

NGO Corner

■ News

Krautbuster: die OpenSource-Software für professionelle Online-Kampagnen

Krautbuster soll NGOs die tägliche Mobilisierungsarbeit mit seinen flexiblen und personalisierbaren Aktionsabläufen erleichtern – so das Versprechen der Entwickler. Die Software ist modular aufgebaut und beinhaltet beispielsweise Abläufe für Petitionen oder Mail-Protestaktionen, ein Versandmodul für Newsletter und Community-Funktionen. Kleinere Initiativen und Vereine können Krautbuster sogar ohne eigenen server nutzen. In die Entwicklung sind jahrlange Erfahrungen aus der Kampagnenarbeit der NGO Campact eingeflossen. Das Campact-Team stellte die neue Software im Mai auf der diesjährigen re:campaign, der Fachkonferenz für Online-Kampagnen des zivilgesellschaftlichen Sektors in Berlin vor. Bis voraussichtlich Ende Herbst will Campact noch verschiedene interne und externe Testphasen durchführen.

Advocacy Engine

Auch die österreichische Agentur more onion entwickelt zur Zeit mit Advocacy Engine einen Baukasten für Protest- oder Kampagnenseiten, der NGO ermöglichen soll, mit wenigen Klicks eine Online-Kampagne auf die Beine zu stellen. Man kann damit diverse Online-Aktionen umsetzen, Petitionen einrichten, E-Mails aussenden und mit wenigen Klicks das Aussehen der Kampagnenseite ändern. Bis dato befindet sich der Advocacy Engine noch in der Entwicklungsphase.

ZiviZ: Befragung zivilgesellschaftlicher Organisationen

Im September startete das Projekt Zivilgesellschaft in Zahlen (ZiviZ) mit einer breit angelegten Befragung zivilgesellschaftlicher Organisationen. Etwa 20.000 Vereine, Stiftungen, Genossenschaften und gemeinnützige GmbHs werden um Ihre Mitarbeit gebeten. Das Projekt will mit dieser Erhebung neben den in den letzten Jahren gewonnenen Daten zum bürgerlichen Engagement auch repräsentative Daten über die Arbeit zivilgesellschaftlicher Organisationen gewinnen und mehr über die strukturellen wie organisatorischen Herausforderungen mit denen sich die Organisationen konfrontiert sehen erfahren.

■ Literatur

Serdült, U. & Welp, Y 2012. Direct Democracy Upside Down. In: *Taiwan Journal of Democracy*, Volume 8, No. 1.

Für ihre Studie haben die Autoren weltweit alle seit dem Jahr 1874 auf nationaler Ebene durchgeführten Abstimmungen, die aufgrund von Unterschriftensammlungen stattfanden, untersucht. Das Fazit: NGOs nutzen die Mittel der direkten Demokratie besser als Parteien. Wenn NGOs mittels Unterschriftensammlung ein Referendum erwirken, gewinnen sie dieses in 38,4 % aller Fälle. Die Zivilgesellschaft ist damit in dieser Hinsicht deutlich erfolgreicher als Oppositions-

(24,9 %) oder Regierungsparteien (31,1 %). Der Erfolg wird damit erklärt, dass sich NGOs immer professioneller organisieren und darüber hinaus Anliegen aufgreifen, die den Bürgern tatsächlich wichtig sind.

Härtel, A. & Embacher, S. 2011. Internet und digitale Bürgergesellschaft – Neue Chancen für Beteiligung. Eine Studie des CCCD – Centrum für Corporate Citizenship Deutschland. „Bürgergesellschaft und Social Media haben viel gemeinsam, aber haben noch nicht richtig zueinander gefunden.“ So die einleitenden Worte der von Alexandra Härtel und Serge Embacher verfassten Studie. Im Zuge ihrer Analyse kommen sie zu dem Schluss, dass die meisten zivilgesellschaftlichen Organisationen die den Social Media Anwendungen inhärenten Innovations- und Synergiepotentiale für Engagement und Partizipation nicht voll ausschöpfen, da sie die Sozialen Medien lediglich sporadisch und vor allem unsystematisch nutzen. In den abschließenden Herausforderungen und Handlungsperspektiven formulieren sie daher nicht nur den Bedarf das Potential von Social Media über Informations- und Marketingzwecke hinaus zu erkennen und nutzbar zu machen, sondern die internen und externen Kommunikationsprozesse der spezifischen Logik der Social Media anzupassen. Denn deren offener und partizipativer Charakter konfrontiert NGOs mit Forderungen nach Transparenz, Responsivität und Beteiligungsmöglichkeiten und damit der Notwendigkeit eines kulturellen Wandels in den Organisationen selbst.

Ikosom (Hrg.) 2012. Fundraising lernen! – Marktstudie Fundraising-Ausbildungen.

Ikosom, das Institut für Kommunikation in sozialen Medien hat die erste Vollerfassung der Ausbildungsgänge für Fundraising im deutschsprachigen Raum veröffentlicht. Die vergleichende Analyse stellt Inhalte ebenso wie die Rahmenbedingungen in den Mittelpunkt. Infolgedessen wurden die Angebote unter anderem nach geographischer Lage, Dauer der Ausbildung und Methodik untersucht sowie nach Level der Ausbildung (Basisausbildung, Spezialisierungen, fundrainingnahe Ausbildung) geclustert.

■ Links

Lüke, F. (2012). *Die Zivilgesellschaft zieht es nach Brüssel*. Verfügbar unter <http://www.boell.de/weltweit/europenanordamerika/europa-nordamerika-zivilgesellschaft-ngos-brussel-15211.html> [13.11.2012]

Sarah Bastgen, Internationales Institut für Politik und Gesellschaft, E-Mail: sb@iipg.de