

Alles inklusiv: Kampagnen für einen guten Zweck

Zugeteilte Projekte:

1. **ARTSimpACT:** Weg von der inklusiven Nische hin zum Mainstream - Konzeptionierung einer Social Media Kampagne
2. **TransFair e.V.:** 10 Jahre Fairtrade-Schools - ein Grund zu feiern!



Verpflichtende Termine:

1. Auftaktveranstaltung: Mittwoch, 20.04.2022, 18:00 – 20:00 Uhr (Zoom)
2. Begleitveranstaltung: Samstag, 30.04.2022, 10:00 – 17:00 Uhr (Zoom); donnerstags, 12.05., 19.05., 02.06., 23.06. (HumF (214), Seminarraum S168) und 07.07.2022 (Zoom), 16:00 - 19:00 Uhr
3. Abschlussveranstaltung: Donnerstag, 20.07.2022, 18:00 – 20:30 Uhr (Ort: tba.)

Zusätzlicher Workload:

Neben den obigen Terminen arbeiten die Teilnehmenden eigenständig außerhalb des Seminars noch circa 50 Zeitstunden mit ihrem jeweiligen Projektteam zusammen.

Kurzbeschreibung der Veranstaltung:

„Man sollte nie aufhören, die Welt seltsam zu finden.“ (Gero von Randow) - ein Mindset vieler Kreativer. Denn Neugier ist der beste Antrieb für Innovation: Veränderung anschieben, Neues bewirken, andere mitreißen - all das sind Merkmale einer guten Kampagne. Diese sollte insbesondere im Non-Profit-Bereich immer darauf ausgerichtet sein, eine Gemeinschaft aufzubauen, in der neue Ideen wirksam werden können. Was man alles unter dem Begriff ‚Gemeinschaft‘ verstehen kann und wie sie auch vermeintlich schwächere Personen zielführend integriert und würdigt, wird eines der Themen sein, dem sich dieses Seminar widmet. Welche Mittel und Wege gibt es, Communities zu schaffen? Dies wollen wir gemeinsam mit den Organisationen ARTSimpACT und Fairtrade Deutschland e.V. erarbeiten. Das Seminar vermittelt Grundlagen der Kampagnenarbeit für Studierende und befasst sich damit, wie Gemeinschaft aufgebaut werden kann. Die Teilnehmenden haben im Seminarverlauf die Möglichkeit, sich mit den aktuellen Herausforderungen und dem Spannungsfeld zwischen digitaler Community und „echtem Leben“ auseinanderzusetzen und stellen sich als Campaigner in den Dienst der Partnerorganisation. Die eigenständige Erarbeitung der Kampagne reicht von der Klärung der konkreten Zielsetzung über die Konzeption der Kampagne bis hin zur praktischen Planung.

Ziele der Veranstaltung bzw. zu erwerbende Kompetenzen:

- Terminologie: Was versteht man unter Begriffen wie Non-Profit-Organisation, fairer Handel, Inklusion und Teilhabe?
- Kritische Reflexion: Wie arbeiten PR-Kampagnen und Influencer*innen?
- Team-Building: „Welcher Team-Typ bin ich? Was kann ich am besten?“
- Ideen in die Tat umsetzen: „Wo fange ich an? Wie komme ich zum Ziel?“

Prüfungsleistung der Begleitveranstaltung:

Für alle Studierende:

- Ergebnispräsentation bei der Service Learning Abschlussveranstaltung

Für Studierende der Uni Köln:

- Abgabe einer kurzen, vorgegebenen Reflexionsbroschüre

Für Studierende der TH Köln:

- F01: Abgabe einer kurzen, vorgegebenen Reflexionsbroschüre
- F03: Abgabe eines Portfolios im Seminar von Prof. Linde; Möglichkeit der mündlichen Reflexion oder freiwillige Abgabe der selbigen Reflexionsbroschüre als Portfolio-Ergänzung

Kurzprofil der Dozierenden:

Verena Maas studierte Audiovisuelle Medien an der Kunsthochschule für Medien Köln. Sie arbeitet seit vielen Jahren als Filmproduzentin für Städte und Kommunen, Initiativen und Stiftungen. 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 und Münster, die Agora Köln sowie freie Auftraggeber aus der Kunst- und Musikszene in Köln.

2020 gründet sie gemeinsam mit Sebastian Züger erst den Weblog *fff.cologne*, dann die die Medienproduktionsfirma *tvist* – die *Kommunikation für Changemaker* umsetzt.