
Wie können wir unsere Ideen in der Gesellschaft durchsetzen?

Leitfaden für Strategie & Planung

1. Die Idee & das Ziel
2. Analyse der Situation und seiner selbst
3. Strategie

Was will man in die Gesellschaft hineinbringen?

Beschreibung der Idee und der Vision

- Grundlage des weiteren Handelns
- Unterschied z.B. zwischen Wahlkampf und Lobbying
- Beeinflusst die Methoden

Wie ist die Situation heute?

Analyse des Heute

- Research
- Entscheider und Beeinflusser
- Stakeholder
- Wir selbst (Beispiel: SWOT-Analyse)
- Bewertung

Beispiel: Stakeholder

Creators

- Protection of Works
- Earning a Living
- Getting Known

Users

- Entertainment
- Knowledge
- Base for new Works

Copyright

Sellers

- Earnings
- Bringing stuff to the people

State

- Economic Safety for Creators
- Dissemination and Encouraging of Knowledge

Beispiel: SWOT-Analyse

Stärken (Strengths)

Schwächen (Weaknesses)

Gelegenheiten (Opportunities)

Gefahren (Threads)

Wie ändern wir den Istzustand?

Unsere Strategie und Planung

- Ziele
- Aktionen
- Menschen
 - Geld
- Zeitplan

Das wollen wir erreichen.

- Das Ziel
- Meilensteine
- Klare Definition
- Messbarkeit und Zeitrahmen
- Überprüfbarkeit
- SMART (specific, measurable, achievable, realistic and within a timescale)

Beispiel: Bürgerbegehren zum S-Bahntunnel im März 2011

So setzen wir es um.

- „Marketing-Plan“
- Auf Basis unserer Ist-Analyse
- Beschreibung unserer Aktionen
- Alternative Aktionen

Beispiel: Infostände zum Bürgerbegehren S-Bahntunnel

Wir setzen um.

- Wieviele und welche Aktivisten brauchen wir?
- Aufgabenverteilung
- Die mit dem Hut
- Die im Kern
- Die in der Masse
- Wie aktivieren wir?

Beispiel: Personalbedarf Infostände Bürgerbegehren S-Bahntunnel

Wir bezahlen.

- Welche Kosten kommen für die Aktionen auf uns zu?
- Zeitlicher Rahmen
- Finanzierung
- Fundraising
- Spenden

Beispiel: Flyer Bürgerbegehren S-Bahntunnel

Der Ablauf unserer Aktionen

- Zeitlicher Ablauf unserer Strategie
- Milestones
- Aktionen
- Menschen
- Geld
- Entwicklung einhergehend mit den obigen Punkten

Übrigens:

Kein Plan überlebt den Erstkontakt mit der Realität!

(Aber er hilft diese Realität erfolgreicher zu gestalten.)