

CHECKLISTE: MOBILISIERUNG!



ÜBERLEGUNGEN FÜR DEN ANFANG

- Wen will ich erreichen?
 - Schüler:innen oder Pensionist:innen? Nachbar:innen oder die gesamte Wiener Bevölkerung? Bereits organisierte Personen oder gewöhnliche Bürger:innen?
- Mit welchen Mitteln erreiche ich meine Zielgruppe?
 - z.B. Flyer und Plakate für meine Nachbarschaft, Social Media für jüngere Menschen, interne Newsletter für bereits organisierte Personen

DIE 4 BEDINGUNGEN FÜR EINE ERFOLGREICHE MOBILISIERUNG

- Ruft mein Thema starke Gefühle hervor?
 - Gefühle helfen dir zu mobilisieren und Interesse zu wecken: Wut, Frustration, aber auch Hoffnung
- Kommuniziere ich die Gruppen-Bezogenheit des Problems?
 - Wenn Menschen denken, mit einem Problem alleine zu sein, trauen sie sich oft nicht, dagegen aufzustehen
 - daher ist es wichtig, zu vermitteln, dass das Problem "uns alle" betrifft und wir gemeinsam dagegen aufstehen können
- Vermittelt meine Aktion ein positives Bild?
 - Wenn Menschen den Eindruck bekommen, dass deine Aktion für sie auch Spaß bedeutet, lassen sie sich leichter überzeugen, vorbeizuschauen
 - Massendemonstrationen mobilisieren stärker. Wenn du eine Groß-Demo geplant hast, hilft es also, das von vornherein zu kommunizieren
- Wie stehen die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen?
 - Hast du massenmediale Unterstützung?
 - Stehen tatsächlich relevante politische Entscheidungen an, die du beeinflussen kannst?
 - Ist die Gesellschaft dir wohlgesonnen?
 -

MOBI-ARTEN UND WAS DU DAFÜR BRAUCHST

- Plakate, Flyer, Sticker
 - ein auffälliges und aussagekräftiges Design: lässt sich z.B. über [Canva](#) einfach erstellen
 - ökologische Druckdienste: findest du z.B. [hier](#) und [hier](#)
 - Einen Ort, wo du möglichst viele Personen aus deiner Zielgruppe erreichst. z.B. die Einkaufsstraße in deinem Grätzel, der große Schulcluster nebenan, eine Wohnsiedlung, wo du Flyer in Postkästen verteilen kannst
- Social Media
 - einen Account auf einer oder mehreren Plattformen, abhängig davon, wen du erreichen willst. Z.B. ältere Menschen über Facebook, Schüler:innen und Studierende über Instagram, Journalist:innen über X (vormals Twitter)

- Postings: kannst du auf [Canva](#) oder Adobe Programmen oder sogar auf MS PowerPoint erstellen
- Personen, die deine Posts teilen und dir zu mehr Reichweite verhelfen. Dabei helfen Posting-Formate, die zu Interaktion ermutigen

Klassische Medien/Presse

- Kontakte zu Journalist:innen
- eine Message, die medial relevant ist
- Wie du Presseaussendungen schreibst, erfährst du z.B. [hier](#)
- Kontakte: z.B. bekannte Menschen, die du in deiner Presseaussendung zitieren kannst oder die auf deiner Pressekonferenz sprechen

Networking

- interne Mailing-Listen oder Signal-Gruppen
- Mut, zu fragen

-