



Materialien für Veranstaltungen

Wahl-O-Mat im Einsatz

Best Practices

Begleitmaterial zum bpb-Online-Angebot

Wahl-O-Mat

(www.wahl-o-mat.de)

Wahl-O-Mat on Tour

Ressourcen:

- Personal:** Personalbedarf variiert je nach Projektumfang und Anbindungsmöglichkeit an andere Projekte/Aktionen. Empfehlung für eine "reine" Wahl-O-Mat-Tour:
- Organisation/Koordinierung etwa eine halbe bis volle Kraft
 - Je Veranstaltung zwei Personen des Tour-Teams (zusätzlich zu den lokalen Ansprechpartnern)
- Zeit:** Akquise, Terminplanung und Koordinierung der Tour möglichst früh (mindestens sechs Wochen vor Online-Schaltung des Wahl-O-Mat) beginnen.
- Technik:** Beamer, Notebook bzw. Tablet mit Wahl-O-Mat-Zugang (online oder offline)
- Material:** Zusätzlich Plakate, Postkarten, Info-Broschüren zur Wahl (z.B. via Landeszentralen)
- Kosten:** Kosten sind für ein Veranstaltungsformat – gemessen an der Zahl der erreichten Teilnehmer – sehr gering und variieren je nach Veranstaltungsgröße und Bedarf an zusätzlichen Kräften sowie Entgeltregelungen:
- zusätzliche Personalkosten (z.B. Praktikantenhonorar)
 - Reise- und Kommunikationskosten (z.B. Handy)
 - Ggfs. Material- und Technikkosten (Porto, Broschüren, Geräte etc.)

Initiatoren:

Wahl-O-Mat on Tour bietet sich als Aktionsform für die Jugendringe evtl. in Kooperation mit den Landeszentralen an.

Bisherige Erfahrungen u.a.: Saarland (Landeszentrale, Jugendring), Sachsen-Anhalt (Kinder- und Jugendring), Rheinland-Pfalz (Jugendring)

Format:

Veranstaltungen unterschiedlicher Länge und Format mit dem Wahl-O-Mat als strukturierendem Medium.

Veranstaltungspartner sind meist Schulen aber auch Träger der außerschulischen Jugendbildung.

Nach Möglichkeit sollen die Veranstaltungen mit Politiker/innen oder Kandidatinnen/Kandidaten unterschiedlicher Parteien konzipiert werden.

Gelingt dies nicht, kann eine Veranstaltung auch ohne "Prominenz" durchgeführt werden.

Eventuell mit bereits geplanten Aktionen zur Wahl verknüpfen (Jungwählertage, U18- bzw. Juniorwahl etc.), um Synergieeffekte zu erzielen.

Vorbereitung:

Ansprache Schulen / Partner

Newsletter oder Rundschreiben an Schulen/Bildungsträger. Nach Möglichkeit Fachvertreter Sozialkunde direkt anschreiben:

- Vorstellung des Projekts, institutionelle Partner
- Kurze Beschreibung des Veranstaltungsformats; je nach Konzeption und Verbindung mit anderen Aktionen Auswahlmöglichkeit gewünschter Module (Aktionsmodule wie Junior-Wahl, Präsentation oder Film; Info-Material, Unterrichtsmaterial, etc.)
- Ansprechpartner für weitere Absprachen und Organisationsfragen.

Hinweis: Das Organisationsteam sollte gut erreichbar sein. Je nach Umfang der Tour sollte eine eigene Kraft (z.B. Praktikum) die Projekt-Anlaufstelle bilden. Dies ist jedoch keine reine "Telefonbesetzung". Vielmehr sollten die Ansprechpartner/innen aktuell und kompetent zu Organisations-, Termin- und Koordinierungsfragen Auskunft geben können. Sie müssen inhaltlich/konzeptionell das Angebot vermitteln können, um auf Bedenken (z.B. bezogen auf politische Veranstaltungen) seitens der Schulen umsichtig und überzeugend eingehen zu können.

Akquise Politiker/innen

Die zentrale "Akquise" ist für die Veranstalter weniger aufwändig und die Parteien sind eher in der Lage, auch kurzfristig Vertreter/innen bei Terminschwierigkeiten zu entsenden.

Vereinbarung mit den Parteizentralen zur Unterstützung des Projekts durch die Vermittlung von Politiker/innen bzw. Kandidaten/Kandidatinnen für Veranstaltungstermine an Schulen.

Wichtig: Die Parteien müssen das Gesamtkonzept der Tour verstehen und die Bereitschaft erklären, sie aktiv zu unterstützen.

- Hinweis: Als Bedingung wird die Teilnahme von mindestens drei Parteien je Veranstaltung empfohlen, um Meinungsabgewogenheit für die Schulen zu gewährleisten. Alternativ kann die Veranstaltung auch ohne Politik-Vertreter/innen stattfinden.

Durchführung der Veranstaltung

Das Tour-Team sollte möglichst mit zwei Vertreter/innen anreisen.

Notebook und Beamer bilden die technische Mindestausstattung. Zusätzlich können Plakate, Hinweisschilder, Postkarten oder Infomaterialien das Angebot ergänzen.

Zur Einführung in die Veranstaltung kurze allgemeine Infos zur Wahl, Vorstellung der Kandidaten, des Tour-Projekts und des Wahl-O-Mat.

Das Format wird flexibel an Situation und Zeitbudget angepasst; der Wahl-O-Mat bietet jeweils das Gerüst für den Veranstaltungsverlauf.

Varianten Thesenauswahl:

- Alle Thesen des Wahl-O-Mat werden durchgespielt
- Es wird eine Thesen-Auswahl z.B. via Power-Point präsentiert, die eine ausführliche Diskussion thematischer Schwerpunkte erlaubt
- Zu einer Thesenauswahl werden eigene Thesen hinzugefügt, die vorab im Unterricht entwickelt wurden

Varianten zum Ablauf:

- Thesen werden jeweils in der Runde der geladenen Gäste diskutiert; anschließend Thesenposition durch Abstimmung der Zuschauer (sehr aufwändig für alle Thesen; eher für eine kleine Thesenauswahl geeignet)
- Die Anzahl der Thesen wird auf die Gäste gleich verteilt: Ein Gast erhält die Möglichkeit, zu einer These Stellung zu beziehen und abzustimmen, anschließend erhält der nächste Gast die nächste These etc.. Zuschauerfragen zwischendurch oder am Schluss in einer offenen Diskussion behandelt werden.
- Die Gäste bekommen Gelegenheit für ein Statement mit Zeitbegrenzung (z.B. 30 Sek.). Zuschauer erhalten je These die Gelegenheit für eine Zwischenfrage an einen Gast.
- Das Wahl-O-Mat-Ergebnis ist bei allen Formatvarianten nachrangig, daher kann die Positionierung je These im Sinne eines Stimmungsbildes z.B. abwechselnd durch die Gäste oder die Zuschauer erfolgen.

Ablauf ohne Politikvertreter/innen

Wenn ein Tour-Termin ohne Vertreter/innen der Politik stattfinden soll, so kann der Wahl-O-Mat eingesetzt werden, um eine Diskussion der Schülerinnen und Schüler miteinander zu moderieren.

In diesem Fall übernimmt entweder das Tour-Team oder zwei Schüler/innen die Moderation. Zu jeder These wird nach der Klärung von Verständnisfragen und dem Austausch von Argumenten eine Mehrheitsposition abgestimmt.

Weitergehende Unterrichtseinheiten mit dem Wahl-O-Mat siehe www.wahl-o-mat.de/unterricht

Marketing, Auswertung:

Ankündigungen in der Presse durch die lokalen Partner.

Veröffentlichung einer Standort-Liste von Wahl-O-Mat-Ecken; Presseberichte an landesweite Medien.

ggfs. Auswertung der Nutzungszahlen, Pressespiegel, Verlinkungen und Materialanforderungen