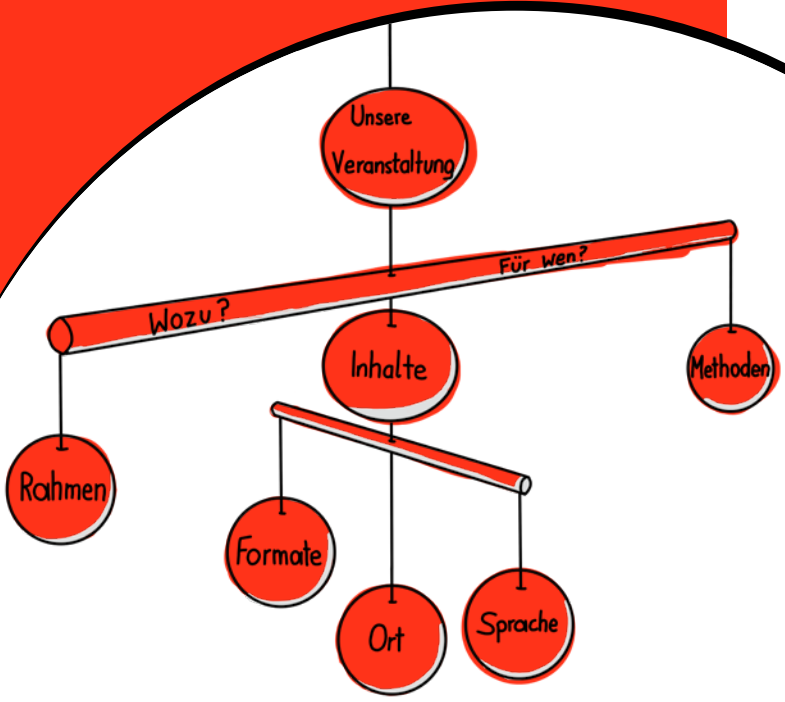
WIE GEHT POLITISCHE BILDUNG?

Schritt für Schritt zur erfolgreichen Veranstaltung

ROSA LUXEMBURG STIFTUNG



WIE GEHT POLITISCHE BILDUNG?

Schritt für Schritt zur erfolgreichen Veranstaltung

Die hier vorgestellten Arbeitsmaterialien stehen zum Download zur Verfügung: **www.rosalux.de/publikation/id/44956**

IMPRESSUM
Herausgegeben von der Rosa-Luxemburg-Stiftung
2. Auflage
V. i. S. d. P.: Ulrike Hempel
Straße der Pariser Kommune 8A · 10243 Berlin · www.rosalux.de
ISBN 978-3-948250-37-9 · Redaktionsschluss: September 2021
Text und Idee: Melanie Stitz
Mitarbeit: Paul Wellsow
Illustrationen: Nora Zirkelbach
Lektorat: TEXT-ARBEIT, Berlin
Layout/Herstellung: MediaService GmbH Druck und Kommunikation
Gedruckt auf Circleoffset Premium White, 100 % Recycling

Diese Publikation ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Rosa-Luxemburg-Stiftung.
Sie wird kostenlos abgegeben und darf nicht zu Wahlkampfzwecken verwendet werden.

INHALT

Vorwort 5

Was macht linke politische Bildung aus? 7

1 Von der Idee zum Konzept 9
Was und wen wollt ihr erreichen? Ziele und Zielgruppen 10
Worum soll es gehen? Vom Thema zur konkreten Frage 13
Wollt ihr Expert*innen einladen? 14
Welche Formate und Methoden bieten sich an? 16
Ist ausreichend Zeit eingeplant? 18
Welcher Ort ist geeignet? 18
Wie gestaltet ihr den Rahmen? 19
Welche Sprache nutzt ihr? 20
Werbung und Öffentlichkeitsarbeit 21
Allein oder in Kooperation? 24
Finanzierung 24
Checkliste für die Umsetzung 26

2 Durchführung 29
Begrüßung und Einstieg 30
Durch die Veranstaltung führen 32
Moderieren 32
Visualisieren 34
Das Hausrecht ausüben 35
Ende und Verabschiedung 36
Nach der Veranstaltung 36

3 Digitale Veranstaltungen 37

Zum Schluss 40

Rosa-Luxemburg-Stiftung vor Ort 41

Materialien 42

Wer hat's gemacht? 44

VORWORT

Wie geht eigentlich politische Bildung? Woran muss ich denken, wenn ich eine Veranstaltung organisiere? Und wo bekomme ich dafür Unterstützung?

Mit dieser Broschüre wollen wir euch Schritt für Schritt zeigen, wie ihr selbst einen Vortrag, einen Workshop oder ein Seminar organisiert. Wir wollen praktische Tipps geben: von der ersten Idee für eine Veranstaltung über die Planung bis hin zur erfolgreichen Umsetzung.

Welche Fragen interessieren euch? Worauf sucht ihr Antworten? Daraus ergeben sich oft schon Ideen und Themen für eine Veranstaltung: Kann vielleicht ein*e Expert*in dazu einen Vortrag halten, sollen mehrere Leute verschiedene Positionen vorstellen oder erarbeitet ihr die Antworten lieber gemeinsam? Wollt ihr viele Menschen erreichen oder soll erst einmal im kleinen Kreis diskutiert werden? Für welche Form ihr euch auch entscheidet: Probiert es aus, lernt beim Machen!

Wir geben in dieser Broschüre ganz praktische Hinweise, wie ihr mit eurer Veranstaltung interessierte Menschen erreicht und wie im Gespräch alle zu Wort kommen.

Linke politische Bildung setzt auf das Engagement der vielen. Die Rosa-Luxemburg-Stiftung unterstützt Vereine, Initiativen, Gruppen und Einzelpersonen, die in ihrer Stadt, in ihrem Dorf oder in ihrer Region Veranstaltungen auf die Beine stellen. Wichtig ist uns, Orte und Gelegenheiten zu schaffen, in denen aus verschiedenen Blickwinkeln miteinander diskutiert und gelernt werden kann. Dazu wollen wir euch ermutigen und das nötige Handwerkszeug anbieten, damit jede und jeder selbst aktiv werden, sich einmischen, mitreden, eine eigene Meinung entwickeln und

schließlich die Welt verändern kann. Bildung vor Ort ist uns wichtig – gerade dort, wo sonst vielleicht nicht so viel los ist. Denn jeder Mensch sollte die Möglichkeit haben, an politischen Diskussionen und Bildungsveranstaltungen teilzunehmen – ob in der Großstadt, im angesagten Stadtteil, am Standort einer Hochschule oder eben in Kleinstädten, Dörfern oder den Stadtteilen, um die andere mit ihren Veranstaltungen einen Bogen machen.

Denn politische Bildung ist auch eine Demokratiefrage: Sie ist für alle da.

Melanie Stitz und Paul Wellsow

WAS MACHT LINKE POLITISCHE BILDUNG AUS?

Politische Bildung unterstützt Menschen dabei, zu lernen, die Gesellschaft zu verstehen und handlungsfähig zu werden. Politische Bildung liefert all das, was wir brauchen, um uns eine Meinung zu bilden und uns einzumischen. «Die Menschen machen ihre Geschichte selbst», schrieb Karl Marx. Die Zukunft ist offen und gestaltbar – auf diesen Annahmen basiert linke politische Bildung. «Niemand ist zu klein, um einen Unterschied zu machen», sagte die Klima-Aktivistin Greta Thunberg – und genau in diesem Sinne will linke politische Bildung dazu ermutigen, sich selbst und die Verhältnisse (selbst-)kritisch zu hinterfragen und, wo nötig, auch zu verändern. Politische Bildung ist ein gutes Mittel sowohl gegen einfache Antworten, Vorurteile und Ressentiments als auch gegen Ohnmacht und Resignation.

Linke politische Bildung zielt auf Befreiung, sie versteht sich also als emanzipatorisch und will niemandem eine bestimmte Sichtweise aufzwingen. Sie respektiert und unterstützt Kritik und lädt dazu ein, sich selbst ein Bild zu machen und sich selbst zu überzeugen. Dazu gehört auch, widerstreitende Meinungen zu Wort kommen zu lassen. Was in der Gesellschaft umstritten ist, sollte auch in der politischen Bildung vielstimmig diskutiert werden.

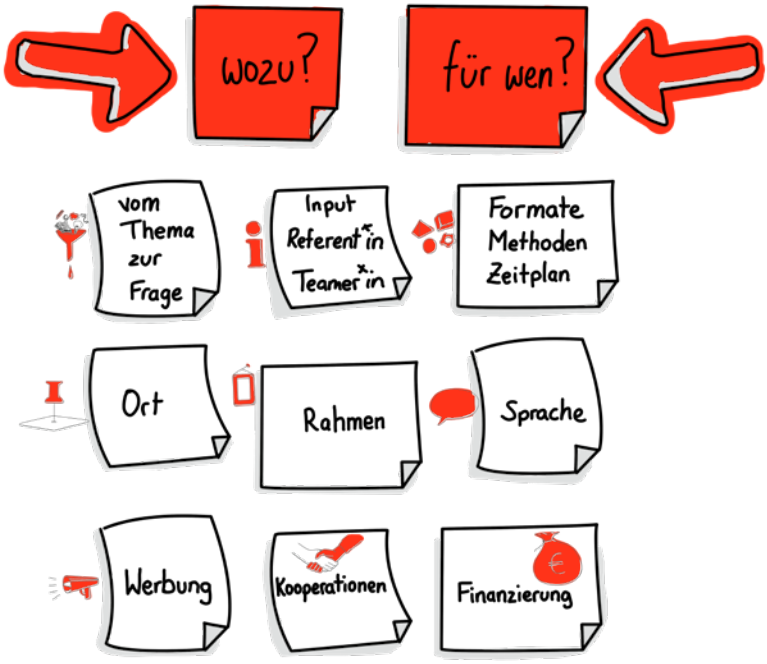
Politische Bildung muss keine eindeutigen Antworten geben. Oft ist es schon nützlich und wertvoll, Themen aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten und Fragen anders zu stellen. Ein Beispiel: Statt zu fragen, «Wie viele Geflüchtete kann unser Viertel verkraften?», könnten wir überlegen: «Wie wollen wir miteinander

leben? Wie schaffen wir gemeinsam ein solidarisches Miteinander, das für alle gut ist? Was brauchen wir dazu? Und wo fangen wir an?»

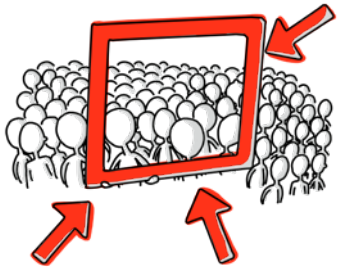
Linke politische Bildung ist den Grundwerten Freiheit, Gleichheit und Solidarität verpflichtet. Sie wendet sich entschieden gegen alle Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit – in anderen Worten: gegen feindselige Einstellungen gegenüber Menschen unterschiedlicher sozialer, religiöser und ethnischer Herkunft und ihren Lebensformen. Sie setzt darauf, aus Erfahrungen und aus der Geschichte für die Zukunft zu lernen.

Menschen lernen unterschiedlich. Manche widerwillig und mit Mühe, andere freudig und mit Leichtigkeit. Manche lernen lieber durch Lesen, andere durch Hören, Sehen, Ausprobieren oder durch das Miteinander-Diskutieren. Politische Bildung schafft Räume zum Lernen. Wie die Teilnehmenden diesen Raum nutzen und was sie daraus machen, liegt in ihren Händen. Dafür einen guten Rahmen zu schaffen und Lernhindernisse soweit wie möglich auszuräumen, das ist eine wichtige Aufgabe für alle, die Bildungsveranstaltungen realisieren.

1
VON DER IDEE ZUM KONZEPT



Was und wen wollt ihr erreichen? Ziele und Zielgruppen



Wenn ihr eine Bildungsveranstaltung organisieren wollt, fragt euch zuallererst, welche Absicht ihr damit verfolgt. Daraus ergibt sich meist schon eine Idee, wie eure Veranstaltung aussehen soll. Dabei kann es durchaus um mehrere oder verschiedene Ziele gehen. Wollt ihr ein bestimmtes Thema, die gesellschaftlichen Verhältnisse oder einen aktuellen politischen Konflikt – sei es vor Ort oder anderswo in der Welt – besser verstehen? Wollt ihr euch informieren, verschiedene Sichtweisen und Erfahrungen kennenlernen, womöglich auch über die Darstellungen hinaus, die an der Schule im Politikunterricht oder abends in der Tagesschau angeboten werden? Wollt ihr Menschen vor Ort miteinander ins Gespräch bringen, um gemeinsam ein konkretes Ziel zu erreichen, oder Handwerkszeug für die politische Arbeit erlernen? Nehmt euch zu Beginn der Planung ausreichend Zeit, um über eure Ziele nachzudenken. Schreibt diese als Erinnerungsstütze auf.

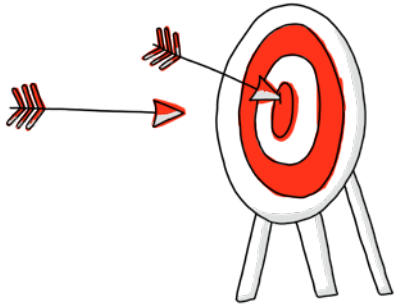
Ebenso wichtig ist die Frage, wen ihr mit eurer Bildungsveranstaltung erreichen wollt. Habt ihr einen bestimmten Personenkreis im Sinn? Wollt ihr unterschiedliche Menschen und Sichtweisen zusammenbringen, zum Beispiel Menschen unterschiedlichen Alters, Geschlechts oder unterschiedlicher sozialer Herkunft? Wollt ihr dabei auf vorhandene Kenntnisse aufbauen oder Bildung für Einsteiger*innen anbieten, die sich womöglich zum ersten Mal mit einem Thema befassen?

Außerdem ist es wichtig zu prüfen, ob eure Ziele auch zur Zielgruppe passen. Welche Erfahrungen, Wünsche und Erwartungen könnten die Teilnehmenden mitbringen? Nützen eure Angebote den Menschen, die ihr erreichen wollt? Was können sie dabei gewinnen? Warum sollten sie zu eurer Veranstaltung kommen?

Je genauer ihr euer Anliegen und die gewünschte Zielgruppe beschreibt, umso leichter fällt die Auswahl der Themen, Formate, Rahmenbedingungen, Kooperationspartner, Referent*innen, Räume und Methoden. Wichtig ist, ob das Gesamtkonzept in sich stimmig und zielführend ist.

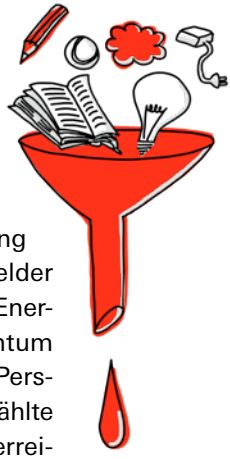
Eure Absichten zu klären ist außerdem nützlich, um später Bilanz zu ziehen und für die nächste Veranstaltung zu lernen. Was lief gut und was sollte beim nächsten Mal vielleicht anders gemacht werden? Überlegt euch dafür am besten schon im Vorfeld, ob und wie ihr erkennen könnt, dass ihr eure Ziele erreicht habt. Den Erfolg einer Veranstaltung zu «messen» ist schwierig. Mögliche Anzeichen können zum Beispiel sein: Teilnehmende stellen tiefergehende Fragen, kommen zu Folgeveranstaltungen, zeigen Interesse an weiteren Themen und Veranstaltungen, sind ermutigt, sich einzumischen und ihre Geschicke in die eigenen Hände zu nehmen, anstatt über «die da oben» zu klagen oder zu resignieren, dass «man ja eh nichts machen kann».

Was wollen wir mit unserer Veranstaltung erreichen?



Ziele und Nutzen	Beispiele	Woran erkennen wir den Erfolg?
Nutzen für unsere Initiative/ Organisation	Wir wollen ... ■ selbst lernen. ■ bekannter werden. ■ Mitstreiter*innen gewinnen. ■ die Zusammenarbeit mit Mitveranstaltern stärken.	■ Teilnehmende kommen wieder. ■ In der Lokalzeitung erscheint ein Bericht. ■ Es nehmen mindestens 20 Personen teil. ■ …
Nutzen für die Teilnehmenden	Die Teilnehmenden ... ■ wissen hinterher mehr über das Thema. ■ können hinterher etwas selbst bzw. haben ausprobiert und geübt. ■ erleben eine solidarische Diskussion. ■ haben Gelegenheit, andere Sichtweisen kennenzulernen. ■ gewinnen Handlungsfähigkeit, z. B. durch Ermutigung und Vernetzung mit anderen.	Die Teilnehmenden ... ■ geben entsprechende Rückmeldungen am Ende der Veranstaltung. ■ bleiben noch beisammen, um zu reden oder sich zu verabreden. ■ stellen weitergehende Fragen und wollen diesen nachgehen. ■ …

Worum soll es gehen?
Vom Thema zur konkreten Frage



Für eure Planung ist es unerlässlich, das Thema eurer Veranstaltung einzugrenzen und zu entscheiden, welche Inhalte ihr behandeln wollt. Über die Folgen von Privatisierung könnt ihr beispielsweise entlang der Themenfelder Wohnen, Gesundheit, Bildung, Mobilität oder Energie diskutieren. Das Prinzip, öffentliches Eigentum zu privatisieren, lässt sich aus verschiedenen Perspektiven beleuchten. Schließlich sollte das gewählte Themenfeld dazu geeignet sein, eure Ziele zu erreichen, und es sollte zur Zielgruppe passen. Vielleicht hilft es zu wissen, was momentan in eurer Stadt oder Region diskutiert wird, um an das Thema anzuknüpfen. Wenn also gerade die Nahverkehrsgesellschaft in eurer Stadt verkauft werden soll, könntet ihr das als Beispiel für Privatisierung nutzen.

Als Nächstes solltet ihr euch überlegen, welches Wissen ihr voraussetzen könnt. Gab es bereits Veranstaltungen, Diskussionen und/oder politische Auseinandersetzungen zum selben Thema? Wollt ihr euch auf diese beziehen, darauf aufbauen und weitere Perspektiven ins Spiel bringen? Oder wollt ihr mit eurer Veranstaltung neue Impulse setzen oder eine andere Zielgruppe erreichen?

Denkt anschließend darüber nach, wie ihr das ausgewählte Thema bearbeiten wollt. Wollt ihr einen theoretischen Schwerpunkt setzen oder eher eigene Erfahrungen oder Beispiele aus der Praxis diskutieren? Vielleicht ist aber auch ein Blick in die Geschichte nützlich, zum Beispiel um zu verstehen, wie es zu den heutigen Verhältnissen kommen konnte. Meist ist es kaum möglich, ein Thema in einem einzigen Vortrag oder einem Workshop aus allen Perspektiven zu beleuchten. Es braucht oft «Mut zur Lücke», das heißt die Konzentration auf ausgewählte Fragen

und Aspekte. Für eine umfassendere Betrachtung und um einem Thema gerecht zu werden, könnt ihr auch eine Veranstaltungsreihe planen.

Dabei kann es helfen, eine Mindmap zu erstellen, mit der ihr die verschiedenen Aspekte des Themas visualisiert. So könnt ihr leichter entscheiden, wie ihr an das Thema herangeht – und auch, was ihr weglasst. Auf dieser Grundlage könnt ihr für euch klären, um welche Inhalte genau es gehen soll: Aus der Idee, «irgendetwas zu Care» zu machen, ergeben sich dann konkrete Fragen:

- Wie funktionieren globale Sorgeketten?
- Welche Bedeutung hat Care-Arbeit in unserer Gesellschaft?
- Aus welchen Gründen leisten vor allem Frauen die meist schlecht bezahlte Sorgearbeit?

Wollt ihr Expert*innen einladen?

Für viele Themen ist zunächst ein inhaltlicher Input hilfreich. Fakten tragen dazu bei, Diskussionen zu versachlichen – das ist eine wichtige Aufgabe politischer Bildung. Verschiedene Meinungen kennenzulernen, sie zu hinterfragen und auf ihre Schlüssigkeit hin zu prüfen hilft bei der eigenen Standortbestimmung. Inhaltliche Beiträge reichen je nach Format von einem kurzen Impuls von fünf Minuten bis zu einem längeren Vortrag. Ihr könnt ihn selbst gestalten oder Expert*innen einladen.

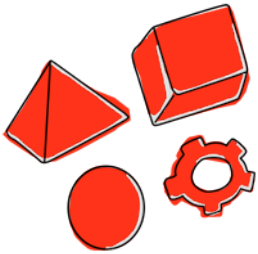
Fachliches Wissen und didaktische Kompetenzen – das heißt Wissen gut erklären und vermitteln können – sind die entscheidenden Kriterien für die Auswahl der Referent*innen. Überlegt euch, ob die Person im Hinblick auf die Teilnehmenden, eure Ziele und den Inhalt die richtige ist. Denn die Wahl der Redner*innen hat immer auch eine Signalwirkung:

- Für wen spricht der*die Referent*in?
- Repräsentiert die Person eine bestimmte Organisation?

- Vertritt sie*er einen wissenschaftlichen oder aktivistischen Blick?
- Wenn ihr eine Veranstaltungsreihe mit mehreren Referent*innen plant: Werden dabei unterschiedliche Sichtweisen, Geschlechter, Generationen, Herkünfte und Erfahrungen repräsentiert? Womöglich auch jene, die sonst viel zu wenig gehört werden?
- Welche Glaubwürdigkeit genießen die Referent*innen bei den Teilnehmenden?
- Wollt ihr auf «Bewährtes» und «große Namen» setzen? Oder ladet ihr ganz bewusst junge oder eher unbekannte Redner*innen ein?
- Welche Rolle sollen die Referent*innen während der Veranstaltung spielen? Sollen sie zum Beispiel ihre Thesen kurz vorstellen und ihr moderiert die Diskussion? Sollen sie eher als Teamer*in einen Workshop methodisch gestalten? Plant ihr eine Podiumsdiskussion, also einen Dialog oder ein Streitgespräch mehrerer Expert*innen auf einer Bühne?

Klärt diese Fragen zunächst für euch und besprecht sie dann mit dem*der Referent*in. Absprachen sind ein entscheidender Faktor für das Gelingen. Sie tragen dazu bei, dass die Referent*innen wissen, was ihr erwartet, und sich wohlfühlen:

- Worüber genau sollen sie sprechen?
- Wie viel Zeit steht für das Referat zur Verfügung?
- Mit welchem Publikum rechnet ihr? Welches Vorwissen kann vorausgesetzt werden? Was muss erklärt werden?
- Steht die Veranstaltung in einem größeren Zusammenhang, ist sie zum Beispiel Teil einer Reihe oder bezieht sie sich auf aktuelle Auseinandersetzungen vor Ort? Sind noch andere Referent*innen eingeladen?
- Wie möchte er*sie vorgestellt werden?
- Welche Technik und Materialien braucht der*die Referent*in?
- Wie viel Honorar bietet ihr? Wer trägt die Kosten für Anreise und Unterkunft?



Welche Formate und Methoden bieten sich an?

Überlegt euch, welches Format eure Veranstaltung haben soll. Wollt ihr eine Lesung, Filmvorführung, einen Vortrag, Workshop oder ein politisches Picknick anbieten?

Wenn ihr euch für ein Format entschieden habt, wählt geeignete Methoden dafür aus. Es gibt unzählige Vorgehensweisen, um den Kontakt zu den Teilnehmenden und das Miteinander zu gestalten, und viele Bücher und Handreichungen dazu:

- Namenlernen: Wie möchte jemand angesprochen werden? Als «er», «sie» oder mit Vor-/Nachnamen?
- Kennenlernen: Was wollen und müssen die Teilnehmenden voneinander wissen? Den ganzen Lebenslauf und akademischen Werdegang? Den persönlichen Zugang zum Thema? Achtung: Nicht alle möchten gleich zu Beginn ihr Alter verraten. Auch «Bekenntnisfragen» wie «Wer ist der Ansicht …?» sind manchen unangenehm oder verleiten dazu, sich auf eine Position festlegen und diese verteidigen zu müssen.
- Fragen und Erwartungen einholen, Spielregeln vereinbaren: Was haben die Teilnehmenden an Fragen mit im Gepäck? Was wünschen sie sich für die Veranstaltung? Was können und wollen sie zum Thema und zu einer guten Zusammenarbeit beitragen?
- Sich austauschen (z. B. in «Murmelgruppen», in denen sich die Teilnehmenden kurz zu zweit oder dritt beraten und danach ihre Fragen oder Gedanken ins Plenum einbringen)
- Informationen und Wissen vermitteln bzw. sich selbst Wissen aneignen: Vortrag, Film, Interviews, gemeinsames lautes Lesen und Satz-für-Satz-Übersetzen in eigene Worte (sogenanntes Close-Reading)
- Ideen sammeln: auf Zuruf im Plenum oder auf Karten, die später sortiert, vielleicht mit Klebepunkten gewichtet werden, gemeinsam eine Collage erstellen

- Diskutieren anhand von Leitfragen, in Arbeitsgruppen, in der «Fish-Bowl» (eine kleine Gruppe sitzt in der Mitte und spricht im «Goldfisch-Glas» über das Thema, während die anderen im Außenkreis sitzen und zuhören)
- Abwägen und Entscheiden
- Neue Techniken und Verhalten ausprobieren und üben, zum Beispiel im Rollenspiel
- Rückmeldung geben und bekommen
- Bilanz ziehen

Methoden und Formate stoßen auf unterschiedliche Erfahrungen und Vorlieben auch bei den Teilnehmenden, sie laden die einen zum Mitmachen ein und schrecken zugleich womöglich andere ab. Die einen schätzen den klassischen Vortrag mit Gelegenheit zum Nachfragen im Anschluss, andere mögen interaktivere Methoden. Die einen sind dankbar für Spiele zum Auflockern, andere finden das «albern». Manche Formate wie Lesekreise schaffen und brauchen zugleich Verbindlichkeit. Eine «Open Space»-Konferenz erlaubt den fließenden Wechsel zwischen Gruppen und so auch das Reinschnuppern in verschiedene Themen. Manche Formate und Methoden zielen darauf, alle einzubeziehen, zu Akteur*innen zu machen und für den Prozess mit in die Verantwortung zu nehmen. Jede Vorgehensweise hat ihre Vor- und Nachteile, ermöglicht und verhindert zugleich.

Entscheidend ist, was im Hinblick auf Zielsetzung und Teilnehmende «stimmig» ist. Es allen «recht zu machen» ist schier unmöglich. Mitunter macht es die Mischung. Wichtig ist, dass ihr euch selbst damit wohlfühlt und den Raum und die Materialien habt, um die gewählten Methoden einsetzen zu können. Und wenn jemand nicht mitmachen will, bleibt gelassen. Ihr könnt dann erklären, warum ihr dazu einladet, mit dieser Methode zu arbeiten, und im Zweifelsfall fragen: «Ist es okay für dich, die erste Runde erst einmal zuzuschauen und dann neu zu entscheiden?» oder: «Wie müsste es sein, damit es gut für dich ist?«

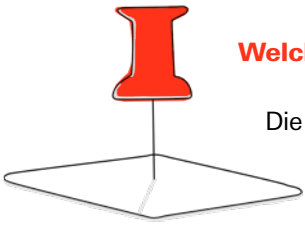
Für methodische Inspirationen empfehlen wir euch das kostenfreie und digitale Bildungsmaterial «Kreative Methoden in der Politischen Bildung» der Rosa-Luxemburg-Stiftung.

Ist ausreichend Zeit eingeplant?

Ein möglichst genauer Zeitplan hilft euch dabei, «auf Kurs» zu bleiben. Dauert die Veranstaltung länger als angekündigt, besteht die Gefahr, dass immer mehr Teilnehmende nach und nach gehen. Das ist unbefriedigend für alle Beteiligten.

Denkt an Zeit für:

- die Vorbereitung des Raums
- letzte Absprachen mit den Leuten vom Haus
- das Ankommen
- die Begrüßung (evtl. auch durch Kooperationspartner)
- eine Vorstellungsrunde
- die inhaltlichen Beiträge und Vorträge
- Arbeitsgruppen (inkl. Gruppenfindung, Weg zu den Räumen)
- Erklärungen und Anleitungen zum methodischen Vorgehen
- technische Vorbereitungen (z. B. den Beamer in Gang bringen)
- die Diskussion
- Pausen (ausreichend häufig und lang)
- ein Fazit
- die Verabschiedung
- den Nachkontakt

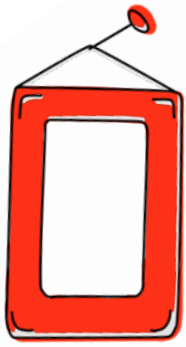


Welcher Ort ist geeignet?

Die gleiche Veranstaltung spricht und zieht je nach Ort unterschiedliche Menschen an. Das gilt für das Autonome Zentrum im Hinterhof oder

die zentral gelegene Stadtbibliothek. Ist die Räumlichkeit zugänglich, möglichst barrierefrei und gut und sicher erreichbar? Ein «neutraler» Ort, an dem sich alle wohl und zu Hause fühlen, ist selten zu finden. Es gilt also auch hier, das Für und Wider abzuwägen und zu entscheiden: Passt der Ort zu der Zielgruppe, die ihr erreichen wollt? Gibt es dort die Technik, die ihr benötigt? Passt der Termin? Könnt ihr den Raum vorher besichtigen? Habt ihr am Tag der Veranstaltung früh genug Zugang zum Raum, um ihn vorzubereiten?

Wie gestaltet ihr den Rahmen?



In Veranstaltungen passiert mehr als reine Wissensvermittlung, denn hier kommen Menschen zusammen. Jede Veranstaltung ist somit ein soziales Ereignis. Für manche ist dieser Aspekt genauso wichtig wie das Thema, um das es geht.

Überlegt, ob ihr dazu einladen wollt, schon vor Beginn der Veranstaltung zu kommen – in einen angenehm gestalteten Raum mit Informationen zum Thema auf einer Pinnwand, ausgelegten Materialien, Getränken und Musik. Vielleicht wollt ihr eine lokale Buchhandlung bitten, einen Büchertisch zu machen?

Es gibt noch weitere Fragen, die wichtig sind, um einen möglichst guten und angenehmen Rahmen zu schaffen:

- Welcher Wochentag und welche Uhrzeit passen? (Berücksichtigt z. B. Ferien, Feiertage, zeitgleich stattfindende Veranstaltungen, Bundesliga-Finale, Stadtfest.)
- Gibt es Kinderbetreuung oder gar ein Kinderprogramm?
- Wie wollt ihr die Stühle und Tische aufstellen? Im Kreis, in Reihen oder in Gruppen, mit (Beistell-)Tischen für die Getränke oder ohne? Die Platzgestaltung wirkt sich darauf aus, ob und wie miteinander diskutiert und gearbeitet werden kann, ob die Teilnehmenden nach vorne zur Bühne hin oder eher untereinander sprechen.

- Braucht ihr eine Bühne?
- Sind Standmikrofone nützlich oder jemand, die*der das Mikrofon durch die Reihen reicht? Geht es auch ohne Mikrofon? Testet am besten vorab, ob auch in der letzten Reihe noch alles gut zu verstehen ist.

Es besteht ein Unterschied darin, ob der Raum nach Ende der Diskussion fluchtartig verlassen werden muss, weil gleich das Licht ausgeht, oder ob noch Gelegenheit zum sogenannten Nachkontakt bleibt. Schön ist es, wenn Zeit bleibt, um sich noch einmal zu bedanken, Adressen auszutauschen, um locker weiter diskutieren und sich in kleinen Gruppen kennenlernen zu können, vielleicht an zwei bis drei Stehtischen mit ein paar Getränken und Snacks.

Nichts davon ist selbstverständlich und jedes Detail verändert den Rahmen, ermöglicht das eine und verhindert das andere – nicht immer und überall ist alles möglich.

Unter den Bedingungen der Corona-Pandemie ist es wichtig geworden, sich mit den aktuellen Verordnungen des Infektionsschutzes vertraut zu machen und diese bei der Veranstaltungsplanung zu berücksichtigen. Auf Hygienemaßnahmen solltet ihr bei der Werbung hinweisen, damit Teilnehmende sich sicher fühlen und wissen, worauf sie sich einlassen. Je nach Region müsst ihr eventuell ein Sicherheitskonzept erstellen und die Veranstaltung genehmigen lassen. Die gültigen Bestimmungen findet ihr in der Regel auf den Webseiten eurer Stadt oder des Landkreises. Wenn ihr euch unsicher seid, fragt bei der zuständigen Behörde nach, was erlaubt ist.

Welche Sprache nutzt ihr?

Sprache ist das Medium, mit dem wir Menschen erreichen, aber auch ausschließen. Fremdsprachliche oder wissenschaftliche (Fach-)Begriffe können nützlich sein, sollten

aber immer erklärt oder übersetzt werden. Fachbegriffe, Abkürzungen und Szenesprache können ausgrenzend wirken. Welche sind womöglich erklärungsbedürftig? Welche Sprache sprechen die Menschen, die ihr erreichen wollt? Gibt es eine Übersetzung ins Türkische, Englische oder in Gebärdensprache? Es ist nicht sinnvoll, eine Veranstaltung in leichter Sprache zu bewerben, dann aber doch vor allem Fachwissen zu vermitteln. Auch wissenschaftliche oder theoretische Veranstaltungen sind wichtig – es sollte aber im Vorhinein deutlich werden, welche Kenntnisse vorausgesetzt werden, damit alle Interessierten entscheiden können, ob sie teilnehmen wollen. Es gibt nicht die eine «richtige Ansprache» und Sprache. Wichtig ist nur, dass ihr euch fragt: Passt die verwendete Sprache für eure Veranstaltung, zu eurer Zielgruppe, zur Zielsetzung und zum Inhalt?

Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Damit die Veranstaltung ein Erfolg wird, braucht es Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Menschen müssen von eurem Termin erfahren und ihr Interesse muss geweckt werden, damit sie kommen. Wichtig ist, sich frühzeitig zu überlegen, wen ihr erreichen wollt (siehe dazu Abschnitt «Ziele und Zielgruppen»). Davon hängt ab, wie und wo ihr werbt. Wollt ihr eine bestimmte Gruppe von Menschen einladen oder eine breitere Öffentlichkeit? Möchtet ihr, dass Pressevertreter*innen zur Podiumsdiskussion kommen oder soll in eurem Workshop lieber erst einmal intern diskutiert werden?

Wenn ihr euch über die Zielgruppe im Klaren seid, dann überlegt euch, mit welchen Mitteln (Flyer, Plakate, Webseite, Social Media, Pressemitteilung, Rundmail), an welchen Orten und mit welcher Sprache und Gestaltung ihr für euer Vorhaben werben wollt. Könnt ihr mögliche Interessierte vielleicht über den Aushang eines Plakats oder Flyer an ihren Arbeitsorten ansprechen oder

dort, wo sie sich häufig aufhalten? Jugendliche könnt ihr in Schulen oder im Jugendzentrum, kulturell interessierte Menschen im Buchladen oder im Stadtmuseum erreichen. Wollt ihr euch eher an junge Menschen über Social-Media-Kanäle wenden oder an vorrangig ältere Menschen, die noch eine Lokalzeitung lesen?

Aus den Überlegungen zur Zielgruppe ergibt sich oft auch schnell, wie ihr Plakate oder Flyer gestaltet, welchen Sprachstil ihr verwendet und in welche Sprachen ihr sie womöglich übersetzt. Neben zielgerichteter Werbung sind natürlich auch Ankündigungen in der Lokalpresse, auf Webseiten für die Region oder politischen Mailinglisten von Organisationen sinnvoll, damit möglichst viele Leute von eurem Angebot erfahren.

Bei der Öffentlichkeitsarbeit kommt es auf zwei Dinge an: Erstens: Haltet kontinuierlich die Augen offen, welche Medien bei euch vor Ort in den für euch relevanten Zielgruppen genutzt werden, wie sich diese Menschen informieren und wo sie sich regelmäßig aufhalten. Das ist wichtig, um zum Beispiel gezielt Flyer auszulegen. Welche Medien gibt es in eurer Region? Existiert vielleicht ein freies Radio, wo ihr einen Redebeitrag oder ein Interview unterbringen könnt? Gibt es Webseiten oder kostenlose Anzeigenzeitungen, die neben der klassischen Lokalzeitung über eure Stadt oder den Landkreis berichten und gerne Termine aufnehmen oder einmal einen Bericht abdrucken? Mit der Zeit werdet ihr herausfinden, welche Journalist*innen oder Multiplikator*innen in Organisationen oder Einrichtungen (Kneipen, Bibliotheken, Jugendzentren oder Buchläden) Interesse für eure Veranstaltungen zeigen und euch eine Plattform bieten können und wollen. Fragt per Telefon an, wer eure Ansprechpartner*innen sind, in welcher Form und mit welchem zeitlichen Vorlauf sie eure Veranstaltungstermine brauchen, um sie abdrucken zu können.

Zweitens: Lernt das Handwerkszeug der Öffentlichkeitsarbeit oder sucht Menschen, die es beherrschen und euch unterstützen! Es ist kein Hexenwerk zu lernen, eine ordentliche Pressemit-

teilung zu formulieren, einen Flyer zu gestalten oder eine Facebook-Veranstaltung zu erstellen. Es lohnt sich, Zeit zu investieren, um sich erst einmal Wissen anzueignen, das richtige Medium zu finden und dann gute Ergebnisse zu produzieren. Dafür gibt es online kostenfreie Tutorials, Handreichungen, Handbücher und Broschüren. Außerdem bietet die Linke Medienakademie regelmäßig Seminare und Workshops an, in denen ihr lernen könnt, wie Presse- und Medienarbeit funktioniert.

Achtet bei euren öffentlichen Ankündigungen darauf, dass sie Angaben zu Ort und Zeit, zum Thema und möglicherweise auch zu Namen und Funktionen eurer Referent*innen und einige Informationen zum Ablauf und Inhalt der Veranstaltung beinhalten. Denkt daran: Vieles, was für euch selbst selbstverständlich und bekannt ist, wissen andere Menschen eventuell nicht. Setzt also nicht voraus, dass alle eure genutzten Fachbegriffe kennen, etwas über die Podiumsgäste wissen oder in welcher Straße der Veranstaltungsort ist. Der Ankündigungstext sollte – egal für welches Medium – möglichst immer die sogenannten W-Fragen beantworten (Wer, Was, Wo, Wann, Warum) und dennoch knapp und verständlich sein.

Gebt eine Homepage, eine Facebook-Seite oder E-Mail-Adresse an, wo Interessierte mehr Informationen erhalten oder Fragen stellen können. Bei Pressemitteilungen sind ein*e Ansprechpartner*in und eine Kontaktmöglichkeit zwingend. Auf Flyern, Plakaten oder eigenen Webseiten muss außerdem eine verantwortliche Person benannt werden. Es gilt grundsätzlich, dass der Köder dem Fisch und nicht dem Angler schmecken muss. Übersetzt heißt das: Eure Flyer, Plakate und Ankündigungen müssen so gestaltet sein, dass sie das Interesse jener Menschen wecken, die ihr erreichen wollt – seien es potenzielle Teilnehmende, Journalist*innen oder Multiplikator*innen.

Allein oder in Kooperation?

Je nach Ziel, Format und Größe eurer Veranstaltung kann es nützlich sein, sich Kooperationspartner zu suchen, die weitere Perspektiven, Kompetenzen und Mittel (Geld, Kapazitäten, Zielgruppen, Interessierte) mitbringen. Das gilt auch für die Mobilisierung: Je mehr Organisationen im Boot sind, desto größer ist die Reichweite eurer Werbung. Vielleicht wollt ihr Menschen ansprechen und miteinander ins Gespräch bringen, die ihr bislang noch nicht über eure Kanäle erreicht habt. Kooperationen mit Initiativen oder Vereinen, mit Gewerkschaften, Kirchen, Volkshochschulen, Stadtbibliotheken oder Sportvereinen können neue Türen öffnen.

Wichtig ist, mit euren Kooperationspartnern im engen Austausch zu stehen, alle organisatorischen, inhaltlichen und finanziellen Fragen miteinander gut zu besprechen, Werbematerialien abzustimmen und einander stets auf dem Laufenden zu halten, wenn sich etwas ändert. Im Idealfall tragen eure Kooperationspartner auch zur Finanzierung bei. Es gilt also, im Vorfeld zu klären, welche Art der Kooperation ihr mit wem eingehen wollt und wer was einbringen kann. Das kann von gemeinsamer Vorbereitung bis hin zur rein finanziellen Unterstützung reichen.

Finanzierung

Eine Veranstaltung kostet Zeit – und meistens auch Geld. Diese Ausgaben solltet ihr bei der Planung berücksichtigen, damit ihr nicht überrascht werdet und am Ende auf den Kosten sitzen bleibt. Kosten können unter anderem anfallen für

- Raummiete
- Honorare
- Reisekosten
- Unterkunft
- Verpflegung
- Gestaltung und Druck von Werbematerialien
- Online-Werbung
- Kinderbetreuung
- Vorführgebühren für Filme (muss beim Filmverleih angefragt werden)
- Mietkosten für Technik (z. B. Beamer, Mikrofonanlage, Pinnwände)

Eine sorgfältige Kostenkalkulation ist also hilfreich. Womöglich könnt ihr Kooperationspartner dafür gewinnen, sich an den Gesamtausgaben zu beteiligen oder einzelne Posten zu übernehmen. Auch die Rosa-Luxemburg-Stiftung unterstützt Veranstaltungen der politischen Bildung – finanziell im engeren Sinne, aber auch mit Rat und Tat, Tipps für Referent*innen und vielen Materialien, die kostenfrei bestellt und bei Veranstaltungen ausgelegt werden können. Auf Anfrage stellt euch die Rosa-Luxemburg-Stiftung auch gern eine Liste mit Fördermöglichkeiten zur Verfügung. Am besten nehmt ihr frühzeitig mit dem für euer Bundesland zuständigen Landesbüro Kontakt auf – die Fristen für solche Kooperationsvorschläge sind von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich. Die Kontaktdaten der verschiedenen Regionalbüros findet ihr im Anhang.

Checkliste für die Umsetzung

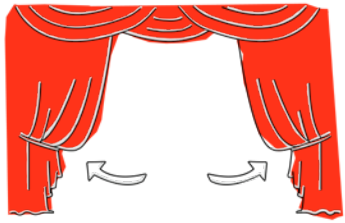
Ist das Konzept schlüssig?	erledigt
■ Die Ziele der Veranstaltung sind klar.	
■ Inhalt und Formate, Methoden und Arbeitsweisen, Referent*innen, Rahmen und (An-)Sprache passen zu Zielen und zur Zielgruppe.	
■ Der Zeitplan ist realistisch – auch Wegezeiten zum Essen, zu den Toiletten in der Pause sind bedacht und es gibt einen Puffer für Unvorhergesehenes.	
■	
■	
■	
Ist die Finanzierung geklärt?	**Wer / Bis wann?**
■ Fristen beachten, Anträge stellen, Formalitäten abklären	
■ Formulare vorbereiten und griffbereit haben (Teilnahmelisten, Honorarverträge)	
■	
■	
■	

Ist die Veranstaltung über alle Kanäle beworben?	**Wer / Bis wann?**
■ Pressemitteilung versenden	
■ Veranstaltungskalender bestücken (online, Lokalzeitung ...)	
■ Alle Veranstalter*innen und Kooperationspartner nutzen ihre Kanäle (Newsletter, Social Media, Homepage ...).	
■ Flyer auslegen	
■ Multiplikator*innen gezielt ansprechen/einladen	
■	
■	
Sind die Teilnehmenden gut versorgt?	**Wer / Bis wann?**
■ Programm und Wegbeschreibung	
■ Anmeldebestätigung	
■ Kinderbetreuung	
■ Getränke/Imbiss	
■	
■	
Sind die Referent*innen gut versorgt?	**Wer / Bis wann?**
■ klare Absprachen im Vorfeld	
■ ausreichend Zeit zum Ankommen	
■ Getränke/Imbiss	
■ Technik, so wie vereinbart	
■ Wegbeschreibung (auch zur Unterkunft)	
■ evtl. frankierter, adressierter Rückumschlag für Belege (für Abrechnung) bereithalten	
■	
■	

Ist der Raum vorbereitet?	Wer / Bis wann?
■ Hinweisschilder zum Veranstaltungsort (evtl. auch zu den Toiletten)	
■ passende Bestuhlung, (ausreichend, aber nicht zu viele) Stühle und Tische stellen (evtl. Stühle in petto haben)	
■ Hinweisschilder, wenn gefilmt werden soll: Was und von wem wird gefilmt, wo werden Bilder und Filme im Anschluss veröffentlicht?	
■ Spielecke oder Raum für Kinder	
■ Auslage von Infomaterial, Büchern usw.	
■ Getränke/Imbiss – Wohin kommt das benutzte Geschirr?	
■ Spendendose	
■ Moderationsmaterialien	
■ Technik (letzter Check!)	
■ Bühne vorbereiten, Getränke für die Referent*innen	
■	
■	
Sind alle Kooperationspartner im Bilde?	**Wer / Bis wann?**
■ der gemeinsame Einladungstext/Flyer ist abgestimmt	
■ über Verschiebungen und Verlegungen informieren	
■ gemeinsam Bilanz nach der Veranstaltung ziehen	
■ Dokumentationen und Presseberichte an alle verschicken	
■	
■	

2
DURCHFÜHRUNG

Begrüßung und Einstieg



Gerade der Beginn einer Veranstaltung ist oft geprägt von Neugier, Vorfreude und Unsicherheiten bei allen Beteiligten. Die Ankommenden haben ein Bedürfnis nach Orientierung und Transparenz:

- Wer ist alles hier?
- Gibt es Spielregeln?
- Was erwartet mich?
- Wann gibt es eine Pause?
- Wo sind die Toiletten?

Nehmt euch Zeit, um die Begrüßung sorgfältig vorzubereiten, um eine gute Lern- und Arbeitsatmosphäre zu schaffen. Auch wer für was zuständig ist, sollte vorab geklärt sein.

Ein paar Ideen, was ihr zu Beginn sagen könnt:

- «Schön, dass ihr da seid!»
  Bringt zum Ausdruck, dass alle willkommen sind.
- Wer hat eingeladen?
  Stellt die Veranstalter*innen und Kooperationspartner vor und dankt allen, die die Veranstaltung möglich gemacht haben.
- Was ist der Anlass?
  Sagt ein paar Worte zur Aktualität des Themas oder zum lokalen Bezug.
- Was wird heute passieren?
  Stellt den Ablauf vor, den ihr vielleicht auch sichtbar auf Flipchart im Raum aufhängt.
- Wann endet die Veranstaltung?
  Haltet die Zeit ein! Teilnehmende werden sonst unruhig oder gehen nach und nach.
- Wer ist noch alles hier?
  Macht eventuell eine Vorstellungsrunde und/oder setzt andere Methode zum Kennenlernen ein. Um Handzeichen bitten geht

schnell, ist einfach und schafft Transparenz: Wer hat die Veranstaltung mit vorbereitet? Wer ist heute zum ersten Mal hier? Wer arbeitet in dem Bereich, über den wir heute reden? Wer hat schon Erfahrungen gesammelt mit …?

- «Schön, dass ihr da seid!» oder «Wunderbar, dass so viele Perspektiven, Erfahrungen und so viel Know-how heute hier zusammenkommen! Das wird sicher eine spannende Diskussion!» Sätze wie diese zeigen Wertschätzung und laden ein, sich zu beteiligen.
- Welche «Spielregeln» gibt es?
  - Wann ist Zeit für Fragen und Diskussion: zwischendurch oder im Anschluss des Vortrags?
  - Gibt es eine quotierte Redeliste?
  - Werden Meldungen von Erstredner*innen vorgezogen?
  - Bittet alle um Nachsicht füreinander: «Wir kommen aus ganz verschiedenen Zusammenhängen – vielleicht benutzen wir Begriffe unterschiedlich und mitunter weniger achtsam. Fragt nach, was gemeint ist, wenn ihr irritiert seid!»
  - «Bitte zeigt gleich auf, wenn ein Wort unklar ist – wir haben hier ein Plakat aufgehängt, auf dem wir Begriffe notieren, die erklärt werden müssen.»
  - «Wenn ihr mögt, nennt bitte euren Namen und stellt euch kurz vor, wenn wir diskutieren.»
- Was passiert mit den Daten?
  Weist gegebenenfalls auf Sinn und Zweck von Teilnahmelisten hin (bei Förderung sind sie oft erforderlich).
- Was wird von wem und zu welchem Zweck gefilmt und/oder fotografiert? Wer möchte nicht mit aufs Bild?
  Aus Datenschutzgründen müssen auch die Gäste auf dem Podium mit einem Livestream bzw. einer Videoaufzeichnung ausdrücklich einverstanden sein.

Durch die Veranstaltung führen

Womöglich seid ihr nervös, wenn es dann endlich losgeht. Was die Teilnehmenden am Ende mitnehmen, entscheiden sie selbst. Das Ergebnis ist offen. Gruppen- und Lernprozesse lassen sich nicht «steuern», wohl aber begleiten: Mit guter Vorbereitung könnt ihr einen Rahmen schaffen, in dem konstruktiv und wertschätzend miteinander gelernt und gearbeitet werden kann. Nützlich ist es, eine wohlgesonnene, offene Haltung einzunehmen. Die Teilnehmenden haben sich Zeit genommen und womöglich lange Wege zurückgelegt, um dabei zu sein. Keine Angst vor engagierten und leidenschaftlichen Diskussionen! Sie sind ein Zeichen für den Wunsch und Bedarf, sich auseinanderzusetzen – offenbar kommt eure Veranstaltung zur richtigen Zeit und ihr habt mit dem Thema einen Nerv getroffen! Behaltet die Ziele der Veranstaltung im Blick und eure Verantwortung dafür, einen möglichst guten und sicheren Rahmen für kontroverse und faire Diskussionen sicherzustellen.

Es gibt eine Menge nützlicher Handreichungen und Trainingsangebote, die dabei helfen, Veranstaltungen anregend, zielführend und interaktiv zu gestalten. Auch der sinnvolle Einsatz von Flipcharts, Karten und Pinnwand kann gelernt werden.

Moderieren

Die Moderation könnt ihr untereinander aufteilen – so haben mehr von euch die Gelegenheit, darin Erfahrungen zu sammeln: Eine Person führt durch die Diskussion, eine andere kümmert

sich um die Redeliste. Oder die Teilnehmenden schreiben Fragen auf Karten, die jemand einsammelt, kurz sortiert und dann vorliest.

Notiert euch im Vorfeld schon Fragen, die ihr an Referent*innen und Teilnehmende richten wollt. Wichtig: Stellt immer nur eine Frage auf einmal, möglichst kurz und prägnant. Als Moderator*in erscheinen euch Pausen womöglich als unerträglich lang – lasst trotzdem Zeit, damit alle nachdenken und ihre Antworten abwägen können.

Erlaubt euch nachzufragen: «Wie genau lautet deine Frage?» «Verstehe ich richtig, dass du gern mehr wissen möchtest über …?» Genau verstehen zu wollen, was jemand sagt, ist auch Ausdruck von Wertschätzung. Skepsis und kritisches Hinterfragen sind wichtig und wertvoll. Hinter einem «Das kann ja nicht funktionieren!» steckt womöglich die Frage, welche Hindernisse zu bedenken sind und was es an Voraussetzungen braucht, damit Veränderung möglich wird. Solche Einwürfe lassen sich durch Umformulierungen mitunter konstruktiv wenden – sie enthalten meist einen wichtigen Kern.

Es gibt elegante und wertschätzende Formulierungen, um zu lange Redebeiträge, wenn es sein muss, zu unterbrechen:

- «Auf die Gefahr hin, dass ich dich unterbreche – ich habe unseren Zeitplan im Auge – magst du eine Frage dazu formulieren?»
- «Das zeigt, wie sehr dieses Thema einen Nerv trifft und wie groß das Bedürfnis ist, darüber zu diskutieren. Wir sollten diesen Punkt in einer nächsten Veranstaltung noch einmal aufgreifen.»
- «Ich fürchte, so wichtig dieser Aspekt auch ist, er sprengt unseren Rahmen. Heute geht es um …»

Moderation bedeutet nicht, dass alle in der Reihenfolge der Meldungen zu Wort kommen müssen. Vielleicht habt ihr eine quotierte Redeliste und zieht Erstredner*innen vor. Oder ihr bittet zunächst um Verständnisfragen und in einer zweiten Fragerunde um Meinungen. Womöglich wollt ihr ein Thema nach dem anderen diskutieren, das heißt, ihr klärt, wer noch zum Thema X spre-

chen möchte, danach kommt dann Thema Y dran. Wichtig ist nur, transparent zu machen, nach welchen Kriterien ihr die Teilnehmenden zu Wort kommen lasst.

Ob ihr moderiert, selbst vortragt oder eine Methode anleitet: Nehmt euch den Raum auf der Bühne. Probiert im Vorfeld schon aus, wo ihr euch wohlfühlt, ob ihr alle gut seht und von allen gesehen werdet. Stellt sicher, dass euch die Technik dabei nicht im Weg steht. Richtet den Blick bis in die letzte Reihe – dann fühlen sich alle angesprochen.

Visualisieren

Visualisierungen auf Plakaten, Flipcharts, Whiteboards oder mit Karten auf Pinnwänden schaffen Transparenz und geben Orientierung. Folgendes kann zum Beispiel optisch dargestellt werden:

- Ein «Herzlich Willkommen» mit Titel der Veranstaltung, Namen der Referent*innen, einladenden Organisationen
- Ablauf und Zeitplan
- «Spielregeln»
- erklärungsbedürftige Begriffe, die während der Diskussion auftauchen
- im Vorfeld und/oder während der Diskussion auftauchende Fragen zum Thema
- Themenspeicher für weitere Veranstaltungen

Eine gut lesbare Schrift lässt sich üben – dazu findet ihr online viele leicht umsetzbare Tipps, Beispiele und Übungsvideos für die sogenannte Moderationsschrift. Die wichtigsten kurz zusammengefasst:

- Bei liniertem Papier nehmt die Rückseite. Die Linien scheinen durch, sodass ihr dennoch gerade schreiben könnt.
- Malt Buchstaben wie B, a oder e mit «dicken Bäuchen».

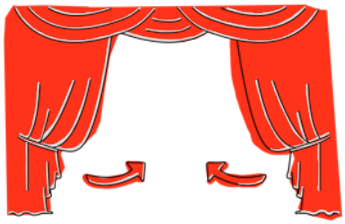
- Schreibt eher gedrängt, statt zu viel Luft zwischen den Buchstaben zu lassen.
- Zeichnet eher kurze Ober- und Unterlängen (z. B. bei f und j).
- Verzichtet auf Schnörkel: Druckschrift statt Schreibschrift.
- Setzt Farben gezielt ein: Blau und Schwarz sind auch von Weitem gut lesbar.
- Wenn ihr die Wahl habt, nehmt Stifte mit Keilspitze: Haltet den Stift so, dass die lange Kante des Keils immer in einem Winkel von etwa 45 Grad komplett auf dem Papier aufliegt.
- Verwendet Schrägstriche statt Punkte auf i, ö, ä und ü.
- Lasst einen Rand auf dem Plakat.
- Verwendet Symbole: einen Pfeil oder eine Zielscheibe für Ziele, eine Glühbirne für Ideen, ein Smiley für Zustimmung, einen Blitz für strittige Punkte.

Das Hausrecht ausüben

Bei manchen Veranstaltungen, zum Beispiel zu Antifaschismus, Rassismus oder Sexismus, kann es geboten sein, sich darauf vorzubereiten, dass vielleicht Personen kommen, um gezielt zu stören oder andere einzuschüchtern. Klärt mit euren Kooperationspartnern und den Vermieter*innen des Veranstaltungsorts, wer das Hausrecht ausübt. Es erlaubt euch, zum Beispiel Menschen mit extrem rechter Gesinnung den Zutritt zu verweigern oder sie von der Veranstaltung auszuschließen. Ihr könnt bereits bei der Ankündigung auf Flyern, Plakaten oder auch online darauf verweisen: «Die Veranstaltenden behalten sich vor, von ihrem Hausrecht Gebrauch zu machen und Personen, die rechtsextremen Parteien oder Organisationen angehören, der rechtsextremen Szene zuzuordnen sind oder bereits in der Vergangenheit durch rassistische, nationalistische, antisemitische oder sonstige menschenverachtende Äußerungen in Erscheinung getreten sind, den Zutritt zur Veranstaltung zu verwehren oder von dieser auszuschließen.»

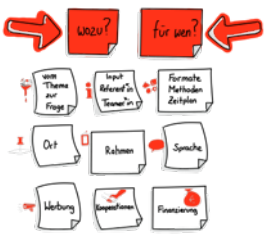
Wichtig ist aber auch, vorher zu besprechen, wie ihr einen Ausschluss umsetzen könnt und wollt – und wie nicht.

Ende und Verabschiedung



Nicht nur der erste Eindruck zählt, sondern auch der letzte bleibt hängen: Der Abschluss und die Verabschiedung wollen gut vorbereitet sein:

- Fasst zusammen, was diskutiert wurde.
- Benennt Fragen, die offen geblieben sind.
- Dankt noch einmal allen, die da waren und zum Gelingen beigetragen haben, auch den Kolleg*innen aus der Küche, der Technik, der Kinderbetreuung, den Dolmetscher*innen.
- Gebt einen Ausblick, wie es weitergeht: Kündigt Folgetermine an oder gebt die Möglichkeit, Kontakte auszutauschen.
- Holt Rückmeldungen ein: Ladet zum Beispiel alle ein, auf einer Pinnwand einen Kommentar zu hinterlassen, einen Punkt auf eine Skala/Zielscheibe zu kleben, oder bittet die Runde um ein Handzeichen (Daumen rauf, runter oder etwas dazwischen).
- Räumt gemeinsam auf.
- Haben Teilnehmende Lust, danach gemeinsam in die Kneipe nebenan zu gehen?

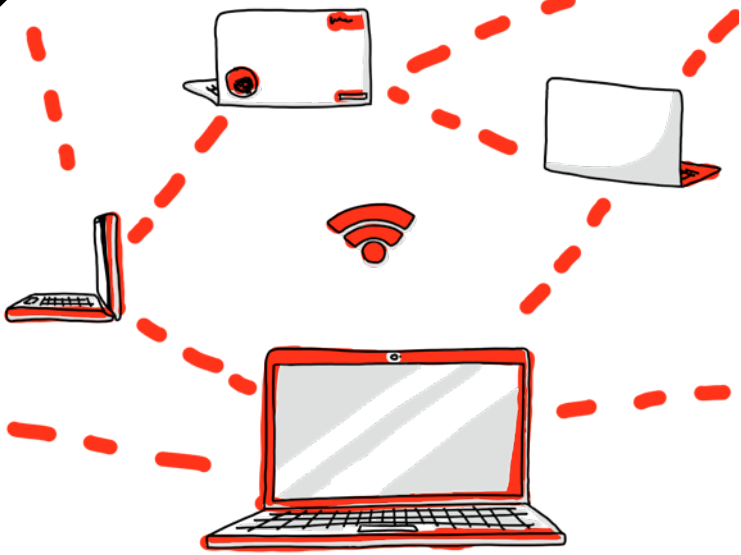


Nach der Veranstaltung

Auch nach der Veranstaltung ist einiges zu tun:

- Wertet die Veranstaltung aus.
- Dokumentiert die Ergebnisse.
- Veröffentlicht Berichte oder Mitschnitte.
- Informiert eure Mitveranstalter.
- Stellt alle Belege zusammen und rechnet ab – beachtet dabei die Fristen der Geldgeber!

3
DIGITALE VERANSTALTUNGEN



Worauf ihr bei digitalen Veranstaltungen achten solltet

Veranstaltungen können auch digital durchgeführt werden. Digitale Formate ermöglichen die Teilnahme auch aus der Ferne. Sie sparen Zeit und Geld für die Anreise ein, setzen jedoch eine entsprechende Hardware, ein stabiles Netz und technisches Wissen voraus. Manchmal ist die Verbindung instabil, weil die anderen in der WG zeitgleich Serien streamen oder auch an digitalen Konferenzen teilnehmen. Welche Technologie ihr verwendet, ist immer auch eine politische Frage und eine Frage des Datenschutzes. Digitale Formate können also Barrieren abbauen und zugleich selbst welche darstellen.

In digitalen Räumen können sich Teilnehmende ohne Bild und anonym einwählen – das bietet Schutz, kann aber auch missbraucht werden, um gezielt zu stören. Um geschützte Lernräume gestalten zu können, braucht es technisches Handwerkszeug und Übung:

- Wie lassen sich Teilnehmende stumm schalten, direkt ansprechen oder entfernen?
- Soll ein Link zur Einwahl offen ins Netz gestellt werden oder wird er erst nach Anmeldung verschickt?
- Ist die Teilnehmerzahl begrenzt?
- Wollt ihr die Veranstaltung zeitgleich live streamen oder später einen Mitschnitt veröffentlichen? Wie stellt ihr sicher, dass die Teilnehmenden dabei nicht zu sehen sind?
- Soll Interaktion möglich sein? Wenn ja, auf welche Weise? Die Bandbreite reicht von der Einladung, Fragen in einen Chat zu schreiben, bis hin zur Diskussion in gemeinsamer Video-Konferenz. Je nachdem, mit welchem Tool ihr arbeitet, können Teilnehmende die Hand heben, Zustimmung und Ablehnung zeigen, «schneller» oder «langsamer» signalisieren, sich im Chat direkt miteinander austauschen und vieles mehr. Etliche Methoden und Formate funktionieren auch online, zum Beispiel Präsentationen, Brainstorming, Schreiben auf einer gemeinsamen Folie, Arbeitsgruppen (Break-out-Sessions). Inputs können vor-

produziert werden, aufgelockert mit Bildern oder Einspielern. Das ist aufwendig, aber mitunter sinnvoll. Die Diskussion folgt danach dann live.

- Wie bei Präsenzveranstaltungen solltet ihr euch im Vorhinein fragen: Löscht ihr am Ende gleich das Licht oder gebt ihr Gelegenheit für den Nachkontakt und schließt die Sitzung erst dann, wenn der*die Letzte den virtuellen Raum verlassen hat?

Auch wenn vieles von dem, was in dieser Broschüre beschrieben ist, für digitale Formate gilt: Eins zu eins lassen sich analoge Veranstaltungen nicht ins Digitale übertragen. Lange Vorträge sind analog schon oft ein Problem – digital funktionieren sie oft gar nicht. Zuhören, zuschauen, sich konzentrieren – das ist am Bildschirm anstrengend. Die Versuchung ist groß, nebenbei die E-Mails zu checken. Dann klingelt das Telefon, die Kinder wollen Nudeln und eigentlich kann man den Mitschnitt doch auch morgen noch schauen. Es braucht daher häufigere Pausen, am besten einmal pro Stunde für ein paar Minuten. Vielleicht wollt ihr sogenannte Energizer anbieten, das sind kleine Auflockerungs- und Bewegungsspiele: «Holt mal alle einen Gegenstand, der blau/weich/besonders wichtig für euch ist, und haltet ihn in die Kamera!» Bei digitalen Veranstaltungen sollte sich mindestens eine Person ausschließlich um die Technik im Hintergrund kümmern, den Chat im Blick behalten und somit die Moderation unterstützen.

ZUM SCHLUSS

Um Veranstaltungen selbst zu organisieren, braucht es gute Planung und das eine oder andere Handwerkszeug, vor allem aber Experimentierfreude und Lust darauf, mit anderen gemeinsam zu lernen und Neues auszuprobieren. Gute Vorbereitung ist nützlich und hilft, gelassen zu bleiben und Lösungen zu finden, weil auch der beste Plan oft von Unvorhergesehenem durchgekreuzt wird. Aus eigenen Erfahrungen als Teilnehmende*r oder Referent*in lässt sich immer wieder auch von anderen lernen.

In diesem Sinne wünschen wir euch viel Spaß, Erfolg und anregende Diskussionen bei hoffentlich vielen Veranstaltungen!

ROSA-LUXEMBURG-STIFTUNG VOR ORT

MATERIALIEN

Ihr sucht nach Hintergrundinformationen, Bildungsmaterialien, Argumenten und möglichen Referent*innen? Es gibt eine Menge nützlicher Literatur, Handreichungen und Trainingsangebote, die dabei helfen, Veranstaltungen anregend, zielführend und interaktiv zu gestalten. Auch der sinnvolle Einsatz von Flipcharts, Karten und Pinnwand kann gelernt werden. Online und in der Buchhandlung werdet ihr sicher schnell fündig. Oder macht euch eine Tasse Kaffee, nehmt euch ein bisschen Zeit und stöbert auf unserer Webseite www.rosalux.de.

Da findet ihr:

- Dossiers mit Texten und Veranstaltungen zu aktuellen Themen, sei es zu Wohnen, Pflege und Gesundheit, linkem Feminismus oder Klimagerechtigkeit.
- All unsere Publikationen – online und viele kostenfrei zu bestellen, gern auch zum Auslegen bei euren Veranstaltungen!
- Die Zeitschrift *maldekstra.* Der Name steht für «links» in der Weltsprache Esperanto. Die Zeitschrift bietet Beiträge aus aller Welt zu aktuellen Fragen, um mehr über globale Zusammenhänge zu erfahren und um nach weltgesellschaftlichen Lösungen zu suchen.
- Die Zeitschrift *LuXemburg* mit Diskussionen und Analysen aus der ganzen Breite der politischen Linken in sozialen Bewegungen, kritischer Wissenschaft und der Partei DIE LINKE.

- Die Reihe «luxemburg argumente» im kleinen Format auch für die Hosentasche und die Diskussion am Stammtisch. Hier werden Schlagzeilen und gängige Behauptungen zu Themen wie Flucht, Sexismus, Armut, Konsum oder Waffenhandel aufgegriffen und kurz und knapp mit Argumenten und Fakten widerlegt.
- Wissenschaftliche Studien, für alle, die es ganz genau wissen wollen.
- Unsere Mediathek mit Podcasts, Filmen und Mitschnitten von Veranstaltungen – auch zum Einsatz bei Veranstaltungen!
- Unsere Akademie für politische Bildung bietet den «Campus für weltverändernde Praxis», Kurse zur «Praxis Politischer Bildung», zu Organizing und Campaigning sowie Bildungsmaterialien und Methodentipps an.
- In einer virtuellen Akademie gibt es Erklärfilme, Spiele, Quiz und andere Bildungsangebote zum Selbstlernen für Einsteiger*innen in linke Politik oder auch eine Schatzkiste für diejenigen, die Veranstaltungen und Seminare planen.
- Unseren Newsletter gezielt zu Themen und Regionen eurer Wahl.
- Kontaktdaten von Ansprechpartner*innen in den Landesbüros, in der Akademie sowie zu den Fachreferent*innen vom Institut für Gesellschaftsanalyse, die auch als Redner*innen eingeladen werden können.

WER HAT'S GEMACHT?

Text und Idee
Melanie Stitz ist Leiterin des Regionalbüros der Rosa-Luxemburg-Stiftung in Nordrhein-Westfalen mit Sitz in Duisburg. Sie engagiert sich seit ihrem 17. Lebensjahr unter anderem als Teamerin, Vortragende, Workshopleiterin und Trainerin in der politischen Bildung. Sie gestaltet gern Räume zum Lernen und liebt das gemeinsame Arbeiten und lernende Lehren, sei es im feministischen Lesekreis, auf Exkursionen per Fahrrad, in der Kollektiven Erinnerungsarbeit nach Frigga Haug oder wo sich sonst noch Gelegenheit bietet.

Mitarbeit
Paul Wellsow war Leiter des Regionalbüros der Rosa-Luxemburg-Stiftung in Thüringen. Ihm ist es wichtig, Bildungsangebote in die Fläche zu tragen und die Themen aufzugreifen, die vor Ort viele Menschen bewegen. Heute ist er Referent im Bereich Bundesweite Arbeit der Rosa-Luxemburg-Stiftung.

Illustrationen
Nora Zirkelbach erstellt Visualisierungen für Bildungsmaterialien, Workshops und Internetseiten. Mit ihren Zeichnungen will sie erreichen, dass Menschen den Inhalt schneller verstehen können und leichter darüber ins Gespräch kommen. Sie ist freiberufliche Trainerin und arbeitet als Referentin für interne Kommunikation bei der Stiftung Brandenburgische Gedenkstätten.

WWW.ROSALUX.DE