

Weitere Aktionsideen

1. Beginnen wir schlicht: Am Anfang ein paar Klassiker

Idee Nummer 1

Der Klassiker unter den Klassikern – Tag der offenen Tür

Der Klassiker unter den Klassikern – Tag der offenen Tür >

Es ist der Klassiker unter den Klassikern: der Tag der offenen Tür. Er steht in diesem Jahr unter dem Motto des Deutschen Weiterbildungstages und Ihre Einrichtung zeigt sich bei dieser Gelegenheit von ihrer besten Seite. Doch Vorsicht: auch hinter diesem vermeintlich simplen Vorschlag steckt eine ganze Menge Arbeit.

Überlegen Sie deshalb vorher genau, was Sie an diesem Tag zeigen wollen. Stellen Sie sich Fragen: Was bieten wir in Sachen Weiterbildung an? Wie können wir dieses Angebot strukturiert, informativ und unterhaltsam darstellen? Was sollen die Besucher von diesem Tag mitnehmen? Versuchen Sie, dem Tag einen festen Rahmen zu geben: Wie gestalten Sie den Auftakt? Wie setzen Sie den Schlusspunkt? Und nicht zu vergessen: Was können Sie an zusätzlichen Aktivitäten, sprich Rahmenprogramm, anbieten? Die Aktionsideen auf den nächsten Seiten helfen da sicher weiter.

Idee Nummer 2

Der (Fach-)Vortrag

Der (Fach-)Vortrag >

Der nächste Klassiker ist der (Fach-)Vortrag. Wichtig ist hier, neben der Auswahl des konkreten Themas, die Wahl des Redners/ der Rednerin. Zuvor muss natürlich entschieden werden, welche Zielgruppe Sie erreichen wollen: Eher ein Fachpublikum oder die breite Öffentlichkeit? Beim Fachvortrag sollte der Redner ein anerkannter Fachmann/Fachfrau sein und das Thema sollte sich eher um die neuesten Trends und Entwicklungen im Bereich Weiterbildung drehen. Beispiel: »Das Ende der Talsohle – die Bewertung der beruflichen Weiterbildung nach der Evaluierung der Hartz-Gesetze und die Konsequenzen«.

Bei einem Vortrag für die breite Öffentlichkeit muss der Vortragende neben seiner fachlichen Qualifikation auch in der Öffentlichkeit bekannt sein. Denkbar wäre zum Beispiel Zukunftsforscher Horst W. Opaschowski mit dem Thema: »Deutschland 2020: Vom Waren- zum Wissensexport – die Dominanz von Wissen und Dienstleistung in einer globalisierten Welt«. Auch eine lokale Variation ist denkbar: »Deutschland 2020: Vom Waren- zum Wissensexport – ist unsere Stadt auf die Wissensgesellschaft vorbereitet?« Immer wieder für Interesse sorgen auch Erfahrungsberichte aus anderen Regionen, zum Beispiel: »Keine Angst vor Pisa & Co. – die Erfolgsformel des finnischen (Weiter-)Bildungssystems«. Dass das Publikum nach dem Vortrag Gelegenheit zur Fragerunde hat, versteht sich von selbst. Ebenso wichtig: ein geeigneter Ort. Je nach Hochkarätigkeit des Vortragenden sollte das entweder Ihre Einrichtung oder ein öffentlicher Ort wie Bürgerhaus, Stadthalle oder ähnliches sein. Ebenfalls nicht vergessen: Weiträumig einladen – sonst sitzt ihr Redner am Ende alleine da.

Idee Nummer 3

Die Podiumsdiskussion

Die Podiumsdiskussion >

Auch sie gehört zu den Basics der Veranstaltungsorganisation: die Podiumsdiskussion. Die nötigen Vorüberlegungen sind ähnlich wie beim Vortrag. Größter Unterschied: Als Thema der Veranstaltung sollten Sie eine knackige, vielleicht auch kontroverse These vorgeben (z.B. »Weiterbil-

dung – am Bedarf vorbei?«). Sie benötigen nicht nur einen Redner, sondern eine breitere Palette von vier bis fünf Personen, die natürlich unterschiedliche Meinungen zum Thema und unterschiedliche Hintergründe haben sollten (z.B. Personalchef, Bildungsexperte, erfolgreicher Absolvent einer Weiterbildungsmaßnahme). Die wahrscheinlich wichtigste Person bei der Podiumsdiskussion ist der Moderator bzw. die Moderatorin. Nichts ist schlimmer als eine schlecht moderierte Diskussionsrunde. Der Moderator sollte sich nicht nur selbst gut im Thema auskennen, sondern auch in der Lage sein, die Diskussion in geordnete Bahnen zu lenken und immer den Überblick zu behalten. Er ist quasi Schiedsrichter, Impulsgeber und Steuermann in einer Person. Und nicht zuletzt sollte er schon Erfahrungen in der Moderation von Diskussionsrunden mitbringen – im besten Fall als prominente Persönlichkeit, die zusätzliches Interesse auf Ihre Veranstaltung lenkt.

2. Klassisch, praktisch, gut – der Info-/ Aktionsstand

Er gilt als Allzweckwaffe, als »Schweizer Taschenmesser« unter den öffentlichkeitswirksamen Aktionen – und zwar zu Recht! Die Rede ist vom Info- oder Aktionsstand, dessen größte Stärke es ist, dass er (fast) immer und überall funktioniert. Egal ob in der Fußgängerzone, vorm Bahnhof, oder im Rahmenprogramm von (Groß-)Veranstaltungen: Der Infostand passt überall dort hin, wo Sie auf Ihre Anliegen aufmerksam machen wollen.

Eine ausführliche »Checkliste Infostand« zur professionellen Planung und Vorbereitung eines Info- und Aktionsstandes finden Sie im 3. Kapitel dieses Leitfadens. Einige Aktionsideen finden Sie gleich hier.

Der Infostand – so geht's ›

Am Anfang steht der Ort. Dass Sie Ihren Infostand dort aufbauen, wo sich möglichst viele Menschen aufhalten, versteht sich von selbst. Dieses Grundprinzip sollten Sie sich in der Hektik der Planungen immer wieder als Selbstprüfung vor Augen führen. Denn schließlich wollen Sie nicht alleine an Ihrem Infostand stehen, sondern Kontakte zu Menschen knüpfen, die Sie normalerweise nicht erreichen. Deshalb die ganze Mühe.

*Idee Nummer 4
Der Infostand – so geht's*

Tische, Wände, Broschüren... ein Stand ist schnell gebaut. Ein einfacher Infostand ist schnell zusammengestellt. Als Grundzutaten brauchen Sie:

- › Stehtische für Gespräche
- › Prospektregal(e) oder Prospektaufsteller auf einem Tisch
- › Stellwände als begrenzende Rückwand
- › Materialien, d.h. Faltblätter, Broschüren, Ballons und sonstige Werbemittel

Viele Einrichtungen haben sich inzwischen Standsysteme für verschiedenste Einsatzgelegenheiten angeschafft – fragen Sie deshalb einfach mal im Referat Marketing oder Öffentlichkeitsarbeit Ihres Hauses nach, ob es einen Stand gibt und ob Sie ihn leihen können.

Das Auge isst mit – ein paar Tipps zur Standgestaltung. Ist der Stand im Grundgerüst einmal aufgebaut, geht es in die Gestaltungsdetails. Zum Deutschen Weiterbildungstag sollte am Stand – neben dem Logo Ihrer Einrichtung – möglichst auch das Logo des Deutschen Weiterbildungstages präsent und gut sichtbar sein: damit jeder sieht, wofür und für wen Ihr Infostand wirbt. Übrigens: im Materialpaket des Deutschen Weiterbildungstages (siehe Kapitel Materialien) ist nicht zuletzt ein Banner mit Logo

und Datum des Deutschen Weiterbildungstages enthalten. Es ist für diesen Zweck optimal geeignet. Und auch mit anderen einfachen Mitteln lässt sich eine ungewöhnliche Wirkung erzielen, zum Beispiel mit Pflanzen, Stoffbahnen etc. pp.

Aussehen ist viel, aber nicht alles – Aktionen am Stand. Ebenso wichtig wie die Gestaltung des Standes ist das Drumherum. Give Aways wie »Bildungsbrötchen«, »Gehirnnahrung« (= Bonbons), Luftballons etc. sind zwar Klassiker, kommen aber immer wieder gut an. Vor allem peppen gute Aktionsideen Ihren Stand so richtig auf und machen ihn für andere attraktiv. Generell gilt: Wo es etwas umsonst gibt, wo eine Aktion Spaß verspricht oder wo Menschen zum Mitmachen animiert werden, wird sich auch verstärkt Publikum einfinden!

Idee Nummer 5

Aktion am Infostand – Häppchenweise Bildung

Aktion am Infostand – Häppchenweise Bildung >

Häppchenweise Bildung – das gibt es an Ihrem Infostand. An einem belebten Ort – Fußgängerzone, Marktplatz, Bahnhof, vor Ihrer Einrichtung – können Sie häppchenweise Bildung (belegte Brote, Kuchen etc.) verkaufen. Natürlich mit einem witzigen Slogan z.B. »Hier gibt's die Häppchen das volle Bildungsprogramm gibt's im XYZ«. Drumherum werden die Infoblätter verteilt. Am Stand kann die »Berliner Erklärung« unterschrieben werden.

Idee Nummer 6

Aktion am Infostand – »Bildung? Schneiden Sie sich eine Scheibe ab...«

Aktion am Infostand – »Schneiden Sie sich eine Scheibe ab...« >

Eine Scheibe Weiterbildung gefällig? Dann schneiden Sie sich einfach eine Scheibe ab... Alles was Sie dafür benötigen, sind ein Baumstamm (sollte vom Durchmesser her zwischen 10 und 20 cm sein), eine große Säge und zwei Böcke, um den Stamm darauf zu legen. Nun können sich die Passanten »eine Scheibe Weiterbildung« absägen. Bitte nehmen Sie KEINE MOTORSÄGEN!!! Die sind zwar schön laut, aber viel zu gefährlich! Vielleicht gibt es ja die Möglichkeit, anschließend in die Baumscheibe das Datum und die Aufschrift »Deutscher Weiterbildungstag« einzubrennen. Natürlich können Sie diese Aktion nicht nur an Ihrem Infostand, sondern auch in Ihrer Einrichtung, zum Beispiel bei einem Tag der offenen Tür, durchführen.

Idee Nummer 7

Aktion am Infostand – Dicke Bretter bohren

Aktion am Infostand – Dicke Bretter bohren >

Sich weiterzubilden bedeutet, nach vielen Berufsjahren nochmals die Schulbank zu drücken und wieder »dicke Bretter zu bohren«. Geben Sie den Passanten doch die Möglichkeit, das Bohren schon mal übungsweise auszuprobieren. Geben Sie ihnen einen Handbohrer und lassen Sie sie auf dicke Holzbretter los. Wenn das Brett groß genug ist, können Sie auch mehrere Kandidaten gegeneinander antreten lassen. Weisen Sie die Teilnehmer auch darauf hin, dass auch die Arbeit der Weiterbildungsträger oftmals sehr viel damit zu tun hat, auf politischer Ebene »dicke Bretter zu bohren«... Am Ende des Tages sieht das Brett hoffentlich wie ein Schweizer Käse aus und Sie haben eine treffende Darstellung der derzeitigen Bildungspolitik in Deutschland. Auch diese Aktion können Sie drinnen wie draußen anbieten.

Generell sind Ihren Ideen keine Grenzen gesetzt. Und wenn Sie noch mehr Anregungen suchen, dann gucken Sie doch einfach in Liste der Kampagnen-Aktionen auf www.deutscher-weiterbildungstag.de. Sie werden überrascht sein, wie kreativ und originell Ihre Mitstreiterinnen und Mitstreiter beim Deutschen Weiterbildungstag sind!

3. Für alle, die mehr als das Klassische wollen – ein paar ungewöhnliche Ideen hinterher

»Die vermutlich größtestunde der Welt« >

Bastian Sick, SPIEGEL-Kolumnist in Sachen deutsche Sprache («Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod») hat es vorgemacht: die größte Deutschstunde der Welt vor 15.000 (!) Menschen in einer Kölner Veranstaltungshalle. Nun müssen es nicht gleich 15.000 sein, aber überlegen Sie doch mal, ob die Angebote Ihrer Einrichtung nicht auch eine publikumswirksame Aktion hergeben. Ein Vorschlag, zugegeben eher für die praktischen Fort- und Weiterbildungsbereiche: Tim Mälzer kocht vor 1.000 Menschen in Hamburg im Congresszentrum. Mit einer solchen Aktion können Sie direkt zeigen, was Sie so machen und dass sich Weiterbildung lohnt. Ihrer Kreativität sind praktisch keine Grenzen gesetzt. Schauen Sie einfach mit offenen Augen in Ihr eigenes Weiterbildungsangebot!

Idee Nummer 8

»Die vermutlich größtestunde der Welt«

Strampeln für die Bildung >

Ende der 90-er Jahre trafen sich in Berlin jeden letzten Freitag im Monat viele Radfahrer am Brandenburger Tor, um gemeinsam durch die Stadt zu radeln. »Critical Mass« nennt sich diese Aktion, die auch in anderen Städten schon stattfand – provoziertes Verkehrschaos nicht ausgeschlossen. Ganz soweit sollte es natürlich nicht kommen (also vorher mit Polizei und Ordnungsamt klären), aber eine gemeinsame Radtour für die Weiterbildung von einem Startpunkt zu einem zentralen Platz in der Stadt macht immer Spaß! Die Tour kann auch so geplant werden, dass verschiedene Weiterbildungseinrichtungen abgefahren werden. Je mehr Menschen mitradeln, desto größer die Aufmerksamkeit! Steigern lässt sich der Effekt noch, wenn sich die Radfahrer etwas verkleiden. Am Endpunkt der Tour (aber auch schon unterwegs) können Passanten oder ausgebremste Autofahrer mit Infzetteln versorgt werden und die »Berliner Erklärung« unterschreiben. Vielleicht kriegen Sie ja auch ein paar Prominente dazu, selbst mitzuradeln.

Idee Nummer 9:

Strampeln für die Bildung

Wir nageln die 6 Thesen symbolisch an eine Tür >

Was Martin Luther konnte, können wir schon lange: Wir nageln die 6 Thesen zur Weiterbildung an eine Tür. Die Thesen sind natürlich in entsprechender Größe ausgedruckt (mindestens DIN A2) und auch Hammer und nach Möglichkeit Nägel sind überdimensional groß. Als spektakuläre Orte bieten sich an: entweder das örtliche Rathaus oder ein lokales Wahrzeichen. In Berlin sollte es natürlich der Bundestag sein, in Nürnberg zum Beispiel die Zentrale der Agentur für Arbeit. Um juristischen Ärger zu vermeiden, sollten die Thesen natürlich mit anderen Mitteln an der Tür befestigt werden, zum Beispiel mit Power Strips oder ähnlichem – und auch eine Anmeldung der Veranstaltung beim Gastgeber ist durchaus zu empfehlen. Am Rande der Aktion werden Infoblätter verteilt. Und die »Berliner Erklärung zur Weiterbildung« liegt – wie überall – zur Unterschrift aus.

Idee Nummer 10

Wir nageln die 6 Thesen zur Weiterbildung symbolisch an eine Tür

Ich sprüh's an jede Wand... >

Ina Deter wünschte sich seinerzeit neue Männer für das Land – am Deutschen Weiterbildungstag sind neue Ideen zur Weiterbildung gefragt. Warum nicht statt eines teuren Blow Ups einfach ein riesiges weißes Tuch aus einer zentral gelegenen Einrichtung heraushängen, auf das die sechs Thesen zur Weiterbildung gesprüht sind? Das Gute daran: Man kann es weithin

Idee Nummer 11

Ich sprüh's an jede Wand...

sehen, es können Jugendliche aus Einrichtungen eingebunden werden und natürlich lässt sich noch ziemlich viel drumherum organisieren. So kann die Presse oder Prominenz dazu eingeladen werden, wenn das Sprühplakat entsteht (Fototermin: Wir besprühen unser Haus) oder wenn es aus dem Fenster gehängt wird.

Idee Nummer 12

Eine Schnitzeljagd mit dem kleinen Wörtchen »Weiter«

Eine Schnitzeljagd mit dem kleinen Wörtchen »Weiter« ›

Das Kampagnenmotto »Weiter mit Bildung« lädt nachgerade dazu ein: Bodenplakate in Form eines Pfeiles, auf denen das Wort »Weiter« zu lesen ist. Wichtig ist ein vielbesuchter Startpunkt, zum Beispiel der Bahnhof oder ein zentraler U-Bahn-Ausgang. Beginnend von diesem Startpunkt werden mindestens zehn überdimensionale Pfeile auf dem Boden befestigt, auf denen das Wort »Weiter« steht. Wie bei einer Schnitzeljagd führt jeder Pfeil zum nächsten und immer heißt es nur: »Weiter«, »weiter«, »weiter«. An einer strategisch günstigen Stelle enden dann die Pfeile und führen direkt zu Ihrem Infostand oder Ihrer witzigen Aktion (siehe die anderen Ideen).

Idee Nummer 13

»Rocken für Weiterbildung«

»Rocken für Weiterbildung« ›

Erinnern Sie sich noch? Unter dem Motto »Rocken für Robben« engagierten sich im letzten Jahrhundert Musiker für den Umweltschutz. Überlegen Sie sich doch mal, ob es in oder im Umfeld Ihrer Einrichtung Verbindungen in die örtliche Musikszene gibt. Egal, ob Musiker oder der örtliche Kulturkeller: Alle Beteiligten profitieren von einem Konzert. Die Musiker bekommen einen Auftritt, der Kulturkeller hat ein volles Haus und Sie können im Umfeld des Konzerts ihre Message unter die Leute bringen. Bei den Feinheiten, auf die Sie bei einer solchen Veranstaltung achten müssen, helfen Ihnen sicherlich die Betreiber des örtlichen Kulturkellers, vielleicht findet sich auch in Ihren Reihen jemand, der hier schon Erfahrungen gesammelt hat. Keine Angst: Sie wollen ja kein ausgewachsenes Festival veranstalten (oder doch?).

Idee Nummer 14

Wie viel ist den Menschen Bildung tatsächlich wert?

Wie viel ist den Menschen Bildung tatsächlich wert? ›

Gibt jemand auch noch sein letztes Hemd? In der Polit-Satire »Wag the dog« hängten die Menschen zur Unterstützung Schuhe in die Bäume. Hier hängen die Passanten ihre Klamotten in den Baum. Wer sein letztes Hemd gibt, erhält einen »Bildungsgutschein«, den er in Ihrer Einrichtung einlösen kann. Alternativ dazu: Ein T-Shirt mit dem Kampagnen-Logo (kann man in fast jedem Copyhop drucken lassen). Alternativ können aber auch Sie und Ihre Kollegen an einen spektakulären Ort gehen und selbst »Ihr letztes Hemd« für Bildung geben.

Idee Nummer 15

Das Weiterbildungsfrühstück

Das Weiterbildungsfrühstück ›

In den USA heißt es »Power Breakfast« und ist eine weit verbreitete Art des Geschäftstermins. Dass es dabei nicht um eine fröhliche Frühstücksrunde geht – mit Müsli, Prosecco und 3-Minuten-Ei –, sondern schlicht um einen sehr früh angesetzten Besprechungstermin, hätte man sich fast denken können. Aber »Power Breakfast« klingt und zieht halt besser – und genau das will auch das »Weiterbildungsfrühstück«. Denn im Grunde handelt es sich hier um einen Ortstermin oder eine kleine Pressekonferenz, aber: etwas hübscher benannt.

Wie kann ein »Weiterbildungsfrühstück« ablaufen? Laden Sie Menschen ein, die für Sie wichtig und interessant sind: regionale oder kommunale Politiker/-innen, Vertreterinnen und Vertreter aus Unternehmen, aus der Agentur für Arbeit oder aus der Arge und natürlich die regionalen Pressevertreter und -vertreterinnen. Lassen Sie das »Frühstück« möglichst zwischen 9 und 10 Uhr beginnen und servieren Sie tatsächlich Kaffee, Tee und mindestens ein paar Brötchen (»Bildungsbrötchen«). Versuchen Sie, ein sympathisches Ambiente zu schaffen, buchen Sie möglichst keinen x-beliebigen Seminar- oder Besprechungsraum, sondern wählen Sie eine gemütlichere Umgebung. Und wenn es diese Möglichkeiten in Ihrer Einrichtung nicht gibt – dann mieten Sie eben tatsächlich einen Raum in einem netten (Frühstücks-)Lokal. Vielleicht bieten Sie ja auch Aus- und Weiterbildung im gastronomischen oder Hotelbereich, dann nutzen Sie natürlich diese Möglichkeiten.

Und was erzählt man den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eines »Weiterbildungsfrühstücks«? Natürlich Dinge, die Politik, Kooperationspartner und Presse, also Ihre Gäste, interessieren. Berichten Sie zum Beispiel von der neuen »Weiterbildungsoffensive«, die Sie und andere Träger Ihres Ortes in Kürze starten werden. Stellen Sie neue, interessante und vielleicht einmalige Kurse vor. Oder berichten Sie (wenn es so etwas gibt) von neuesten Erkenntnissen über die Wirksamkeit ihrer Angebote – zum Beispiel einer sensationell hohen Vermittlungsquote von 85 Prozent unter jungen Zuwanderern. Laden Sie in jedem Fall möglichst auch »Betroffene« dazu ein, also interessante Menschen, die als Gesicht und Geschichte für Ihre Fakten stehen. Wenn Sie all das beachten und nicht zuletzt für eine angemessene Deko mit Ihrem und dem Logo (Banner) des »Deutschen Weiterbildungstages« sorgen, unter dessen Dach Ihre Aktion ja steht, dann kann eigentlich nichts mehr schiefgehen. Viel Spaß!

Tipp

- » Schließen Sie sich mit anderen Trägern zusammen! Vertreter der Politik, der Arbeitsagentur oder der Presse kommen üblicherweise ungern zu nur einem Anbieter.
- » Dokumentieren Sie Ihre Veranstaltung in den sozialen Netzwerken – bis hin zum Live-Mitschnitt.