

## Global, Lokal & Fair – Menschen mobilisieren

### Zugeteilte Projekte

1. Lokale Fundraising-Aktion – Köln rettet mit! (Sea-Eye e.V.)
2. Fairer Handel auf dem Campus! Marketingkampagne für die Fairtrade-University Köln (TransFair e.V.)



### Verpflichtende Termine:

1. Auftaktveranstaltung: Montag, 16.11.2020, 18:00 – 20:00 Uhr,
2. Begleitveranstaltung: Samstag, 21.11., 10 - 17 Uhr; donnerstags, 03.12., 17.12., 14.01., 04.02., 16 - 19 Uhr + drei variable Sprechstunden nach Absprache
3. Abschlussveranstaltung: Mittwoch, 10.02.2021, 18:00 – 20:00 Uhr (Ort noch bekannt gegeben)

### Kurzbeschreibung der Veranstaltung:

Tue Gutes und rede darüber – was so einfach klingt, ist für die meisten Non-Profit-Organisationen eine große Herausforderung. Welche Mittel und Wege gibt es, um authentisch Werbung zu machen und andere zu überzeugen? Wie kann man Menschen überzeugen, umzudenken? Welche lokalen Auswirkungen haben globale Veränderungen für Non-Profit-Organisationen und deren Arbeit? Und welche Rolle können Studierende oder Konsumierende haben?

Im ersten Schritt werden Fragen wie "Was zeichnet eine Fairtrade-University aus?" und "Wie wirken Kampagnen?" kritisch behandelt. Die Teilnehmenden wechseln dann im Seminarverlauf von der wissenschaftlich-kritischen hin zur sozial-engagierten Perspektive und stellen sich im zweiten Schritt als *Campaigner* in den Dienst der Partner\*innen-Organisation: Hier lernen die Teilnehmenden, wie man beispielsweise ein lokales Fundraising-Projekt auf die Beine stellen kann.

Die Medienproduzentin Verena Maas leitet das Seminar. Sie begleitet die Teilnehmenden bei ihrer Zusammenarbeit mit den Organisationen und bei der eigenständigen Erarbeitung einer Kampagne. Diese Begleitung reicht von der Klärung der konkreten Zielsetzung, über die Konzeption der Kampagne bis hin zur praktischen Planung. Kritische Reflexion und engagierte Projektarbeit gehen über den gesamten Kursverlauf hinweg Hand in Hand.

### Ziele der Veranstaltung bzw. zu erwerbende Kompetenzen:

- Grundlagen des Kampagnenmanagements in Non-Profit-Organisationen
- Kritische Reflexion der Wirkung von Werbekampagnen
- Abgrenzung und Terminologie: „Was bedeutet Non-Profit-Organisation“?
- Die Bedeutung von „Public Relation“
- Entwicklung von geeigneten Tools für die Kampagnenarbeit, Erstellung von Werbematerial
- „Wo fange ich an? Wie komme ich zum Ziel?“ Begleitung der Projekte in der Praxis

### Prüfungsleistung der Begleitveranstaltung:

#### Für alle Studierende:

- Ergebnispräsentation bei der Service Learning Abschlussveranstaltung

#### Für Studierende der TH Köln:

- F01: Abgabe eines Portfolios bei Linda Thiele; abschließendes Reflexionsgespräch für Studierende der PO 3.0

- F03: Abgabe eines Portfolio im Seminar von Prof. Linde; Möglichkeit der mündlichen Reflexion als Portfolio-Ergänzung

**Kurzprofil der Dozierenden:**

Verena Maas studierte Audiovisuelle Medien an der Kunsthochschule für Medien Köln. Sie arbeitet seit vielen Jahren als Filmproduzentin und Medienberaterin für Organisationen, Initiativen und Stiftungen, viele davon im gemeinwohlorientierten Themenfeld. Sie hat zahlreiche Imagefilme im Non-Profit-Sektor produziert. Zu ihren Auftraggeber\*innen gehören das Bundesinstitut für Bau- Stadt- und Raumforschung, Kommunen wie die Stadt Aachen, Köln oder Münster, Stiftungen wie die Montag Stiftung Urbane Räume, die outback Stiftung oder freie Auftraggeber\*innen aus der Kunst- und Musikszene in Köln. Bis 2021 ist sie außerdem Teil des transnationalen Projektes *Eurospectives* im Erasmus+ -Programm der EU zur Entwicklung eines EU-weiten Curriculums für *Digitales Storytelling*. Seit 2020 leitet sie gemeinsam mit Sebastian Züger die GbR und den Weblog *fff.cologne*. Der Blog macht sichtbar, wie globale Veränderungen lokal wirken und was Kölner\*innen schon heute für die Stadt von morgen tun.