

## DAS KAMPAGNENFORUM

> **FORUM:** Unser Name ist auch Programm. Das 3. KampagnenFORUM schafft Raum für den Kontakt und den Austausch unter Kampagneninteressierten aus allen Bereichen. In drei Referaten und sieben Workshops wird das Tagungsthema aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet. Die philosophische und praktische Auseinandersetzung mit dem Tagungsthema ergänzen einander. Die Vertiefung eines spezifischen Themas in einem der Workshops erlaubt eine Tagungsgestaltung nach persönlicher Präferenz.

> **Unternehmen:** Die Kampagnenforum GmbH begleitet, berät und unterstützt seit dem Jahr 2001 Organisationen, Verbände und Behörden bei der Planung und Realisierung ihrer Kampagnen. Im Kern unserer Arbeit geht es darum, den Menschen komplexe Kampagnenthemen näher zu bringen, sie für das Mitwirken an Veränderungsprozessen zu begeistern und diese Beteiligung auch zu ermöglichen.

# Kampagnen

## Vision konkret

Wege zum Erfolg

Tagung am 6. September 2006  
Gottlieb Duttweiler Institut, Rüschlikon  
9.15 – 18.00 Uhr

# FORUM

Organisiert von der Kampagnenforum GmbH  
Winterthurerstr. 89, 8006 Zürich  
Tel. 043 255 03 55, Fax 043 255 03 57  
[www.kampagnenforum.ch](http://www.kampagnenforum.ch)

<KAMPAGNENFORUM>

K O M P E T E N T U N D E N G A G I E R T

Kampagnenforum GmbH  
Winterthurerstrasse 89  
CH-8006 Zürich  
Tel. +41 (0)43 255 03 55  
Fax +41 (0)43 255 03 57  
[www.kampagnenforum.ch](http://www.kampagnenforum.ch)  
[info@kampagnenforum.ch](mailto:info@kampagnenforum.ch)

<KAMPAGNENFORUM>

## FACHREFERATE

- > **Fachreferat 1: Vision Porta Alpina – Von der Illusion zum vielversprechenden Zukunftsprojekt**  
*Arthur Loretz, Co-Präsident des Fördervereins Visiun Porta Alpina, Architekt ETH/SIA*  
Anfangs galt die Porta Alpina als unrealistisches Hirngespinnst. Die tiefste Bahnstation mit dem höchsten Lift im längsten Tunnel der Welt wurde als «Science Fiction» oder «gestörte Idee» bezeichnet. Doch die Porta Alpina wandelte sich von der Illusion zum vielversprechenden Zukunftsprojekt. Der Bundesrat ist heute überzeugt, dass die positiven Impulse des spektakulären Verkehrsknotenpunkts in der Tiefe des Gotthardmassivs (Zürich–Mailand meets St. Moritz–Zermatt) zur Stärkung des regionalen Wertschöpfungssystems führt. Auch die Medien sind von der Porta Alpina fasziniert: Der «Daily Telegraph» – eine der auflagestärksten Tageszeitungen Europas – bezeichnete den Lift als: «The most spectacular lift in the world», «Die Zeit» titulierte einen Artikel zur Porta Alpina mit «Höllentpforte zum Himmel». In seinem Referat zeigt Loretz auf, wie sich die Porta Alpina von einer visionären Stammtischidee in der Dorfbeiz zu einem erfolgsversprechenden Zukunftsprojekt mauserte und benennt Erfolgsfaktoren sowie kritische Phasen.
- > **Fachreferat 2: The Yes Men – zu zweit gegen Dow, Mac Donald's und Co. (Englisch)**  
*Andy Bichlbaum, The Yes Men*  
Naomi Klein hat sie «The Jonathan Swift of the Jackass-Generation» genannt. Als «Yes Men» infiltrieren sie die Welt des «Big Business» und schmuggeln schockierende aber auch köstlich amüsante Geschichten heraus. Die Yes Men haben WTO-Repräsentanten, Dow Chemical Corporation-Vertreter und Sprecher der Administration Bush verkörpert, ihr Auftritt als Dow-Sprecher liess den Aktienkurs vorübergehend 5% in den Keller sausen. Mit ihren Auftritten zeigen die Yes Men die Mechanismen auf, dank denen zweifelhafte Ideen oder Menschen Macht erhalten oder behalten.  
Das Referat von Andy Bichlbaum führt uns von den aufregendsten Yes Men-Auftritten zu den methodischen Elementen, dank denen es möglich wird, als Zweimann-Team Weltkonzerne zu erschüttern.
- > **Fachreferat 3: Über die Bedeutung von Visionen**  
*Maja Wicki, Dr. phil. (Philosophie, Psychoanalyse, Traumatherapie; Staats- und Medienrecht, Soziologie und Politologie), Lehraufträge an verschiedenen Universitäten, eigene Praxis in Zürich*  
Entsprechend der aus dem Lateinischen abgeleiteten Wortbedeutung sind Visionen innere Bilder resp. geistige Vorstellungen. Sie wenden sich von der Gegenwart ab und richten sich auf die Zukunft aus. Worauf gründet das Heranwachsen von Visionen? Sind es Traumgesichter, Sehnsuchtsentwürfe, Trugbilder, Utopien? Geht es dabei um prophetische Vorausschau? Worauf beruht deren überzeugende Stärke? Was kennzeichnet Menschen, die als Visionäre resp. Visionärinnen in die Geschichte eingehen? In Maja Wicki's Referat geht es um Antworten auf diese Fragen sowie um das Ergründen der schöpferischen Kraft des «denkenden Herzens» resp. der kreativen Vernunft, deren Bedeutung angesichts überhandnehmender Zukunftsangst immer wichtiger wird.

## WORKSHOPS

In den Workshops vertiefen Sie Themen und Thesen der Fachreferentinnen und Fachreferenten sowie weiterer Fachpersonen.

- > **Zielsetzung:**
- Vertiefung in ein Thema nach eigener Präferenz
  - Praxis-Transfer der Inhalte in die eigene Kampagnenarbeit
  - Fachlicher Austausch unter den Teilnehmenden
- 
- > **Undercover für eine bessere Welt (Englisch)**
- Inhalt: Ihre abenteuerlichen Auftritte sind Legende! Ebenso ihre Kreativleistungen und Moderationen. Arbeiten Sie nach einer einführenden Übung mit dem Yes Men Andy Bichlbaum an eigenen Fragestellungen. Garantiert ohne gedankliche Beisshemmung!
- Leitung: *Andy Bichlbaum, The Yes Men*
- Zielgruppe: Alle, Teilnehmer mit Fragestellungen zur kreativen Bearbeitung mit den Yes Men
- 
- > **Über die Bedeutung von Visionen**
- Inhalt: Menschen werden von der frühen Kindheit an durch ihre Herkunftsgeschichte und die Zeitgeschichte geprägt. Was nehmen sie wahr und wie verarbeiten sie die damit erlebten Erfahrungen, Vorbilder und Wertmassstäbe? Wie wird ihr kritisches und kreatives Denken geweckt und gestärkt? Wie wachsen aus den damit verbundenen Gefühlen über das «denkende Herz» Wunschbilder, die nicht flüchtig sind, sondern sich auf die Gestaltung der Zukunft auswirken?
- Leitung: *Maja Wicki, Dr. phil.*
- Zielgruppe: Alle Interessierten, die über Visionen, auch in der eigenen Tätigkeit, nachdenken und sich im Austausch darüber weiterentwickeln möchten
- 
- > **Porta Alpina**
- Inhalt: Der Workshop von Arthur Loretz vertieft die Fragen, wie Begeisterung bei der Bevölkerung geweckt wird, wie PolitikerInnen für ein Projekt gewonnen werden können und wie sich eine Gruppe auch gegen Widerstände durchsetzen kann. Je nach Interesse der Teilnehmenden können weitere Fragen vertieft werden, z.B. wie die Zusammenarbeit organisiert werden kann oder mit welchen Mitteln die Begeisterung für ein Projekt über längere Zeit am Leben gehalten wird.
- Leitung: *Arthur Loretz, Co-Präsident des Fördervereins Visiun Porta Alpina, Architekt ETH/SIA*
- Zielgruppe: Alle
- 
- > **Von der Vision zum Gesetz: Die CO2-Abgabe oder der K(r)ampf in Bern**
- Inhalt: NGOs begnügen sich nicht damit, nur Themen aufs politische Parkett zu bringen. Sie wollen auch, dass Gesetze in ihrem Sinn verabschiedet werden. In einem Inputreferat wird die Kampagnenforum-Analyse zur CO2-Abgabe und zu anderen politischen Debatten der näheren Vergangenheit vorgestellt: Wie und wann wurden neue Argumente in die Diskussion eingebracht? Mit was für Aktivitäten wurden sie begleitet? Welche Medienresonanz lösten diese aus und welchen Einfluss hatten sie auf die politische Debatte?