

Protokoll des Strategietreffens des AB Öffentlichkeitsarbeit vom 19.09.2020
11:00-15:00 Uhr

Teilnehmende:

in Mediationszentrum: Beate, Gundel (11:00-14:00 Uhr), Leonie, Kerstin, Jenny (Protokoll)

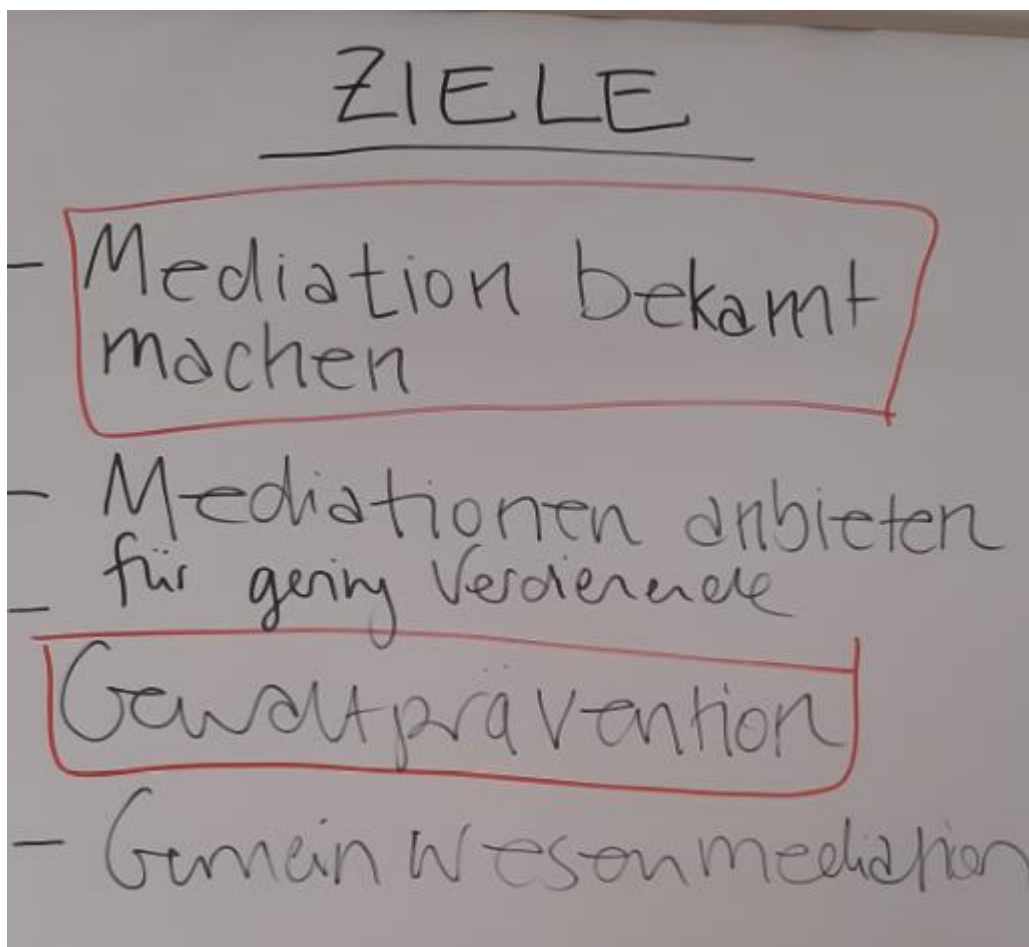
online: Hartmut (11:00-11:40 Uhr), Nikola (13:50-14:10 Uhr)

s. Folien „Mediation. Strategie Öffentlichkeitsarbeit für das Mediationszentrum Berlin e.V.“ als Ergänzung zum Protokoll

Diskussionspunkte um Ausrichtung und Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

- Wie mit „Veranstaltungen“ in Arbeitsbereich Öffentlichkeit umgehen?
perspektivisch unter Weiterbildung verschieben, da es in AB ÖA um PR geht
- Womit beginnen?
 - Gesamtstrategie vs. Dringendes
 - es soll um neue, grundsätzliche Überlegungen zu Zielgruppe usw. gehen
- Was gab/gibt es schon? Was könnte wieder aufgegriffen/fortgeführt werden?
 - Kommunikationskonzept von 2015
 - Satzung, diese ist aber wenig konkret bzgl. Zielgruppe
 - Schulmediationsausbildung gab es früher stark im Verein
 - MZ wurde vor ca. zwei Jahren im Stadtteiltreffen vorgestellt
 - Kooperationen sind eingeschlafen
 - Publikationen (Heldenakademie, AG Diversity)
- Satzungszweck:
 - Mediation bekannter machen
 - Gewaltprävention
 - Welche Satzungspunkte sollen priorisiert werden?
- Wie können wir Gewaltprävention stärken?
 - wichtig für die Gemeinnützigkeitsanerkennung
 - über Gemeinwesenmediation und Arbeit im Kiez unter Einbezug von Diversity
 - über Trainings
- Heldenakademie deckt viele Bereiche des Vereinszwecks ab, zukünftig soll dies auch mit kleinen Projekten gelingen
- Trainings als Maßnahme, die Leute erreicht (bspw. Kif, Tools, Veranstaltungen der AG Diversity)
Zielgruppe: Anbieter*innen eines Angebots entscheiden, für wen es ist
- Sind die Vereinsziele auch Ziele des AB ÖA?
im Verein sollte klar sein, was Ziele sind (bspw. nicht vorrangig Auftragsakquise)
- Was bedeutet Gemeinwesenmediation? Und wie kann man sie stärken?
 - Kontakte zur Nachbarschaft, Beratungsstellen, Nachbarschaftstreffs
 - an lokale Probleme andocken (bspw. „Clan-Verhaftungen“)
 - Warum passiert wenig vor Ort? Das ist eine Frage für Quo Vadis.
- Wie wichtig ist es dem MZ, Fördermittel zu bekommen?

- untergeordnet, da Verein an sich keine Fördermittel braucht
- bisher gab es Projektmittel nur bei der Heldenakademie (Worüber bekommt man Geld? Gewaltprävention!)
- wenn jemand ein Projekt durchführen möchte und dafür Mittel beantragt, ist dies möglich im Vereinsrahmen
- Mediationen anbieten und Gemeinwesenmediation als Mittel, um die beiden übergeordneten Vereinziele zu erreichen



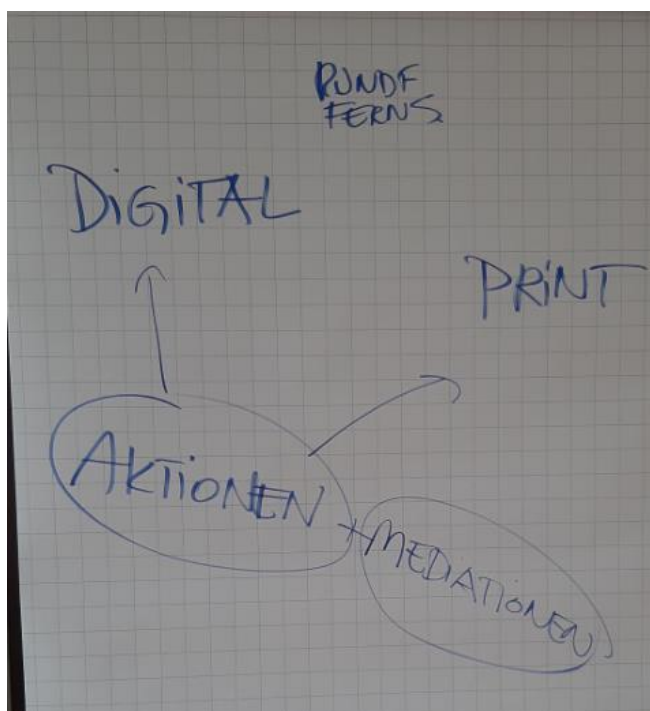
Diskussionspunkte um die Zielgruppen des MZ

- Welche Zielgruppen sprechen wir an? Passend zum Satzungszweck oder nicht?
Brainstorming:
 - primär: externe Zielgruppen
 - sekundär: interne Zielgruppe (Mitglieder)
 - tertiär: Zielgruppen, die der MZ-Betrieb benötigt (Mediand*innen, Neumitglieder)
- Zielgruppen:
 - Einzelpersonen in Konflikten (Konfliktberatung)
 - Menschen in Konflikten
 - Kitas
 - Schulen
 - Stadtteilzentren
 - Soziale Träger
 - Beratungsstellen
 - Bezirksamt
 - Bürgeramt
 - Quartiersmanagement
 - Koooperationspartner*innen
 - Presse
 - Medien
 - Rundfunk
 - Fernsehen
 - Kolleg*innen
 - (Neu-)Mitglieder
 - ...
- Mediation bekannt machen für Zielgruppen, die Mediation noch nicht nutzen



Diskussionspunkte zur Strategie für Öffentlichkeitsarbeit

- langfristig Layout/Corporate Design anpassen, bis dahin vorhandene Flyer nutzen und Flyer aktualisieren (Kosten, Telefonnummer, Qualitätssicherung, gendergerechte Sprache)
- Imagevideo für Presse
- Mediationsangebot ist wichtiger Bestandteil des MZ
Mediationen im MZ werden weiterempfohlen, deswegen trägt Mediationsangebot zum Ziel der Bekanntmachung bei (wirkt gewissermaßen im Verborgenen)
- Schwerpunkt auf Aktionen, darüber weitere PR-Kanäle (digital und Print, Rundfunk, Fernsehen) mit Inhalten füllen
- Inwiefern soll Presse eingebunden werden?
sekundär, indem über Gemeinwesenmediation berichtet wird
- Man kann viel machen, aber wer macht es?
Wie einzelne Arbeitspakete mit klaren Arbeitsaufträgen an mehrere Personen verteilen?
- best/worst case-Szenarien für die nächsten drei Jahre (s. Folien)
- Botschaft (s. Folien)
 - Was soll kommuniziert werden? es ist wichtig, eine einheitliche Botschaft weiterzugeben („Hochhaus-Elevator Pitch“)
 - Botschaft, die nach innen und außen geht
- Wie mitdenken, dass digitale Präsenz wichtiger wird?
 - Gute Website ist wichtig
 - Strategie sollte auf Website sichtbar werden
 - Twitter? Weiter nutzen? Und wenn ja, wie?
 - Change.org als Tool für Petitionen
- Wie ist das MZ erreichbar?
 - Falltelefon
 - Mail
- Nächste Schritte: wer macht was weiter im AB ÖA? (s. Folien)



Diskussionspunkte um Aktionen

- Orte im Kiez, bspw. im Park am Gleisdreieck
Vorschlag: 2-4 Veranstaltungen jährlich im Kiez, aber vorher muss eine Strategie her
- Wann ist ein guter Zeitpunkt?
 - Wochenende überdenken, bspw. ist das Jugendzentrum Palasseum oft leer am Wochenende
 - am Tag der Mediation (18. Juni), bspw. Streitpunkt, Zuhörpunkt und kleines Angebot im MZ am Abend
 - Anknüpfungspunkt: Restorative Justice Week (international, dritte Novemberwoche)
- Tag des Ehrenamts (5. Dezember) als möglicher Aktionstag
 - Zoom-Call mit Nikolai zur Idee, den Tag des Ehrenamts zu nutzen, aus dem eine Arbeitsgruppe zur Vorbereitung hervorgeht (s. Folien)
Grobe Idee: Der Tag des Ehrenamts wird von Lokalmedien genutzt, um Vereine, Organisationen usw. mit ehrenamtlichem Engagement vorzustellen. Das MZ hat eine Story und die kann frühzeitig (Mitte November) angeboten werden. MZ zeigt Engagement jenseits des Erwartbaren/Üblichen. Es könnten ein bis zwei Mediator*innen porträtiert werden. Fragen: Was passiert in Mediation? Was macht das MZ? Wie sind Porträtierte zu MZ gekommen? Was motiviert zur Tätigkeit?
 - Wie kann dieser Tag für Vereinsziele genutzt werden? (am Tag werden i.d.R. Auszeichnungen vergeben)
Personen, die sich in MZ engagieren, wertschätzen und darüber für Mediation werben
Neuigkeitswert für Presse über Story steigern
 - Tagesspiegel „Ehrensache“-Newsletter für Engagierte
 - Ehrenamtsehrungen der Bezirksamter (unterschiedliche Termine)
 - MZ bewerben für Bezirksamt-Auszeichnung
- Beispielaktionen: aktuelle (überregionale) Dialogprojekte (Streitgespräche und Perspektivwechsel): bspw. „ZeitStreit“-Ressort, Aktion „Deutschland spricht“, Gesprächsformat des Tagesspiegels
- Online-Präventionstag
- Straßenfeste

Terminübersicht für mögliche Aktionen

- Was sind wichtige (Schöneberger) Veranstaltungen, an die man andocken kann?
- Allgemein:
 - Tag der Mediation: 18. Juni
 - Lesbisch-schwules Stadtfest/Motzstraßenfest: immer am Wochenende vor dem CSD
 - Großgörschen-Straßenfest: September
 - Restorative Justice Week: 3. Novemberwoche
 - Tag des Ehrenamts: 5. Dezember
- 2021:
 - Freitag, 18.06.2021: Tag der Mediation
 - Samstag/Sonntag 17./18. Juli 2021: Lesbisch-schwules Stadtfest/Motzstraßenfest in B-Schöneberg (Nollendorfplatz)
 - September: Großgörschen-Straßenfest (?)
 - 15.-21.11.2021: Restorative Justice Week
 - Sonntag, 05.12.2021: Tag des Ehrenamts