



Carl-Auer Verlag

Titel: von Bernstorff, CAC Campaigning

Publikationsorgan: verdi news

Datum: 7. April 2012

Buchtipp

### Einführung in das Campaigning

(hla) Proteste sind zahlreich. Manche sind lokal, da geht es gegen den Bau einer Autobahn. Andere sind von überregionaler Bedeutung, etwa der mittlerweile jahrzehntelange Kampf gegen die Atomkraft. Doch egal, gegen wen oder was sie sich richten, wichtig ist es für die Betroffenen, Aufmerksamkeit zu erlangen. Nur wenn der Protest wahrgenommen wird, kann er etwas bewirken. Andreas von Bernstorff hat jahrelang für Greenpeace Kampagnen organisiert, bevor er sich als Berater selbstständig machte. Er weiß um die Bedeutung der positiven Seiten von Kampagnen, denn nur so finden sie nachhaltigen Rückhalt, und nur mit dieser Unterstützung können ihre Ziele Wirklichkeit werden. Deswegen hat er in seinem kleinen, kompakten Ratgeber einen Teil seiner Erfahrungen gebündelt. Vor der Planungsarbeit bis zum Abschlussbericht hat er zahlreiche nützliche Mittel zusammengestellt, von denen einige auch in tariflichen oder betrieblichen Auseinandersetzungen von Nutzen sein können.

Andreas Graf von Bernstorff: Einführung in das Campaigning, Carl-Auer-Verlag, Heidelberg, 120 Seiten, 13,95 Euro, ISBN: 978-3896708311

# STRATEGIE NEWS Nachhaltige Nachrichten

(ab 1. Juli 2012)

## Buchempfehlung: Andreas Graf von Bernstorff – Einführung in das Campaigning

Erstellt 1. Juli 2012 von Strategieberater in Bücher, Nachhaltigkeit, STRATEGIE News.

Schlagworte: Andreas Graf von Bernstorff, Campaigning, Carl Auer Verlag, Kampagnen, Marketing, Planung, Veränderung. Hinterlasse einen Kommentar



(<http://www.carl-auer.de/programm/978-3-89670-831-1>)

Schauen Sie aus dem Fenster. Wenn Sie Glück haben, sehen Sie einen schönen Baum. Er soll gefällt werden. Was tun Sie dagegen, mit wem reden Sie zuerst, und wer entscheidet am Ende?

~~Moderne Kampagnen sind systemische Eingriffe in Politik, Gesellschaft oder Marktgeschehen mit dem Ziel nachhaltiger Veränderung: Campaigning for Change. Sie wollen keine Revolutionen oder radikale Systemwechsel um der Veränderung willen, sondern versuchen, über anschlussfähige Bilder und Symbole die Verhältnisse zu wandeln. Bei einem solchen subversiven Vorgehen werden momentane Situationspotenziale taktisch genutzt.~~

In dieser Einführung stellt der frühere Kampagnenmacher bei der Umweltschutz-organisation Greenpeace das Handwerkszeug für eine effektive Kampagnengestaltung zur Verfügung. Ein Kriterienset, das von der Planungsarbeit bis zur Abschlussbewertung reicht, sowie zahlreiche Übungen ergänzen den theoretischen Teil. Besonders eindringlich sind die bebilderten Berichte zu exemplarischen Kampagnen, die Geschichte schrieben.