

# Die Kampagne

# ENDLICH WIEDER RAUS!

## Warum und Wofür macht der BdP überhaupt die Kampagne?

### Motivation

Wir freuen uns darauf, wieder loslegen zu können! Aber mancherorts ist über den langen Zeitraum der Pandemie die Motivation gesunken. Die Kampagne soll uns nochmal vor Augen führen, warum und wofür wir das alles tun: Für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen, die gerade jetzt Pfadfinden brauchen.

### Einladung

Die Kampagne soll bis zu jedem Wölfling und noch weiter dringen – sie soll auch Eltern, Freund\*innen und Bekannte erreichen. Mit der positiven Botschaft werden nicht nur die Mitglieder wieder motiviert, ihre Kluft und ihr Halstuch aus dem Schrank zu holen und sich wieder auf das Abenteuer Pfadfinden einzulassen. Alle Anderen sind herzlich eingeladen, sich dem anzuschließen, zu unterstützen oder zu fördern.

### Bedürfnis

Nicht nur uns, die wir es kennen, fehlt Pfadfinden. Viele tausend Kinder und Eltern haben das, durch Corona deutlich verstärkte, Bedürfnis (für sich oder ihre Kinder) endlich wieder raus zu kommen, Freundschaften zu pflegen, Abenteuer zu erleben und sich aktiv in einer Gemeinschaft einzubringen – kurz gesagt *Pfad zu finden!*

### Angebot

Pfadfinden bietet Kindern und jungen Erwachsenen eine Vielzahl an Möglichkeiten zur individuellen Entwicklung. Mehr denn je ist ebendieses Angebot gefragt, und wird von Expert\*innen, Eltern und Kindern als adäquate Antwort auf die Defizite der Pandemiezeit angesehen. Wir wollen Pfadfinden ausdrücklich und direkt an alle Kinder und Jugendliche als Angebot formulieren.

## Was ist eine Kampagne?

Eine Kampagne ist eine gemeinschaftliche Aktion für (oder gegen) etwas. Sie hat das Ziel, die Öffentlichkeit zu informieren und ist zeitlich begrenzt.

Eine **gute** Werbekampagne konzentriert sich darauf Aufmerksamkeit zu gewinnen. Daher steht nicht das Produkt (**Pfadfinden**) im Mittelpunkt, sondern eine übergeordnete Vision zu finden (**Ausgleich von Defiziten in der sozialen, emotionalen, musischen und kreativen Entwicklung von Kindern und Jugendlichen**). Hierin verbirgt sich das größte Potenzial für den Erfolg einer Kampagne.



## Die Phasen der Kampagne

### Interne Kommunikation

1. **(Re-)Aktivierung:** Mitglieder in einen aktiven Dialog in sozialen Medien und auf Veranstaltungen bringen und damit wieder zu Pfadfinden aktivieren.
2. **Know-How Sammlung:** Sammlung nützlicher Ideen, Werkzeuge, Maßnahmen und Dokumente für unsere Pfadfindenarbeit und die aktive Mitgliederwerbung.
3. **Reichweite generieren:** Gemeinsam die Reichweite deutlich, auch außerhalb der Pfadfinden-Blase, erhöhen durch Synergien zentrale, lokale und individuelle Kommunikation.
4. **Beweise sammeln:** Gemeinsam tragen wir Geschichten zusammen, die die Wirksamkeit von Pfadfinden beweisen.
5. **Sog erzeugen:** Mit den Botschaften, Bildern und Geschichten wollen wir bei (noch) Nichtpfadfinder\*innen den Wunsch und die Idee entzünden sich der Pfadfinder\*innenbewegung anzuschließen.

### Externe Kommunikation

1. **Attention:** Wir wollen Aufmerksamkeit für unser Anliegen (Entwicklung von Kindern und Jugendlichen) und unser Angebot (Pfadfinden) in der breiten Öffentlichkeit.
2. **Information:** Wir wollen die Öffentlichkeit über die Defizite in der sozialen, emotionalen, musischen und kreativen Entwicklung und die mentale Gesundheit von Kindern und

## Die Schwerpunktthemen in der Kommunikation

- prägende **Erlebnisse und Abenteuer**
- **Nature**erfahrung und Klimaschutz
- **Gemeinschaft** und **Freundschaft**
- **Wirksamkeit**erfahrung und persönliche **Entwicklung**
- **Selbstbestimmung** und **Mitgestaltung**
- **Verantwortungsübernahme** und **Wertekompass**

Jugendlichen informieren und Pfadfinden als passendes Angebot platzieren.

3. **Desire:** Wir wollen in vielen Betrachter\*innen mit unseren Botschaften und Geschichten das Verlangen und den Wunsch entfachen, sich der Pfadfindenbewegung anzuschließen.
4. **Action:** Wir bieten allen Interessierten, Kindern wie Erwachsenen, die Möglichkeit, einen Stamm zu finden, dem man sich anschließen kann, oder die passenden Informationen und Kontakte zum Vorgehen für die Gründung eines Stammes.

>>> Zur [Mitgliederwerbung](#)

>>> Zur [Imagekampagne](#)

