameras, gute Internetanbindung, gute Beleuchtung, Streamingsoftware, bspw. OpenBroadcasterSoftware(OBS).

Vorbereitung

Moderator:in gut vorbereiten. Evtl. Stichwortzettel mit Fakten und Informationen sowie Fragen an die Diskutierenden vorbereiten.

Vorbesprechungen mit Moderator:in und Diskutant:innen. Individueller Technikcheck mit allen Mitwirkenden wird bei virtuellen Veranstaltungen empfohlen.

Rechtzeitige Einladung an das Publikum; Handzettel, Plakate usw., Ankündigung im Netz und auf Social Media.

Technikcheck.

8

Podiumsdiskussion (Livestream)

Durchführung

Die Diskussion beginnt mit einer Begrüßung des Publikums und mit einem Problemabriss durch den:die Moderator:in.

Darauf folgen die Statements der Diskutant:innen (jeweils ca. 3 Min.).

Nach max. 30 Minuten erhält das Publikum die Gelegenheit, sich am Gespräch zu beteiligen.

Hinweise: Es sollten nicht mehr als vier Diskutierende auf dem Podium stehen bzw. sitzen. Der:die Moderator:in sollte auf kurzen Statements bestehen, keine Monologe, keine vorgelesenen Statements, aber klar differenzierbare Botschaften.

Besonderheiten

Wichtig ist die Resonanz in der Presse; diese muss vorab extra eingeladen werden. Die Ergebnisse der Podiumsdiskussion können auch in einer Pressemitteilung zusammengefasst werden.

Die Aufzeichnung der Veranstaltung kann im Nachgang auf YouTube eingestellt werden. Dies muss vorher abgesprochen und etwaigen Mitdiskutant:innen aus dem Publikum vorab mitgeteilt werden (DSGVO).

Zwei Möglichkeiten der Teilnahme ermöglichen: Für Journalist:innen mit Extra-Link oder für andere Interessierte Verweis auf Facebook-Stream oder YouTube-Stream (für Journalist:innen ist eine Veranstaltung dann interessant, wenn sie ans Podium Fragen stellen können).

9

Situationsberichte

Kurzbeschreibung

Betroffene und/oder Sozialarbeiter:innen etc. werden eingeladen, um über ihre Arbeit oder über ihre Erfahrung zu berichten. Anschließend findet eine Diskussion mit dem Publikum statt.

Personal

2–3 Personen für die Durchführung der Veranstaltung und die Gestaltung des Raumes.

Materialien

Raum, Mikrofone, Lautsprecher, Namensschilder, Stühle für den Raum.

Vorbereitung

Eine Stunde Vor- und eine Stunde Nachbereitung.

Durchführung

1,5 bis 2,5 Stunden.

Besonderheiten

Betroffene berichten über ihre Situation. Sie dürfen nicht vorgeführt und nicht "benutzt" werden! Hier muss sensibel abgewogen und sichergestellt werden, dass gut mit den Betroffenen umgegangen wird.

Bei Veranstaltungen, bei denen Betroffene eingebunden sind, keine Liveübertragung im Internet.

10

Digitale Sprechstunde

Kurzbeschreibung

Beratung zu Problemlagen im Internet. Kann auch als temporäres Spartenangebot, bspw. „Beratung für Schüler/Auszubildene/...“, angeboten werden.

Personal

Berater:innen; ggf. Ehrenamtliche. Die Beratung lässt sich auch in Kooperation mit anderen Einrichtungen durchführen. Gut: Person für Technik als Standby.

Materialien

Den Beratungsstellen-spezifischen Link der Online-Beratungs-Plattform der Caritas nutzen.

Alternativ: Datensicherer Chat (bspw. Rocketchat über Netways oder andere Anbieter, s.o.) oder über ein von der GKV zugelassenes Tool für Videosprechstunden.

PCs und stabile Internet-Verbindung, ggf. Webcam.

Vorbereitung

Öffentlichkeitsarbeit zur Ankündigung. Technik checken und einrichten.

Durchführung

Mit Vor- und Nachbereitung 2 – 3 Stunden.

Besonderheiten

Digitale Beratung in Textform (Chat/Mail) sollte nur von eigens dafür geschulten (Online-)Berater:innen angeboten werden. Andernfalls besser Videochat nutzen.

11

Tag der offenen Türen im Verband

Kurzbeschreibung

Interessierte erhalten die Gelegenheit, den Verband und die dahinterstehenden Menschen kennen zu lernen.

Ziele: Abbau von Zugangsängsten, Kontaktaufnahme. Information über Ursachen und Auswirkungen der Pandemie. Zusammenarbeit mit anderen Organisationen pflegen.

Personal

Es sollte ausreichend Personal für die Gäste zur Verfügung stehen. Das gesamte Personal ist miteinzubeziehen. Auf klare Aufgabenverteilung achten.

Materialien

Prospekte, Informationsmaterialien.

Vorbereitung

Es ist ratsam, sich ein Motto, eine Leitidee oder einen Aufhänger zu überlegen.

Hygienekonzept für eine solche Veranstaltung und die genutzten Räumlichkeiten erarbeiten und genehmigen lassen.

Zur Terminauswahl: Rechtzeitig mit den Vorbereitungen beginnen. Am besten eignen sich Freitagnachmittag/Samstag. Einladung, Handzettel, Plakate vorbereiten und verschicken, breit verteilen, auf Homepage stellen. Presse einladen. Ggf. auch Schulklassen oder Studierende einladen.

Rahmenprogramm vorbereiten (Musik, Vortrag, Ausstellung- oder Filmvorführung), Räume gestalten, persönliche Akten wegschließen.

Rechtzeitig vor Beginn die Technik kontrollieren.

Durchführung

Tagesveranstaltung.

Besonderheiten

Um noch mehr Aufmerksamkeit zu erzielen: Vor der Veranstaltung einen kurzen Bericht schreiben und diesen an die Presse weiterleiten. (Anbieten, der Presse Fotos von der Veranstaltung zu schicken. Manche Lokalmedien schicken auch selbst Fotografen.)

12

Pressekonferenz

Kurzbeschreibung

Pressekonferenz: Pressevertreter:innen verschiedener Medieneinladen (Verteiler).

Im Nachgang: Eine oder mehrere kompetente und kommunikationsfähige Haupt- oder Ehrenamtliche stellen ihre Arbeit dar.

Personal

Eine Person für die Organisation und die Moderation des Gesprächs. Haupt- und ehrenamtliche Personen.

Materialien

Informationsmaterial, Statistiken und eine Pressemitteilung vorbereiten (Zahlen sind Journalist:innen wichtig). Die Kernbotschaften sollten kurz und verständlich und ggf. mit Fotos dargestellt werden. Namensliste der Sprechenden, anwesenden Personen mit Vor- und Zunamen und Funktion sollten vorbereitet sein (zum Zitieren).

Am besten eignet sich ein ruhiger und freundlicher Raum. Abklären wie viele Personen gleichzeitig in den Raum dürfen. An eine kleine Bewirtung sollte auch gedacht werden.

Vorbereitung

Dauer der Presseaktion: insgesamt ungefähr 3 Stunden.

Die Einladung sollte etwa zwei Wochen vor dem Termin verschickt werden. Ein paar Tage vor der Veranstaltung in den Redaktionen anrufen und an Termin erinnern.

Zeit für Interviews (O-Töne für Radio und ggf. Fernsehen) einplanen.

Durchführung

Eine Stunde.

Besonderheiten

Eine grundsätzliche interne Abstimmung, in welcher Weise Medienarbeit geleistet werden darf, ist ratsam. (Persönlichkeitsrechte)

Eigene Kontakte (Presseverteiler) sollen genutzt werden. Ehrenamtliche und Betroffene sollten auf das Gespräch vorbereitet werden: Klären, welche Botschaft man transportieren will; Betroffenheit erzeugen; Monologe vermeiden! Datenschutz und die Privatsphäre beachten.

Pressevertreter:innen nehmen derartige Termine am liebsten zwischen 10 und 12 Uhr wahr. Die erste Wochenhälfte eignet sich besser. Redaktionsschluss beachten.

13

Treffen mit Abgeordneten oder Vertreter:innen der lokalen Politik (Runder Tisch)

Kurzbeschreibung

Lokale Politiker:innen werden eingeladen, sich mit Bürgerinnen und Bürgern über die Auswirkungen von zu wenig bezahlbaren Wohnungen auszutauschen und Ideen für den eigenen Raum zu entwickeln, die tatsächlich helfen.

Die Ergebnisse werden verschriftlicht und an die anwesenden Personen gesendet.

Personal

Ansprechpartner:innen für Politiker:innen (Organisatorisches) und für die Moderation des Runden Tisches.

Materialien

Ein großer Raum muss zur Verfügung stehen, der für die erwartete Menge an Gästen zugelassen ist. Dies können Cafés, öffentliche Räumlichkeiten oder Einrichtungen der Schuldnerberatung sein. Mikrofon sowie Snacks und Getränke für Sprecher:innen vorbereiten.

Vorbereitung

Es muss vorab geklärt werden, welche Politiker:innen anwesend sein können, um dementsprechend für die Veranstaltung werben zu können. Inputs zum Thema müssen vorbereitet werden. Die Ergebnisse der Diskussion können eventuell nach der Veranstaltung veröffentlicht werden. Vermutlich braucht es ein Hygienekonzept für die Veranstaltung. Ggf. Sicherheitsfragen abklären.

Durchführung

1,5 bis 2,5 Stunden.

Besonderheiten

Es ist eine interessante Veranstaltungsart, da gleichzeitig Kontakte zwischen Einrichtungen und Politik gefördert werden können. Bürgerinnen und Bürger können sich informieren.

14

Diskussionsrunde oder „Philo-Runde“ in Cafés

Kurzbeschreibung

Die Veranstaltung findet in einem Café statt. Ziel ist es, sich anhand von Materialien (Film, Bilder, Berichte von Betroffenen) über das Thema auszutauschen und eine Debatte mit dem Publikum zu führen.

Personal

1 – 2 Hauptamtliche, Helfer:innen, um nach Veranstaltungsende aufzuräumen.

Wichtig ist ein:en Moderator:in zu finden und einen Leitfaden vorzubereiten.

Materialien

Ggf. Beamer, Leinwand, Flipchart, Mikrofon.

Getränke für die Sprecher:innen sollten auch organisiert und übernommen werden.

Vorbereitung

Eine Stunde Vorbereitung und eine Stunde Nachbereitung.

Die Location muss mindestens einen Monat im Voraus bekannt sein, damit die Veranstaltung erfolgreich beworben werden kann.

Durchführung

1,5 bis 2,5 Stunden.

Besonderheiten

Die Durchführung einer solchen Veranstaltung muss im Hinblick auf das dann aktuelle Infektionsgeschehen geprüft werden. Gäste des Cafés, die nicht unbedingt aufgrund der Veranstaltung da sind, können auch miteinbezogen werden. Veranstaltungen am späten Nachmittag oder Abend erreichen auch andere Zielgruppen als die üblich Interessierten.

15

Wimpelaktion

Kurzbeschreibung

Schüler:innen, Auszubildene und Ehrenamtliche etc. erhalten Stoffquadrate (z. B.: 40 x 40 cm), die sie zum Thema bemalen bzw. gestalten dürfen.

Diese werden in einer Ausstellung bzw. „Wimpelkette“ im öffentlichen Raum gezeigt. Die Wimpel können auch fotografiert und die Fotos als „virtuelle Ausstellung“ auf der Homepage oder auf Social Media (Instagram) veröffentlicht werden.

Zur Eröffnung eine Pressemitteilung veröffentlichen.

Personal

1–3 Hauptamtliche oder ehrenamtliche Personen.

Materialien

Stoffquadrate (z. B. aus Leintüchern/Bettlaken von einer Kleiderkammer), Aufhängesystem für Ausstellungsräume oder Möglichkeit, dies im öffentlichen Raum aufzuhängen (z. B. Wäscheleine zwischen Laternenmasten auf belebtem Platz).

Infomaterialien, Flyer und ggf. Plakate müssen zur Verfügung gestellt werden.

Vorbereitung

Beschaffen der Lein-/Betttücher, 1–2 Stunden Zuschneiden der Tücher. Anschreiben/Anrufen der Schulen, Einrichtungen, Gruppen etc.

Verteilung der Tücher an Schulen, Einsammeln der Wimpel, 2–4 Stunden Aufhängen der Wimpel.

Durchführung

1 Stunde Vor- und ½ Stunde Nachbereitung,
2–6 Stunden Eröffnung der Aktion/Anwesenheit.

Besonderheiten

Schulen, Ehrenamtliche, Entscheidungsträger:innen (evtl. Schirmherren/-frauen), Betroffene, Soziale Einrichtungen, Stadtverwaltung, Presse, Radio, Fernsehen können miteinbezogen werden.

Viele Menschen setzen sich mit dem Thema auseinander, hohe Aufmerksamkeit und Medienwirksamkeit (starke Bilder).

16

Benefizkonzert

Kurzbeschreibung

Konzert in einem großen Saal, einer Festhalle, oder im Freien.

Personal

Musiker:innen, Sänger:innen und ggf. Chor.

Materialien

Raum, Noten, Texte, ggf. Technik. Mikrofon, ggf. Bühne.

Vorbereitung

Die Probezeit muss mit einkalkuliert werden. Darüber hinaus muss die Presse mindestens zwei Wochen zuvor eingeladen werden.

Durchführung

Ca. 2 Stunden.

Besonderheiten

Außergewöhnliches, öffentlichkeitswirksames Format durch Verknüpfung von Inhalt/Information und Kultur/Freizeit; erreicht andere Klientel. Kann ggf. ins Netz gestreamt werden.

17

Fotoausstellung

Kurzbeschreibung

Ausstellung von Fotos oder Organisation eines Fotowettbewerbes zum Thema.

Personal

Team für Planung, Vorbereitung, Organisation, Öffentlichkeitsarbeit usw.

Personen für Auf- und Abbau.

Personen ggf. zur Bewirtung bei der Vernissage.

Personen für die Beaufsichtigung der Ausstellung.

Personen für Begrüßung/Eröffnungsvortrag.

Materialien

Raum mit Ausstellungsmöglichkeiten (z. B. in einem öffentlichen Gebäude – Bank, Behörde, Schule/VHS, Gericht oder in der Einrichtung).

Stellwände, Bilderrahmen, Bilderleisten, Befestigungen. Gästebuch, Verpflegung während der Vernissage.

Vorbereitung

Beginn der Vorbereitungen ca. 6 Monate vorher: Fotos zusammenstellen, Raumsuche, Helfer:innen akquirieren, Einladungen, Öffentlichkeitsarbeit, Dokumentation.

Durchführung

Nach Aufbau unbegrenzte Dauer möglich (sinnvoll sind einige Tage oder Wochen).

Lässt sich ggf. auch als Webauftritt gestalten. Für viele CMS-Systeme existieren „Galerie-Plugins“, mit denen Bilder präsentiert werden können.

Besonderheiten

Eine Ausstellung lässt sich mit anderen Events (z. B. Lesungen, Theateraufführungen) gut kombinieren. Zeitlich langfristige Präsenz.

Bitte denken Sie daran, dass das Einverständnis der fotografierten Personen eingeholt werden muss.

18

Gottesdienst/Messe/Predigt

Kurzbeschreibung

Gottesdienst, Andacht, Predigt, Pfarrbrief. Sozialdiakonischer Auftrag der Gemeinde wird dargestellt. Werbung für soziales Engagement, Imagearbeit.

Personal

1–3 Personen, Sachausschuss Caritas/Diakonie bzw. Liturgie, Diakon oder Priester.

Materialien

Konkordanz, Internetkonkordanz, Liedtexte, Gotteslob ...

Gebäude: Kirche, Kapelle, geeigneter Raum, PC, Kopierer, Internet (für Gemeinde-Brief/Druck).

Vorbereitung

Ca. 2–3 Stunden. Gemeinsame inhaltliche Vorbereitung und zum Klären der zu vermittelnden Botschaft.

Durchführung

Ca. 45 Minuten.

Besonderheiten

Zusammenarbeit von Kirche und ihrer Caritas: Caritas als Teil von Kirche wird dort auch präsent und offenbart den diakonisch-kirchlichen Auftrag.

Hinweise für Online-Events

Grundsätzlich ist der Vorbereitungs- und Planungsprozess von virtuellen und physischen Veranstaltungen ähnlich. Allerdings sind bei einem Online-Event zusätzlich Dinge zu bedenken, beispielsweise welche Technik für die Aufnahme und Übertragung der Präsentation benötigt werden, ob sich die Referent:innen mit der Nutzung auskennen oder wie bestimmte Inhalte vermittelt werden können, wenn nur der Online-Kanal zur Verfügung steht.

Ein klassisches Veranstaltungskonzept lässt sich i.d.R. nicht einfach so virtualisieren. Versuchen Sie also nicht bestehende Formate „einfach digital durchzuführen“, sondern entwickeln auf das Onlinemedium angepasste Konzepte. Denken Sie bitte Immer an eine kompetente Moderation.

Nicht jede:r Besucher:in Ihres digitalen Events ist mit solchen Formaten vertraut. Machen Sie sich kundig und mit der Technik vertraut. Erklären Sie genau, wie eine Einwahl in das gewählte Tool erfolgt, was Teilnehmende beachten müssen und wie die Technik funktioniert (gut auch: Versand einer Kurzfassung von Anleitungen – oder Links zu solchen – im Vorfeld). Integrieren Sie eine Startfolie, die anzeigt, wann die Session startet und welche Inhalte die Zuschauer:innen erwartet. Eventuell können Sie hierzu auf ein Angebot des Dienstleisters zurückgreifen. Vielleicht gibt es aber auch in Ihrem Verband besonders digital affine Mitarbeiter:innen, die dies gerne übernehmen?

Vor dem Bildschirm sinkt die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden viel schneller als bei einer Präsenzver-

anstaltung. Es gilt also: kürzere Sessions, abwechslungsreiche Präsentation und längere Pausen einplanen.

Ganz wichtig: Interaktion geht auch digital – Online-Veranstaltungen können (und sollten) interaktiv sein. Binden Sie die Teilnehmer:innen durch Chat, Umfragen und interaktive Elemente in das Geschehen ein.

Um technische Probleme und Pannen während der Veranstaltung zu verhindern, achten Sie daher gerade bei Online-Events darauf, die stabile Verbindung, die Tools und Systeme vorab zu testen. Beziehen Sie dazu unbedingt ihre IT-Abteilung mit ein, um alle technischen und infrastrukturellen Themen vorab abzuklären.

Klären Sie im Vorfeld die Kompetenzen Ihrer gebuchten Referent:innen: Nicht alle sind souverän in virtuellen Formaten zu Hause. Nehmen Sie sich Zeit für einen sorgfältigen Check mit allen Mitwirkenden und prüfen Sie vorab, ob alle Einstellungen richtig konfiguriert sind, Beleuchtung, Kamerabild und Ton stimmen. Stellen Sie sicher, dass das gewählte Online-Tool Ihren Anforderungen entspricht, alle benötigten Funktionen bietet und die Teilnehmendenzahl zulässt, die Sie einplanen. Stellen Sie sich für den Veranstaltungszeitraum technisches Personal an die Seite, welches bei Problemen (auch der Teilnehmer:innen!) sofort reagieren kann.

Wichtig: Referierende und Teilnehmende müssen dem Streaming bzw. dem Upload auf YouTube, Facebook, etc. zustimmen (Datenschutz)! Ggf. kann auch nur der Input der Referent:innen veröffentlicht werden.

Vor einer Online-Veranstaltung empfehlenswert

- Technikprobe: PCs, Internet-Verbindung, Kameras, Mikrofone, Software und ihre Tools
- Individueller Test der Technik mit allen Referent:innen (Bild, Ton, Verbindung, Einstellungen, etc.) Achtung: Der Test macht nur in dem gleichen Setting Sinn, von dem aus später „live“ referiert wird (Location, ungefähre Uhrzeit).
- Referent:innen-Tipps: u.a. Handy lautlos stellen, um Störungen zu vermeiden, „ruhigen“ Hintergrund wählen oder virtuellen Hintergrund nutzen, falls im Tool möglich.
- Outfit-Check (bspw. sind große Muster und kleine Karos im Video eher anstrengend. Auch bestimmte Farben sind für Kameras eher schwierig, Hintergrund beachten)
- Generalprobe für Präsentationen (meist macht eine PDF-Datei weniger Probleme als PowerPoint und aufwendige Animationen funktionieren meist nicht gut). In bestimmten Tools (bspw. edudip) können und sollten die Präsentationen vorab hochgeladen statt per Screensharing gezeigt werden.

Vorbereitung des Termins

- Einrichten des virtuellen Veranstaltungsraumes (Startfolie für Präsentation, dort Logo einfügen, ggf. Farben anpassen. Hier eignet sich bspw. auch ein Screenshot der Seite der Armutswochen)
- Benötigte Präsentationen, Dokumenten und Materialien sollten nach Möglichkeit bereits vorab hochgeladen werden

Software

Der DCV hat Tipps zu verschiedenen Online-Tools im CariNet veröffentlicht (z.B. Webzeugkasten, online Zusammenarbeiten: Chats, Foren, ToDo Verwaltung, Schreibwerkzeuge). Eine sehr gute Übersicht findet sich auch im „Webzeugkoffer“ des Parität-

tischen: www.der-paritaetische.de/schwerpunkt/digitalisierung/webzeugkoffer inklusive einer Linkliste zu den gängigsten Tools: www.der-paritaetische.de/fileadmin/user_upload/Schwerpunkte/Digitalisierung/doc/200423_Tool-Liste_der_Tool-Tipps.docx

Kostenfreie Videoschnitt-Tools:

- Plattformübergreifend (Windows, Mac, Linux):
DaVinci Resolve
<https://www.blackmagicdesign.com/de/products/davinciresolve>
OpenShot
<https://www.openshot.org/de>
ShotCut
<https://shotcut.org>
- Nur iOS, Mac: iMovie (mitgeliefert)

Sonstige Tools:

- OBS: Das „Schweizer Taschenmesser“ fürs Streaming (plattformübergreifend)
<https://obsproject.com/de>
- Opencast (Aufnahme von der Webcam, Online-Tool, keine Installation nötig)
<https://studio.opencast.org>
(auf Macs eignet sich dafür ggf. der mitgelieferte QuickTime-Player, auch der VLC-Mediaplayer kann die Webcam aufnehmen)

Social Media

Facebook

... ermöglicht es, Personen für eine Veranstaltung einzuladen. Facebook wird diese Personen später daran erinnern, dass die Veranstaltung bald stattfindet.

Auch können „Events“ auf Facebook live gestreamt werden. Der Nachteil von Facebook ist, dass es schwierig ist, Personen zu erreichen, die nicht zu den

bereits sensibilisierten Kreisen gehören. Eine offizielle und kostenpflichtige (10 bis 200€ je nach Wahl) Bewerbung der Veranstaltung kann hilfreich sein, um den Adressat:innenkreis weiter zu streuen.

<https://de-de.facebook.com/business/help/167417030499767?id=1123223941353904>

Twitter

... bietet sich für Positionierungen und Statements an. Eine Veranstaltung ist attraktiver, wenn Fotos oder Videos der Beschreibung beigefügt werden. Über Twitter kann man live während einer Veranstaltung

Tweets verschicken. Man kann das Snipping Tool in Windows verwenden, um aus der laufenden Veranstaltung Fotos auszuschneiden, mit Text und Links versehen und dann auf Twitter veröffentlichen.

YouTube

... eignet sich ebenfalls für Livestreaming und für die Dokumentation von Veranstaltungen.

<https://support.google.com/youtube/answer/2474026?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=de>

Instagram und TikTok

... erfreuen sich bei jüngeren Zielgruppen großer Beliebtheit. Botschaften müssen über Bilder und Videos

transportiert werden. Sehr gut funktionieren sogenannte Stories auf Instagram.

Gedruckte Werbemittel

Presseeinladung

Zeitungen, Fachzeitschriften, Stadtportale und Stadtmagazine sollen frühzeitig erfahren, wann Ihre Aktion stattfindet, sodass der Termin in diesen Medien im Kalender erscheint.

Die Presseeinladung ist sehr wichtig, damit auch Journalist:innen zu der Veranstaltung kommen. Dafür kann man auf einen bestehenden Presseverteiler zurückgreifen oder einen neuen Verteiler kreieren. Die Presseeinladung sollte maximal eine DIN-A4-Seite lang sein. Bestandteile einer guten Presseeinladung sind:

- Hinweis „Presseeinladung“, Logo der organisierenden Einrichtung und Datum der Veranstaltung
- Personalisierte Adressierung an die:den Journalist:in.

- Kurzer Text zum Inhalt und Anlass der Veranstaltung.
- Zeit, Ort, Adresse der Veranstaltung, oder Hinweis auf Anmeldung und Einwahl-Link.
- Programm oder Ablauf der Veranstaltung.
- Ggf. Hinweis auf den Zeitpunkt für Pressegespräche.
- Kontaktdaten für Rückfragen (Telefonnummer und E-Mail).

Tipps: Wenn Sie die Presseeinladungen per E-Mail verschicken, sollte die Betreffzeile klar und eindeutig sein. Die Funktion bcc sollte für den Versand benutzt werden.

Plakate

Etwa drei Wochen vor der Veranstaltung können Plakate angebracht werden. Der Plakatierungsort muss gut ausgesucht werden, damit ein bestimmtes Ziel-

publikum erreicht wird (z. B. an Universitäten, in den Einrichtungen, in Kultur-, Nachbarchchafts- und Jugendzentren, Pfarrgemeinden etc.).

Flyer

Plakate und Flyer sollten zum selben Zeitpunkt eingesetzt werden. Flyer sollten mindestens drei Wochen vorher verteilt werden. Am besten wirken Flyer dort,

wo sich die Zielgruppe aufhält: Cafés, Kneipen, Buchhandlungen, städtische Informationsstellen, usw.

Wie schreibe ich eine Pressemitteilung?

Eine Pressemitteilung muss klar und prägnant formuliert werden und nicht länger als **1–1,5 Seiten** sein.

Sie beginnt mit einem „Teaser-Text“ – einem kurzen Einleitungsabsatz in fetter Schrift (möglichst maximal 4 Sätze). Dieser enthält die **wesentlichen Aspekte: Wer veranstaltet, was, wie, wann, wo und warum?** Oder die wichtigste Nachricht steht im Teaser.

Die nachfolgenden Absätze sind Konkretisierungen des Teasers und bringen weitere Details und Zitate. Weil **Redakteur:innen immer von hinten kürzen**, sollte alles was nicht so wichtig ist, also Ausschmückungen, zusätzliche Hinweise, usw. hinten stehen.

Die Pressemitteilung muss für Aufmerksamkeit sorgen, denn die Redaktionen erhalten täglich viele

davon. Wichtig ist daher eine eingängige Überschrift. Die Pressemitteilung sollte optisch attraktiv sein.

Die Pressemitteilung wird per E-Mail an ausgewählte Journalist:innen nach Themenschwerpunkten und zusätzlich an Presseagenturen geschickt. Ideal ist es, wenn die Pressemitteilung an eine:n Journalist:in geschickt werden kann, die:der den Verband oder die Einrichtung bereits kennt.

Darüber hinaus können zur Veranschaulichung und für Hintergrundinfos auch Bilder oder Videos, Zitate und Berichte mitgeschickt werden (An die Bildrechte denken – Falls auf den Bildern Personen erkennbar sind, braucht es deren schriftliches Einverständnis!). Daraus entnommene Zitate werden bspw. von Redakteur:innen gerne in Artikel eingebaut.

Haben Sie noch Fragen?

Ihre Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Deutscher Caritasverband e. V.

Karin Vorhoff

Referatsleiterin „Soziale Lebenslagen und Solidarität“

Tel.: +49 (0)761 200-197

Mail: Karin.Vorhoff@caritas.de

Anja Stoiser

Stellvertretende Pressesprecherin

Tel.: +49 (0)30 28444-744

Mail: Anja.Stoiser@caritas.de

SkF Gesamtverein e. V.

Heide Mertens

Referentin Armutsbekämpfung/Armutsprävention

Tel.: +49 (0)231 557026-10

Mail: mertens@skf-zentrale.de

SKM Bundesverband e. V.

Hubert Bader

Referent für die Themen Wohnen und Beseitigung von Armut sowie Geschäftsführer SKFM Hilden

Tel.: +49 (0)211 233948-76

Mail: bader@skmev.de

Constanze Frowein

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0)211 233 948-75

Mail: frowein@skmev.de



Herausgeber/Impressum:

Deutscher Caritasverband e. V.
Karlstraße 40, 79104 Freiburg

Sozialdienst katholischer Frauen Gesamtverein e. V.
Agnes-Neuhaus-Straße 5, 44135 Dortmund

SKM Bundesverband e. V.
Sternstr. 71–73, 40479 Düsseldorf

3. aktualisierte Auflage zu den Armutswochen 2022

Die Planungshilfe geht zurück auf eine Vorlage, die dem Deutschen Caritasverband e. V. 2019 freundlicherweise vom Arbeitsfeld „Rechtliche Betreuung“ des SKM Bundesverbands e. V. überlassen und für die Armutswochen 2020 und 2021 adaptiert und um digitale Konzepte aus verschiedenen Quellen ergänzt wurde.

Foto Cover: Pete Linforth/pixabay
Gestaltung: Simon Gümpel, Freiburg

Stand: August 2022