

Mediation

**Strategie Öffentlichkeitsarbeit
für das Mediationszentrum Berlin e.V.**

September 2020

Blitzlicht:

**Biggest Dream und
Worst Nightmare**

- Förderung bekommen für Ausbildung im Kiez
 - Weltfrieden für überall und Schöneberg
 - Überall Konfliktlösungspoints
 - Kolumne in einem überregionalen Medium > Berichterstattung
 - Mehr Fälle, mehr Teammediation
- Alles bleibt wie es ist
 - wir werden überrannt und können es nicht abdecken und Qualitätsverlust

Ziele

Ziele

Welche Ziele verfolgen wir mit der Öffentlichkeitsarbeit?

1. Mediation bekannt machen:

- A. Verschiedene Akteur:innen der Öffentlichkeit sollen wissen, was Konflikte/Mediation bedeutet, was sie besonders macht, warum sie eingesetzt werden sollte und wo ich sie finden kann.
- B. Menschen in Konflikten sollen das Mediationszentrum als Anlaufstelle für Mediation/Beratung wahrnehmen und Mediationen in Anspruch nehmen.
- Einzelne erste Artikel über Mediation allgemein und die Arbeit des MZ in Tages- und Überregionaler Presse
 - Übersichtliche Website, die gut gefunden wird und gut informiert.
 - Aktionen finden regelmässiger statt.

2. Gewaltprävention

- C. Interkulturelle, diverse Nachbar:innen kommen ins MZ und werden zu Kiezmediator:innen ausgebildet und wir berichten darüber.
- D. ggf. flankiert durch konkrete Projekte/Aktionen (tbd)

3. Gemeinwesenmediation

- E. Verbindung in den Kiez hinein: Spinne im Spinnennetz
- F. ggf. flankiert durch Projekte und Flyerverteileraktionen o.ä.

Zielgruppen

Zielgruppen

Wen wollen wir ansprechen, um unsere Ziele zu erreichen?

1. Mediation bekannt machen bei:
 - A. Presse, Medien, Rundfunk und TV
 - B. Bezirksamt, Stadtteilzentren, Beratungszentren
 - C. Kitas, Schulen
2. Median:innen, die Mediation konkret nutzen gewinnen:
 - D. Menschen in/um Schöneberg in Konflikten
 - E. Soziale Träger
 - F. Kitas, Schulen
 - G. Interkulturelle, diverse Nachbar:innen
3. Mitglieder und neu Mitglieder / Kolleg:innen ansprechen:
 - H. v.a. Interkulturelle, diverse Nachbar:innen

Ansatz & Botschaften

Unser Ansatz

Wie sieht unsere Vorgehensweise aus?

Wir setzen auf die vier Säulen Aktionen, Mediationen verbunden mit Digitaler und Print Kommunikation.

Aktionen und Mediationen sind das Herzstück der Öffentlichkeitsarbeit und werden Digital und in Print unterstützt.

Mit einer jährlichen, gut konzipierten Kampagne verbinden wir Aktionen mit Digitalem und Pressearbeit und zahlen auf die Bekanntheit ein (jeweils in Kombination mit Gewaltpräsentation oder Gemeinwesenmediation).

Botschaften

Was soll ankommen?

Es gibt mehr Lösungen als Sie denken.

- > pot. Mediand:innen

Konflikte sind wichtig und gehören zu einem friedlichen Miteinander.

- > Presse, Multiplikator:innen, Mediand:innen

Du bist der Verein, entfalte dich hier.

- > Team

Es geht nur gemeinsam, dann aber viel.

- > Team und pot. Mediand:innen

Sie sind die Expert:innen für Ihre eigene Konfliktlösung.

- > Mediand:innen, Stadtteilmediator:innen, breite Öffentlichkeit

Maßnahmen

Maßnahmen

Was wollen wir konkret umsetzen?

1. Digital:

- Website auf den neuesten Stand bringen
- Restrukturierung der Inhalte im Sinne der Strategie (quick fix)

2. Print:

- Flyer an alle Mitglieder ausgeben zum Weitergeben
- bestehende Broschüre stärker nutzen und verteilen (BM)
- längerfristig: Redesign auf allen Medien

3. Aktionen:

- Tag des Ehrenamtes 5.12.:
- Streitpunkt und Zuhörpunkt (im Rahmen des Tag der Mediation und größerer Kampagne 2021 tbd)

4. Mediation:

- fortlaufend mit Schwerpunkt Sozial Verträglichkeit (tbd im Quo Vadis)

Maßnahmen

1. Website

- Stephan, Beate, Gundel, Florian, Hartmut (?), Christine und Leonie setzen sich zusammen und übergeben die Website technisch und überlegen Aufgaben und verteilen, und Quick Fixes im Bereich.
- Neuer Termin über Zoom wird von Leonie koordiniert.

Maßnahmen

2. Print

- Wunsch nach einem neuen, zeitgemäßen Flyer.
- Hindernis: eigentlich bräuchte es ein grundsätzlich neues CD.
- Wir nutzen die vorhandenen 1.000 Flyer und verteilen sie erstmal nur im Notfall: Kerstin in KITAS
- Überarbeitung ist dringend notwendig: inhaltlich (Gundel und Stephan)

Maßnahmen

3. Aktionen: Tag des Ehrenamts am 5.12.20

- Mitte November an Medien herantreten, in den nächsten 6 Wochen zusammensetzen und konzeptualisieren
- Wir wollen über ehrenamtliche Projekt in eurem Kiez/eurer Stadt berichten > wir hätten eine Story für euch > Wo schlägt sich ehrenamtliches Engagement noch nieder jenseits des Erwartbaren
- Wer soll portraitiert werden und wie zeigt man, was da so passiert? Was soll da gesagt werden? z.B. Marlene, Günter, Beate, Juliane
- Team: Nicolai, Gundel und Kerstin treffen sich online, Kerstin koordiniert das Online-Treffen
- Größere Kampagne 2021 planen ab 2021: Jenny und ?

Maßnahmen

4. Mediationen

- Weiter wie gehabt, aber stärker an den Ursprung erinnern: Für Menschen, die wenig finanziellen Spielraum haben
- Im Quo Vadis klären, wie mit wirtschaftl. Fällen umgegangen wird (passt das zur Satzung?)