



KIDS  
FOR THE  
ALPS



# Action Kit fürs Wasser

## Eine Material- und Ideensammlung

- **So findet ihr Ideen für tolle Actions!**  
Drei Kreativitätstechniken kurz erklärt
- **Actions müssen gut geplant sein!**  
Auf welche Fragen barucht es eine Antwort?
- **Checkliste für Öffentlichkeitsarbeit**  
Eine Planungshilfe für Actions
- **Mit Medien arbeiten wie Profis**  
Ein Leitfaden für Medienarbeit
- **Was ich als Journalistin und Journalist unbedingt wissen muss**  
Ein kleiner journalistischer Lehrgang
- **Wir machen einen Wassernewsletter**  
Eine Anleitung
- **Kontakt mit der Gemeinde**  
Einige Tipps zum Vorgehen  
Musterbrief
- **Wir machen einen Wassergenerationenvertrag**  
Ein Anleitung mit Muster
- **Zukunftswerkstatt**  
Eine Anleitung
- **Ideen von A - Z**
- **Kontaktadressen**



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## So findet ihr Ideen für tolle Actions!

Viele Ideen für tolle Actions schleppt ihr bereits mit euch herum. Nur sind sie noch etwas versteckt, verborgen in eurer Phantasie und Kreativität.

Um sie ans Tageslicht zu holen, sie herauszukitzeln, gibt es viele bewährte Techniken – die so genannten Kreativitätstechniken.

Drei davon stellen wir dir hier vor. Sie sind alle sehr einfach und können ohne grossen Aufwand überall gemacht werden:

- **Das klassische Brainstorming (Gehirnsturm)**

Material und Vorarbeiten: Grosse Papierbogen, Packpapierbahnen oder Flipchartblätter an eine Wand kleben. Filzschreiber bereitlegen.

1. Formuliert die Problemstellung, für die Ideen gesucht sind genau, kanpp und gut verständlich.

2. Setzt für die erste Phase eine Zeitlimite von ca. 15 - 20 Minuten fest.

3. Bestimmt eine Schreiberin oder einen Schreiber.

4. Macht es euch möglichst bequem.

5. Ab jetzt gilt unbedingt folgende Regel: **KEINE KRITISCHEN ÄUSSERUNGEN!!**

In der 1. Brainstormingphase sind jegliche kritischen Äusserungen wie: «Das geht sowieso nicht!... was für ein Unsinn!... Nein, der wieder..., jetzt spinnt sie total...» ect. unbedingt zu unterlassen (eventuell. Strafe festlegen)! Es ist absolut wichtig, dass alle sich wohl fühlen, ihrer Phantasie freien Lauf lassen können und von den anderen Teammitgliedern dabei inspiriert und nicht behindert werden.

6. ... und los geht der Gehirnsturm: Denkt an die anfangs formulierte Problemstellung und sagt alles, was euch jetzt durch den Kopf geht und sei es noch so abstrus, schräg und ohne einsichtigen Zusammenhang – lasst euch in euren Spinnereien durch die anderen inspirieren. Der Schreiber oder die Schreiberin notiert eure Stichworte für alle gut sichtbar auf den Papierbogen an der Wand.

7. Nachdem die Zeit abgelaufen ist, beginnt die «Goldgräberarbeit». Vor euch liegt jetzt ein grosser Haufen Geröll (Stichworte), in dem einige Goldklumpen (Ideen für tolle Actions) versteckt sind.

8. In der nächsten Phase gilt es diese Goldklumpen zu finden:

Dafür geht ihr die Stichwortsammlung an der Wand Wort für Wort durch und filtert aus dem ganzen «Ideengeröllhaufen» die interessanten und realisierbaren Vorschläge heraus.

- **Die Kopfstandmethode**

Material, Vorarbeiten und Punkt 1-5 sind bei dieser Kreativitätstechnik gleich wie beim «klassischen Brainstorming».

In Punkt 6 besteht der einzige Unterschied darin, dass du nicht Ideen zur Lösung der anfangs formulierten Problemstellung suchst – sondern gerade das Gegenteil – Ideen wie sich das Problem auf keinen Fall lösen lässt oder wie alles sogar noch viel schlimmer wird.

In Punkt 8 geht ihr ebenfalls gleich vor, wie im «klassischen Brainstorming», mit dem Unterschied, dass ihr die Ideen wieder auf die Füsse stellt, das heisst positiv umformuliert.



**Auf der nächsten Seite findest du noch das Brainwriting!**



KIDS FOR THE ALPS

• **Brainwriting oder Methode 6 – 3 – 5**

Material und Vorarbeiten: Raster für Ideensammlung (siehe unten) vorbereiten und für alle Teammitglieder kopieren. Schreibzeug und Klebestreifen bereitlegen  
Punkte 1-5 sind wiederum gleich wie beim «klassischen Brainstorming».

6. Alle erhalten ein Blatt mit dem Raster für die Ideensammlung.

7. Wie der Titel dieser Kreativitätstechnik bereits sagt, braucht es mindesten 6 Personen, die in die drei waagrecht nebeneinanderstehenden Kästchen, innerhalb von 5 Minuten (ein Teammitglied stoppt die Zeit), jeweils 3 Ideen schreiben. Nach Ablauf der Zeit wird das Blatt der linken Nachbarin weitergereicht. Jeder hat nun die Aufgabe, die bereits eingetragenen Ideen weiterzuentwickeln, zu verändern, zu ergänzen etc. und seine Vorschläge in den drei darunterliegenden waagrechten Kästchen einzutragen. So geht es weiter, bis das Blatt voll ist.

Natürlich gilt auch in dieser Phase die Regel: **KEINE KRITISCHEN ÄUSSERUNGEN!**

8. Die ausgefüllten Blätter werden an der Wand aufgehängt.

9. Punktebewertung: Alle Teammitglieder lesen die Ideensammlung auf den Blättern durch und markieren 3-5 Ideen (je nach Anzahl Vorschlägen), die sie besonders originell und zur Weiterentwicklung interessant finden, mit einem Punkt.

10. Die Vorschläge mit den meisten Punkten werden diskutiert und weiterentwickelt.



**Raster für Ideensammlung auf A4 oder A3 Blatt übertragen.**

Hier trägt das 1. Teammitglied seine drei Ideen ein.



Hier entwickelt die linke Nachbarin die Ideen des ersten Teammitgliedes weiter.



Problemstellung:		
Idee 1 des 1. Teammitglieds	Idee 2 des 1. Teammitglieds	Idee 3 des 1. Teammitglieds
Weiterentwicklung der Idee 1 durch das 2. Teammitglied	Weiterentwicklung der Idee 2 durch das 2. Teammitglied	Weiterentwicklung der Idee 3 durch das 2. Teammitglied
usw.	usw.	usw.



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Aktionen müssen gut geplant sein!

Keine unüberlegten Schnellschüsse! Eine Aktion muss erst geplant und gut organisiert sein.

Ihr stellt euch am besten folgende Fragen:

### WER

ist alles im Aktionsteam mit dabei?  
Wer macht was bis wann?

### WAS

ist das Ziel der Aktion?

### WEN

wollen wir mit unserer Aktion erreichen?

### WANN

ist der beste Zeitpunkt für eine Aktion?  
Wie lange soll die Aktion dauern?

### WO

ist der beste Platz für die Aktion?

### WIE

treten wir auf?  
Sympathisch, lustig, kämpferisch, drohend?

### WOMIT

machen wir die Aktion?  
Welche Mittel brauchen wir? Was muss organisiert werden?

#### Wichtig:

Profitiert von anderen Ideen. Teilt eure Erfahrungen mit anderen. Benützt dazu auch das «Forum» auf der Website [www.kids-for-the-alps.net](http://www.kids-for-the-alps.net).

Hängt diesen «Aktionsplaner» für alle gut sichtbar an die Wand, so dass ihr die wesentlichen Fragen immer vor Augen habt und ihr euch daran orientieren könnt.



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Checkliste für öffentliche Aktionen

### Thema

- Das Thema ist gewählt
- Die Kernbotschaft ist formuliert
- Es ist genug Material und Knowhow vorhanden, um an die Öffentlichkeit zu treten
- Alle Ausführungen sind klar, knapp und gut verständlich

### Zielpublikum

- Es ist klar, wen wir erreichen wollen
- Wir wissen, wie wir unser Zielpublikum erreichen können

### Ort

- Wir haben einen geeigneten Raum für unsere Veranstaltung gefunden
- Wir wissen, wer wie informiert werden muss

### Personelles

- Es ist klar, wer was zu welcher Zeit macht
- Ein detaillierter Ablaufplan ist erstellt und verteilt
- Alle beteiligten Personen sind eingeladen und informiert
- Die Medienschaffenden sind benachrichtigt
- Eine kompetente Ansprechperson für alle Beteiligten ist bestimmt

### Planung

- Ein günstiges Datum ist gefunden (keine parallelen Grossereignisse)
- Alle Räume sind reserviert und überprüft, ob alles vorhanden ist
- Alles nötige Material ist organisiert, überprüft und geordnet.
- Die Finanzierung ist geregelt.
- Es ist klar, wofür allfällige Einnahmen verwendet werden
- Die Einladungsunterlagen sind fertig gestaltet
- Eine unbeteiligte Person hat überprüft, ob alles draufsteht: WER? organisiert WAS? WANN? WARUM? für WEN?
- Die Einladungsunterlagen sind rechtzeitig verschickt oder verteilt worden

### Ablauf der Veranstaltung

- Es ist klar
- wer die Anwesenden begrüsst
- wer kurz einleitet
- wer Erklärungen abgibt
- wer darauf achtet, dass die Referenten und Referentinnen ihre Redezeit einhalten
- wer Fragen beantwortet
- wer die Anwesenden verabschiedet

### Nachbereitung

- Wir wissen, wie wir den Anlass auswerten wollen (z.B. Zeitungsbericht)



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Mit Medien arbeiten wie Profis

Medienarbeit ist für eure Anliegen sehr hilfreich und macht erst noch Spass – wenn ihr sie richtig plant und sauber durchzieht.

### **Worüber berichten die Medien am liebsten?**

Medien wollen originelle, tolle Actions, wo es etwas Aussergewöhnliches zu sehen, zu hören, zu schmecken, zu bestaunen gibt. Es gilt die Regel: Je aussergewöhnlicher die Action, desto grösser das Interesse der Medienschaffenden.

### **Wie müsst ihr Vorgehen?**

Medienschaffende sind gestresste Leute. Darum müsst ihr ihnen helfen, ihren Job zu euren Gunsten zu erledigen, **indem ihr ...**



#### **... Einladungen rechtzeitig verschickt**

Die Einladung für einen Anlass muss ein bis zwei Wochen im Voraus schriftlich (per Post oder Mail) verschickt werden. In der Einladung muss zumindest das WasWerWannWo Warum und eine Kontaktmöglichkeit (Telefonnummer!) stehen. Etwa vier Tage vor dem Anlass nochmals telefonieren und nachfragen – Mediendossier mit Medienmitteilung anbieten.



#### **... eine Medienmitteilung verfassen und zwar folgendermassen**

- Sauber auf dem PC geschrieben
- Nicht länger als ein A4-Blatt (Zeilenabstand 1.5)
- Knackiger Titel
- Das «WasWerWannWoWarum» an den Anfang stellen (Lead)
- Direkte Zitate von Aktionisten und Aktionistinnen einbauen
- Forderungen genau formulieren
- Kontaktnummer (muss unbedingt und jederzeit in Betrieb sein) angeben
- Webpage, wenn vorhanden.



#### **... ein Mediendossier zusammenstellen**

Ins Mediendossier packt ihr das wichtigste Informationsmaterial.

- Medienmitteilung
- Hintergrundinfos
- Foto(s)



#### **... die Medienschaffenden gut betreuen**

Wenn die Medienschaffenden bei der Aktion auftauchen, müsst ihr euch um sie kümmern.

- Einen Medienverantwortlichen bestimmen, der sich Zeit nimmt
- Mediendossier aushändigen
- Interview-PartnerInnen vermitteln
- Fotomöglichkeit schaffen



KIDS  
FOR THE  
ALPS



### ... eine Medienkonferenz organisieren

Wenn sich mehrere Medien anmelden, dann könnt ihr eine kleine Medienkonferenz organisieren. Achtung: ungestörten Ort suchen. Nicht länger als eine Stunde.

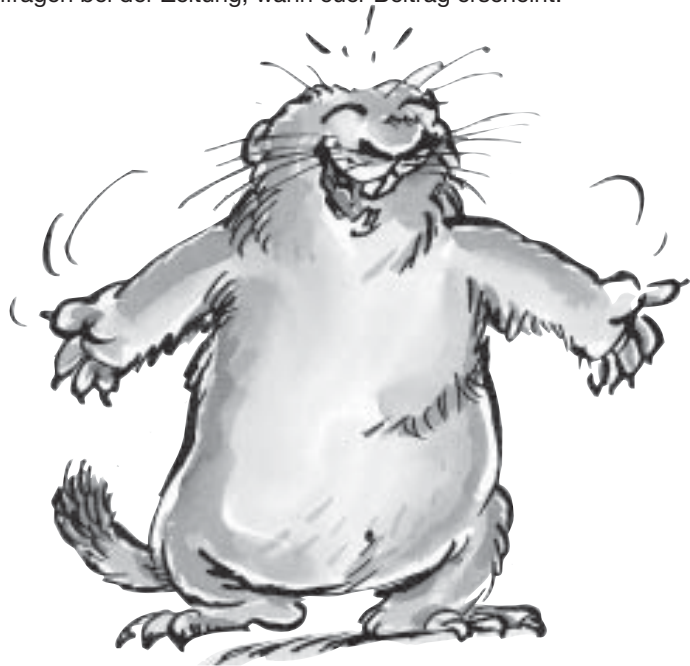
- Begrüssung durch den Verantwortlichen, der die Medienkonferenz leitet
- Kurze (!), gut vorbereitete und persönliche Reden zum Thema – nicht ablesen!
- Forderungen wenn nötig illustrieren (Hellraumprojektor, Beamer)
- Möglichkeit für Fragen geben
- Dank, Verabschiedung und Angebot, für Fragen weiterhin zur Verfügung zu stehen



### ... und wenn sich trotz allem keine Medienschaaffenden zeigen ...

verfasst ihr selber einen Text. Vorher telefonieren hilft die Chancen für eine Veröffentlichung zu verbessern. Viele kleinere Zeitungen haben zu wenig Journalistinnen und Journalisten, um jeden Anlass zu besuchen, darum lohnt sich diese Arbeit.

- Unbedingt ein Foto oder mehrere mit korrekter Bildlegende (auch die Namen, v.l.n.r.) beilegen. Artikel mit guten Bildern werden eher abgedruckt und auch besser gelesen!
- Nachfragen bei der Zeitung, wann euer Beitrag erscheint.



### ... und wenn das Fernsehen kommt ...

Zähne putzen, die Nerven nicht verlieren, kurze, knackige und sympathische Statements.



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Was ich als Journalistin und Journalist unbedingt wissen muss!

### • Bevor ihr euch in die journalistische Arbeit stürzt ...

lohnt es sich, einige Zeitungen und Zeitschriften etwas genauer unter die Lupe zu nehmen, euch folgende Fragen zu stellen und die Antworten gemeinsam zu diskutieren:

- Welche Zeitschriften oder Artikel gefallen mir?
  - Welche Beiträge lese ich gerne?
  - Was gefällt mir nicht?
  - Was würde ich nie lesen?
  - Warum gefällt mir eine Zeitschrift oder ein Artikel?
  - Warum lese ich gewisse Artikel oder Zeitungen nie?
  - Wie steige ich in einen Artikel ein? Was lese ich als erstes, als zweites...
- Bitte begründet eure Antworten möglichst genau!

### • Nachdem ihr jetzt sicher schon einiges über die journalistische Arbeit gelernt habt, wollen wir euch noch einige handfeste Tipps verraten:



Wenn ihr einen journalistischen Text verfasst, überlegt euch, welche Textsorte sich dafür besonders eignet.

#### In Zeitungen und Zeitschriften findet ihr grundsätzlich folgende «Textsorten»

- **Nachricht** Kurze Informationen, was aktuell passiert ist
- **Bericht** Sachliche Schilderung, was passiert ist
- **Reportage** Erzählung, was der Autor selber gesehen, gehört, gerochen und gefühlt hat
- **Interview** Jemand wird befragt und gibt Auskunft
- **Portrait** Eine Person oder Personengruppe wird vorgestellt
- **Kommentar** Der Verfasser des Textes sagt seine eigene Meinung zu einem Ereignis, zu einem Sachverhalt oder zu einer Person
- **Leserbrief** Leserinnen und Leser äussern ihre persönliche Meinung
- **Comics**
- **Witze, Humor**
- **Werbung** Gehört nicht zum redaktionellen Teil, wird bezahlt



Alle längeren Texte solltet ihr nach folgendem Schema aufbauen:

- **Titel** originell, interessant, muss zum Weiterlesen anregen
- **Lead (fett)** Einführung in den Text, spannende Zusammenfassung aller wichtigen Informationen
- **Text mit Zwischentiteln** Alles Wichtige steht am Anfang, weniger Wichtiges und Details stehen am Schluss, spannend und interessant zu lesen, mit Zwischentiteln gut gegliedert



KIDS  
FOR THE  
ALPS



Mit den folgenden 6 W-Fragen könnt ihr kontrollieren, ob eure Texte alle nötigen Informationen enthalten:

- **WER** war beteiligt, wer handelte, wer war betroffen?
- **WAS** geschah?
- **WANN** geschah etwas?
- **WO** geschah etwas?
- **WIE** geschah etwas?
- **WARUM** geschah es, was waren die Gründe und Ursachen?

Die Reihenfolge der 6 W richtet sich nach der Wichtigkeit der Aussage. Manchmal fehlen einige Angaben, wenn diese als allgemein bekannt vorausgesetzt werden können.



Wichtig ist zu wissen, was die Augen tun – ohne dass ihr das bewusst steuert – wenn ihr einen Zeitungsartikel lest:

1. Schaut ihr das **Bild** an
2. die **Legende zum Bild**
3. den **Titel**
4. den **Lead** (Einführung in den Text) – und wenn es euch immer noch interessiert
5. den Artikeltext oder mindestens die Zwischentitel



Sollen eure Texte also tatsächlich gelesen werden, lohnt es sich darum unbedingt, sie mit gutem Bildmaterial zu illustrieren. Es eignen sich dazu:

- **Fotos**
  - **Zeichnungen** und **Skizzen**
  - **Diagramme** und **Tabellen**
- Vergesst die **Legenden** nicht!



... und zum Schluss noch einige Punkte, mit denen ihr überprüfen könnt, ob ihr gute journalistische Arbeit geleistet habt

- Sind die Texte gut **verständlich**?
- Sind sie **spannend** zu lesen?
- Sind sie **mit Zwischentiteln gut gegliedert**?
- Steht alles **Wichtige am Anfang**, das weniger Wichtige und die Details am Schluss?
- Sind die Texte **vollständig** oder fehlen wichtige Informationen? (6 W-Fragen)
- Ist der **Titel gut gewählt**? Werde ich neugierig auf den Artikeltext?
- Ist im **Lead alles Wichtige zusammengefasst**? **Macht er neugierig**, den ganzen Text zu lesen?
- Ist das **Illustrationsmaterial** (Fotos, Zeichnungen, Grafiken etc.) **gut gewählt**?
- **Fehlen** noch **Illustrationen**?
- Haben alle Illustrationen eine **Legende**?



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Wir machen einen Wassernewsletter

### Was ist ein Newsletter?

Ein Newsletter ist, wie der Name sagt, ein Brief mit Neuigkeiten, der an Interessierte verteilt wird. Er erscheint einmal oder mehrmals und enthält aktuelle und wichtige Informationen über ein Projekt, eine Firma, eine Schule etc. In einem Wassernewsletter könnt ihr also den Leuten in eurer Gemeinde berichten was ihr macht, was ihr herausgefunden habt, welche Aktionen ihr plant,...

### Bevor die Redaktionsarbeit beginnt ...

lest ihr mit Vorteil «Was ich als Journalistin und Journalist unbedingt wissen muss» (siehe Seite 8 und 9). Es lohnt sich!

### Erste Redaktionssitzung

- **Themenauswahl**
  - Im Redaktionsteam werden die Themen des Newsletters gemeinsam festgelegt und verteilt.
  - Wie soll der Newsletter heissen? Ein pfiffiger Namen wird gesucht (z.B. mit einer Kreativitätstechnik, siehe Seite 2 und 3)

### Die Recherchenarbeit beginnt...

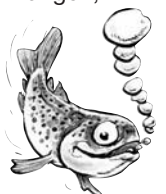
- **Die RedaktorInnen tragen möglichst viel Material zu ihrem Thema zusammen:**
  - indem sie auf dem Internet recherchieren
  - FachexpertInnen befragen
  - Zeitungsartikel und Medienmeldungen sammeln
  - sich Fachliteratur aus Bibliotheken beschaffen
  - Fachstellen anfragen

### Eine erste Skizze entsteht ...

- **Nachdem genügend Material zum gewählten Thema vorhanden ist, machen die Redaktoren eine erste Skizze ihres Beitrages. Sie sollte Stichworte beinhalten:**
  - zum Inhalt (Was soll der fertige Text alles beinhalten?)
  - zur Textsorte (Siehe Seite 8 «Was ich als Journalistin, als Journalist unbedingt wissen muss»)
  - zu den geplanten Illustrationen (Mit welchen Bildern, Zeichnungen, Grafiken, Diagrammen soll der Beitrag illustriert sein)

### Zweite Redaktionssitzung

- **Die Skizzen der Beiträge werden vorgestellt und diskutiert.**
  - Es ist darauf zu achten, dass keine Doppelspurigkeiten vorkommen.
  - Die definitiven Inhalte des Newsletters werden gemeinsam festgelegt und die Weiterarbeit geplant:
    - Wer schreibt die Textentwürfe?
    - Wer korrigiert die Texte?
    - Wer führt die Interviews?
    - Wer erarbeitet oder beschafft das Illustrationsmaterial (Fotos, Zeichnungen, Grafiken, Diagramme)?





### Die journalistische Textarbeit beginnt ...

- **Die Redaktorinnen und Redaktoren schreiben ihre Beiträge und stellen das Illustrationsmaterial zusammen.**

### Dritte Redaktionssitzung



#### **Aufgepasst!**

Das ist ein wichtiger Arbeitsschritt! Klar verständliche und spannende Texte zu schreiben

ist harte Arbeit – auch für Profijournalisten. Seid darum nicht zu schnell zufrieden mit euren Texten – wenn ihr wollt, dass eure Beiträge gelesen werden. Langweiliges und Unverständliches landet sehr schnell im Papierkorb!

- **Die fertig entworfenen Beiträge und das Illustrationsmaterial werden vorgestellt, diskutiert und nach folgenden Kriterien überprüft:**

- Sind die Texte gut verständlich?
- Sind sie spannend zu lesen?
- Sind die Texte vollständig oder fehlen wichtige Informationen?
- Ist der Titel gut gewählt? Werde ich neugierig auf den Artikeltext?
- Ist im Vorspann (Lead) alles Wichtige zusammengefasst? Macht er neugierig, den ganzen Text zu lesen?
- Ist das Illustrationsmaterial (Fotos, Zeichnungen, Grafiken etc.) gut gewählt? Fehlen noch Illustrationen?

### Jetzt beginnt die journalistische Feinarbeit ...

- **Aufgrund der kritischen Rückmeldungen** überarbeiten die Redaktorinnen ihre Beiträge so lange, bis sie den journalistischen Textkriterien entsprechen.

### Vierte Redaktionssitzung

- **Die Reihenfolge der Beiträge im fertigen Newsletter wird festgelegt und die Layoutarbeit (Gestaltung) geplant.**

### Der Newsletter nimmt Gestalt an ...

- **Je nach Vorkenntnissen und der zur Verfügung stehenden technischen Hilfsmittel gibt es in dieser Arbeitsphase verschiedene Varianten:**

- **Layout mit Computern,** ausgerüstet mit Scanner und Satz- und eventuell einfachem Bildbearbeitungsprogramm (z.B Word, Appel Works oder Claris Works). Text- und Bildmaterial wird elektronisch erfasst und die Zeitschrift mit einem einfachen Layoutprogramm gestaltet.
- **Layout mit Schere und Leim** Die Texte werden mit dem Computer erfasst und ausgedruckt oder sauber von Hand geschrieben. Zusammen mit dem Illustrationsmaterial werden die Artikel auf Papierbogen (A3 oder A4) montiert.

### Fünfte Redaktionssitzung

- **Produktion und Verteilung des Newsletters werden besprochen und geplant**

- **Produktion:** Es gibt folgende Möglichkeiten, einen Newsletter zu produzieren
  - Computerausdrucke
  - Fotokopieren
  - Offsetdruck durch eine regionale Druckerei



KIDS  
FOR THE  
ALPS

Es lohnt sich auf jeden Fall abzuklären, ob eine regionale Druckerei bereit ist, als Sponsorleistung den Newsletter gratis zu drucken. Anderfalls können anfallende Kosten auch über Inserate oder einen Verkauf des Newsletters finanziert werden.

- Verteilung:
  - Wer soll den Newsletter erhalten?
  - Schülerinnen und Schüler
  - Eltern
  - Schulbehörde
  - Politikerinnen
  - etc.
  - Wo soll er verteilt werden?
  - Schulhaus
  - Markt
  - Einkaufsläden
  - etc.

Endlich ist es soweit ...

- **Der Newsletter wird gedruckt und verteilt**

Sechste Redaktionssitzung

- **Kritischer Rückblick**

Gemeinsam werden folgende Fragen besprochen:

- Wie hat mir die Arbeit gefallen?
- Was war gut, was schlecht?
- Wie war die Zusammenarbeit im Team?
- Wie gefällt mir der fertige Newsletter?
- Was ist sehr gut gelungen?
- Was könnte man noch verbessern?
- Wie hat der Newsletter den Leserinnen und Lesern gefallen?
- Gab es Lob oder Kritik?
- Was würden wir bei einem nächsten Projekt anders machen?



**Wir wünschen euch viel Spass und Erfolg bei eurer Redaktionsarbeit – und schickt uns doch auch ein Exemplar eures Newsletters!  
Herzlichen Dank!**



KIDS  
FOR THE  
ALPS

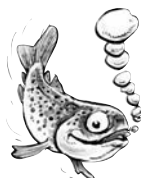


## Kontakt mit der Gemeinde

Die Recherchenarbeiten sind abgeschlossen, die Checkliste ist ausgefüllt, der Bericht ist verfasst und der Forderungskatalog aufgestellt...

### ... dann könnt ihr jetzt folgendermassen vorgehen

- **ihr schreibt einen Brief an den Gemeindepräsidenten, -präsidentin**, mit Kopie an alle Gemeinderatsmitglieder. Die Adressen der Ratsmitglieder bekommt ihr auf eurer Gemeindeverwaltung (Einen Musterbrief findet ihr auf Seite 14).
- **ihr fragt für einen Gesprächstermin nach**  
Schnell einen Gesprächstermin mit einer kompetenten Person (z.B. Stadtpräsident, Bürgermeisterin) zu bekommen, ist manchmal nicht einfach. Die Devise lautet: Sich nicht abwimmeln lassen, beharrlich sein, höflich aber bestimmt darauf aufmerksam machen, dass es sich um eine wichtige und dringliche Angelegenheit handelt – und nicht aufgeben, bis ihr einen Gesprächstermin bekommen habt!
- **ihr bereitet euch auf das Gespräch vor, indem ihr**
  - die Forderungen und Argumente präzise und knapp formuliert
  - eine Delegation (max. 3 Vertreterinnen und Vertreter) bestimmt
  - klar festlegt, wer was sagt (Vorstellung, Forderungen, Begründungen) und wer Notizen macht
  - eure Aussagen, Forderungen und Begründungen gut dokumentiert, eventuell mit Hilfsmitteln wie Flip Chart, Plakate, Folien, Power Point etc.
  - den Gesprächsablauf in einem Rollenspiel vorgängig trainiert
- **ihr führt das Gespräch**
  - stellt euch kurz vor
  - formuliert knapp und gut verständlich eure Anliegen und begründet sie
  - hört aufmerksam zu was die Gemeindevertreterinnen darauf antworten
  - fragt so lange nach, bis sie auf alle eure Anliegen eingegangen sind und ihr alles verstanden habt
  - macht vom Gespräch Notizen
  - lasst euch nicht abwimmeln, bevor klar ist, wie es jetzt ganz konkret weitergeht
- **nach dem Gespräch**
  - informiert ihr euer Team über Ablauf und Inhalt
  - diskutiert ihr die Aussagen der Gemeindevertreterinnen
  - plant ihr das weitere Vorgehen
- **zum Beispiel könnt ihr**
  - für eure Anliegen lobbyieren, indem ihr prominente Personen sucht, die sich für eure Forderungen einsetzen
  - die Medien über die Ergebnisse des Gesprächs informieren (siehe Seiten 6 und 7)
  - weitere Gespräche führen mit einzelnen Gemeinderatsmitgliedern
  - eine Podiumsdiskussion mit Politikerinnen und Politikern organisieren



Viele weitere Ideen findest du auf Seite 24 - 29!

Gruppenname  
Name einer Kontaktperson  
Adresse  
PLZ Ort  
Telefon  
E-mail



Bürgermeisterin  
Adresse  
PLZ, Ort

Ort, Datum

## **Betreff: Vorstellung eines Renaturierungsprojektes und einer Wassersparkampagne**

Sehr geehrte Frau Bürgermeisterin  
Sehr geehrte Gemeinderätinnen und Gemeinderäte

Im Rahmen der grossen WWF Alpenkampagne «Kids for the Alps – Befreie deinen Fluss» beschäftigen wir uns seit einiger Zeit intensiv mit dem Thema «Wasser». Mit verschiedenen Tests und einer umfangreichen Checkliste haben wir den Wasserverbrauch in unserer Gemeinde sowie den Zustand unserer Gewässer genauer unter die Lupe genommen. Eine Zusammenfassung unserer Nachforschungen finden Sie in der Beilage.

In unseren Recherchenarbeiten haben wir bezüglich des Zustands unserer regionalen Flüsse und Bäche folgendes festgestellt:

- Der Fluss X ist im Streckenabschnitt Y in seinem natürlichen Lauf durch massive Uferverbauungen stark behindert.
- Dasselbe gilt für den Fluss A im Streckenabschnitt B und für den Bach C und D.

Unsere Nachforschungen haben deutlich gezeigt, dass diese Fluss- und Bachkorsetts nicht nur unnötig sind, sondern die Biodiversität (Artenvielfalt) unserer Region ernsthaft bedrohen, die Wasserqualität beeinträchtigen und ein ungeignetes Mittel gegen Hochwasser sind.

Aus folgenden Gründen fordern wir darum eine Renaturierung der oben genannten Fluss- und Bachläufe, denn

- ein frei fliessendes Gewässer bietet einer reichen einheimischen Flora und Fauna einen idealen Lebensraum.
- die natürliche Vegetation und die Auen unverbauter Bach- und Flussläufe sind sehr wirkungsvolle Puffer und Bremsen gegen Hochwasser.
- natürliche Fluss- und Bachlandschaften sind nicht nur für die einheimische Bevölkerung ein idealer Erholungsraum.
- ein renaturierter Fluss oder Bach bildet eine wirksame Barriere für Verschmutzungen und sorgt dafür, dass unser Trinkwasser sauber bleibt.
- nicht zuletzt können Kosten für teure Unterhaltsarbeiten an Fluss- und Bachverbauungen eingespart werden.

Weiter haben unsere Recherchen gezeigt, dass auch unser Wasserverbrauch sich mit einfachen Mitteln massiv reduzieren lässt.

Wir fordern darum:

- dass alle öffentlichen Gebäude mit wassersparenden Einrichtungen ausgestattet werden.
- dass in einer Kampagne die Bevölkerung darüber informiert wird, wie im Haushalt Trinkwasser eingespart werden kann.

Detaillierte Ausführungen, Begründungen und Projektideen zu allen Forderungen finden Sie in den Beilagen.

Mit Spannung erwarten wir Ihre Antwort. Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

Unterschrift der Kontaktperson  
Für das Team XY

Beilagen:

- Zusammenfassung der Ergebnisse des Checks «Wie wasserfreundlich ist deine Gemeinde»
- Detaillierter Forderungskatalog mit Begründungen und Projektideen



## Wir machen einen «Wassergenerationenvertrag»

### Ein «Wassergenerationenvertrag» ist eine tolle Sache!

denn mit einem solchen Vertrag verpflichtet ihr eure Gemeinde, mit Trinkwasser so umzugehen, dass auch die kommenden Generationen diese kostbare Ressource noch in ungeminderter Qualität und Quantität geniessen können.



### Für einen «Wassergenerationenvertrag» braucht es drei Dinge:

1. Eine Gruppe Menschen (z.B. eine Schulklasse, eine Jugendgruppe, ein Wasseractionteam...).
2. Das gemeinsame Interesse, mit Wasser so umzugehen, dass auch künftige Generationen noch sauberes Trinkwasser als wichtigstes Lebensmittel geniessen können.
3. Genügend Kenntnisse und Facts rund ums Thema «Wasser».



### Sind diese drei Dinge erfüllt, geht es ans Schreiben des Vertragswerks

Ein Generationenvertrag ist eine Grundsatzerklärung, ein Dokument, in dem zwei Vertragsparteien, in unserem Fall sind das die Kinder und die VertreterInnen der Gemeinde, festhalten

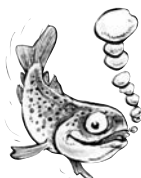
- weshalb ein bestimmtes Thema besonders wichtig ist
- welches Ziel erreicht werden soll
- wer die Vertragsparteien sind
- wozu man sich deshalb verpflichtet.

In der so genannten «**Präambel**» wird erläutert, was die Idee hinter dem Generationenvertrag ist. Die Prämbel ist eine Art Vorwort oder Einleitung

Danach folgen die einzelnen **Paragrafen** (EU-Länder) oder **Artikel** (CH) des Vertrages, das sind die einzelnen Kapitel.

Am Ende des Vertragstextes wird notiert, **wann und wo** der Vertrag unterzeichnet wurde und alle **Vertragspartnerinnen** unterzeichnen den Vertrag von Hand. Es braucht deshalb unbedingt zwei Dokumente, damit beide Vertragsparteien ein Exemplar mit handschriftlichen Unterschriften bekommen!

Natürlich sollt ihr euren Vertrag selber entwerfen, schliesslich müsst ihr selber bestimmen, was euch in eurer Gemeinde besonders wichtig ist. Damit ihr aber ein Muster habt, in welche Richtung dies gehen könnte, haben wir uns ein Beispiel ausgedacht. Ihr findet es auf Seite 18.



**Als nächsten Schritt vereinbart ihr einen Termin mit einer verantwortlichen Person in eurer Gemeinde- oder Stadtverwaltung**, am besten mit dem Gemeindepräsidenten oder der Bürgermeisterin. Lasst euch nicht abwimmeln. Macht höflich, aber bestimmt



KIDS  
FOR THE  
ALPS

darauf aufmerksam, dass ihr ein wichtiges Anliegen habt, das ihr persönlich mit einer verantwortlichen Person besprechen wollt.

### **Bereitet euch auf dieses erste Treffen gut vor**

Gemeindepräsidentinnen und -präsidenten haben meist einen übervollen Terminkalender und darum nur wenig Zeit. In einer kurzen, informativen und eindrücklichen Präsentation müsst ihr darum klar darlegen können:

- Wer ihr seid
- Was ihr genau wollt
- Was ein «Wassergenerationenvertrag» ist
- Was der Vertrag, kurz zusammengefasst, beinhaltet
- Warum für euch die Unterzeichnung eines solchen Vertrages sehr wichtig ist

### **Fasst in einem übersichtlich gestalteten Papier**

alle wesentlichen Punkte (inkl. Name und genaue Adressangaben einer Kontaktperson) schriftlich zusammen.

### **Benutzt für eure Präsentation Hilfsmittel wie**

- Flip Chart
  - Plakate
  - Power Point
  - Folien
- etc.

auf denen ihr wichtige Punkte mit Bildern, Grafiken, Tabellen und Skizzen anschaulich darstellt. **Stellt unbedingt vorgängig sicher**, dass die entsprechenden technischen Hilfsmittel am Ort der Präsentation vorhanden sind.



### **Das erste Treffen**

- Präsentiert eure Anliegen.
- Überreicht den Wassergenerationenvertrag mit der schriftlichen Zusammenfassung eurer Präsentation.
- Hört aufmerksam zu, was die verantwortliche Person der Gemeindeverwaltung auf eure Anliegen antwortet.
- Notiert die wesentlichen Punkte des Gesprächs.
- Fragt beharrlich nach, wenn ihr etwas nicht versteht.
- Lasst euch genau erklären, wie es nun weitergehen soll.



### **Nach dem ersten Treffen**

- Diskutiert die Reaktion der Gemeindeverwaltung.
- Plant die weiteren Arbeiten.

### **Falls die Gemeinde mit euch keinen Vertrag abschliessen will**

- Lobbiiert für euer Anliegen, indem ihr z.B.
- für euer Anliegen Unterschriften sammelt



KIDS  
FOR THE  
ALPS

- prominente Personen sucht, die euch unterstützen
- einen Bericht für die lokalen Medien schreibt
- einen Infostand macht
- weitere Möglichkeiten findest du unter Ideen von „A bis Z“

**Falls die Gemeinde mit euch einen Vertrag abschliessen will,**

- überarbeitet ihr den Vertragstext, bis beide Parteien damit einverstanden sind
- fertigt ihr zwei schön gestaltete Exemplare des fertigen Vertrages an
- bereitet ihr die offizielle Unterzeichnung vor (nicht vergessen: Medien einladen, alle Beteiligten einladen, das Kids for the Alps-Team einladen und ein Fest organisieren)





KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Wassergenerationenvertrag zwischen der Gemeinde Wasserfall und den Kindern der Schule Am Wasser

**Deshalb machen wir einen  
Generationenvertrag**

**Präambel**  
Die Erwachsenen von heute entscheiden durch ihren Umgang mit den Ressourcen dieser Erde über die Lebensqualität der Erwachsenen von morgen. Daraus ergibt sich die Pflicht, heute so zu leben, dass die Kinder von morgen und übermorgen auch noch in einer Umwelt leben, in der sie die Möglichkeit haben, ihre Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.

**Wir erklären, dass wir mit der Präambel  
einverstanden sind**

**1.**

Wir erklären hiermit, dass wir anerkennen, dass jede Generation die Verpflichtung hat, nicht auf Kosten zukünftiger Generationen zu leben.

**Wir erklären, zu welchem Thema wir  
einen Vertrag machen wollen**

**2.**

Wir erklären hiermit, dass wir anerkennen,  
- dass Wasser unersetzlich und lebensnotwendig ist.  
- dass im Alpenraum den Fließgewässern bei der Erhaltung einer zukunftsfähigen Umwelt eine zentrale Rolle zukommt.  
- dass die Stadt Wasserfall auf den Zustand der Gewässer auf ihrem Gemeindegebiet Einfluss nehmen kann und will.

**Wir erklären, wer hier mitmacht**

**3.**

Die Kinder der Schule Am Wasser schliessen deshalb mit der Stadt Wasserfall diesen Vertrag. Die Vertragspartnerinnen und -partner verpflichten sich durch ihre Unterschrift, sich in ihrem Einflussbereich tatkräftig für die Erhaltung der Fließgewässer einzusetzen und die Wassersysteme der Alpen als Erbe für zukünftige Generationen anzuerkennen und entsprechend verantwortungsbewusst damit umzugehen.

**Wir erklären, wozu wir uns verpflichten**  
Ein Generationenvertrag kann auch ganz konkrete Dinge enthalten, kann aber auch ganz allgemein bleiben wie in Artikel 3

**4.**

Als sichtbares Zeichen dafür, dass uns dieser Vertrag wichtig ist, verpflichten wir uns heute für ein gemeinsames Projekt:  
Die Stadt Wasserfall verpflichtet sich, den Bach hinter der Schule Am Wasser spätestens per Ende März 2007 zu revitalisieren.  
Die Schule Am Wasser verpflichtet sich, bei dieser Revitalisierung mitzuarbeiten und das Einweihungsfest zu gestalten.

**Es können auch andere wichtige Personen aus der Gemeinde unterschreiben,**  
z.B. der Leiter der Wasserwerke, der Präsident des Bauernverbands etc.

Wasserfall, im März 2005

Für die Stadt Wasserfall: Die Bürgermeisterin/ Der Gemeindepräsident

Für die Schule Am Wasser: Die Lehrpersonen, Die Kinder



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Zukunftswerkstatt

nach Robert Jungk

### Was ist eine Zukunftswerkstatt?

Unser Leben, unsere Arbeit, unsere Zukunft wird als weitgehend fremdbestimmt durch Politik, Wirtschaft, Experten, Juristen, etc. empfunden.

Aus dieser Erkenntnis entwickelten Robert Jungk und seine Mitarbeiter 1970 die Methode der Zukunftswerkstatt. Sie soll einer breiten Bevölkerung ermöglichen, ihre Ideen, Kritiken und Anregungen zu einem gewählten Thema einzubringen.

Ziel der Zukunftswerkstatt ist es, gemeinsam mit den Direktbetroffenen Ideen für die Zukunftsgestaltung zu finden und zu realisieren.

### Zukunftswerkstätten

- bringen überraschend vielfältige Ideen und Anregungen.
- eignen sich zur Vertiefung eines Themas und zur Motivation der TeilnehmerInnen («ich bin gar nicht so blöd», «meine Meinung ist gefragt»).
- ermöglichen Personen aller Bildungsgrade und Altersstufen sich einzubringen und mitzureden.
- zeigen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die meist als «EinzelkämpferInnen» ausgebildet worden sind, was in Teamarbeit möglich ist.
- waren Geburtsort vieler aussergewöhnlicher Ideen, aus denen sich grosse Projekte entwickelt haben.

### Was brauchen wir für eine Zukunftswerkstatt?

- mindestens einen, idealerweise drei Tage Zeit
- einen grossen Raum mit viel freien Wandflächen
- Papierbahnen für das Protokoll
- Filzschreiber
- Verpflegungsmöglichkeiten
- eine Person, die das Protokoll führt
- eine Werkstatteleitung
  - sie erklärt den Ablauf und die Spielregeln
  - führt von Phase zu Phase
  - achtet darauf, dass die Spielregeln und die Zeitplanung eingehalten werden
  - und ist gleichzeitig auch Teilnehmerin

### Wie funktioniert die Zukunftswerkstatt?

- Die Zukunftswerkstatt ist in drei Hauptarbeitsphasen gegliedert:
  - die Kritikphase: Was passt uns nicht?
  - die Phantasiephase: Wie sollte es sein, was sind unsere Träume und Wünsche?
  - die Verwirklichungsphase: Was lässt sich verwirklichen, wie packen wirs an?
- Auf einer Wandzeitung wird alles, was gesagt wird, für alle gut sichtbar, protokolliert.



**Die Zukunftswerkstatt eignet sich für Jugendliche ab ca. 14 Jahren. Für jüngere Kinder muss der Ablauf durch den Werkstatteleiter vereinfacht werden.**



KIDS  
FOR THE  
ALPS

### Vorbereitung der Werkstatt

- Der Werkstattraum wird gemeinsam eingerichtet:
  - Wände mit Papier auskleiden für das Wandprotokoll
  - Plenums- und Gruppenarbeitsräume herrichten
  - Buffet mit Verpflegungsmöglichkeiten einrichten
- Die Werkstattleitung
  - erklärt den groben Ablauf und die wesentlichen Spielregeln
  - stellt sicher, dass die Problemstellung der Werkstatt richtig gewählt wurde und tatsächlich alle Beteiligten interessiert.
- Alle Beteiligten stellen sich kurz vor.



## 1. Kritikphase

**Ziel:** Wir wissen genau, was uns stört und wo wir anpacken wollen.

### Sammlung von Kritikstichworten auf die Frage:

*Was missfällt uns, was haben wir zu kritisieren?* auf dem Wandprotokoll.

### Selektion der Stichworte durch Punktevergabe:

*Welche Stichworte interessieren uns, welche wollen wir weiterbehandeln?*

Je nach Anzahl Stichworten und Teilnehmerinnen können 5 -10 Stichworte, die weiter behandelt werden sollen, mit einem Punkt markiert werden.

### Kritikthemenkreise bestimmen:

Die Punktebewertung zeigt, welche Kritikpunkte den Beteiligten wichtig sind (hohe Punktzahl = hohe Wichtigkeit). In der Reihenfolge der erreichten Punktzahlen werden die Stichwort nach Oberbegriffen zu Kritikthemenkreisen geordnet.

### Kritikaussagen formulieren:

Zu jedem der Kritikthemenkreise werden, anhand der Stichworte, Kritikaussagen (ganze Sätze!) formuliert.



## 2. Phantasiephase

**Ziel:** Zu den wichtigsten Kritikthemenkreisen sind phantasievolle und originelle Ideen gefunden.

### Die Kritikaussagen werden positiv umformuliert:

Die Kritikaussagen werden so zu Forderungen, zu denen in der Phantasiephase originelle Ideen erarbeitet werden.



KIDS  
FOR THE  
ALPS

### **In der Phantasiephase gelten folgende Spielregeln:**

Alle kreativitäts- und phantasietötenden Verhalten und Äusserungen sind während der ganzen Phantasiephase strengstens verboten, eventuell Strafe festlegen und Liste mit verbotenen Verhaltensweisen aufhängen.

### **Bewertung der Forderungen:**

Die positiv umformulierten Kritikaussagen werden, gemeinsam oder durch Punktevergabe wiederum nach Wichtigkeit bewertet. *Welches sind für mich die wichtigsten Forderungen?*

### **Ideensammlung mit einer Kreativitätstechnik:**

Mit einer Kreativitätstechnik (in der Regel klassisches Brainstorming oder auch anderen Methoden, siehe Seite 2 und 3) werden alle Ideen, und seien sie noch so verrückt, gesammelt. *Wie sieht unsere Ideal-Welt aus, was erträumen wir uns?*

### **Selektion der Phantasiestichworte:**

Je nach Zeit, die zur Verfügung steht, eignen sich dazu verschiedene Methoden.

#### **Schnelles Verfahren:**

- Verständnisfragen klären. Stichworte, die nicht alle verstehen, werden erklärt oder aus der Liste gestrichen
- Punktebewertung (wie bei Kritikstichworten): *Welche Ideen finde ich besonders gut, originell, aussergewöhnlich und können wirklich etwas zum Erreichen der Forderungen beitragen?*
- Alle Stichworte mit keinem oder nur wenig Punkten (gemeinsam festlegen) werden nicht weiter bearbeitet.

#### **Zeitaufwändiges Verfahren:**

- Verständnisfragen klären
- Jedes einzelne Stichwort wird diskutiert: gestrichen, in der Sammlung belassen oder umformuliert.
- Die wichtigsten Stichworte können nochmals Ausgangslage für eine weitere Kreativmethode sein (z.B. Brainwriting)

### **Ordnung schaffen mit Oberbegriffen:**

Die selektionierten Stichworte werden nach Oberbegriffen geordnet. (Es kann von Vorteil sein, dazu die Kritik Themenkreise als Oberbegriffe zu verwenden.)

### **Formulierung der Ideen:**

Zu jedem Oberbegriff werden, anhand der zugeordneten Stichworte, die Ideen formuliert.

### **Utopische Entwürfe:**

In Gruppen werden zu den ausformulierten Ideen so genannte utopische Entwürfe erarbeitet. Die utopischen Entwürfe beschreiben einen Idealzustand. Gesetze, Finanzierungsprobleme etc. existieren nicht. Das Bild ist dabei wichtiger als der Text. Die Idee soll möglichst anschaulich visualisiert sein mit Zeichnungen, Bildern, Grafiken, Collagen, Fotos. Der Text hat nur zweitrangige Bedeutung, z.B. als Beschriftung, Legende etc.



KIDS  
FOR THE  
ALPS



### 3. Verwirklichungsphase

**Ziel:** Wir wissen, wie wir unsere Ideen realisieren können und die ersten Arbeitsschritte sind geplant.

#### Präsentation der utopischen Entwürfe

##### Tabellarische Auswertung:

Alle Ideen werden in einer Tabelle unter dem Titel: «Neue Ideen, Erfindungen, Forderungen» notiert. Je nach Anzahl können die Ideen wiederum durch Punktevergabe selektiert werden. *Welches sind die interessantesten, originellsten Ideen, welche versprechen den grössten Erfolg?*

In einer zweiten Kolonne, mit dem Titel «Massnahmen für die Verwirklichung» werden zu jeder Idee erste konkrete Arbeitsschritte formuliert. *Was muss ich recherchieren, lesen, tun, um meine neue Idee zu realisieren? Wo finde ich Informationen, mit wem muss ich reden, welche ähnlichen Ideen sind schon umgesetzt?*

##### Kritische Überprüfung:

*Was bedeuten für die TeilnehmerInnen die ausgewählten Vorschläge konkret, welche Hindernisse stellen sich mir/uns in den Weg?*

##### Sich für einen Vorschlag entscheiden:

*Woran sollen wir arbeiten, was greifen wir auf, womit fangen wir an? Was will ich konkret tun?*

##### Erste Schritte der Verwirklichung diskutieren:

*Wie macht man sich sachkundig, sollen Arbeitsgruppen gebildet werden, wann treffen sich diese?*

##### Verwirklichungsplan und Massnahmenkatalog aufstellen:

*WAS muss als nächster konkreter Schritt WIE durch WEN, WANN gemacht werden?*  
Anhand dieses Planes werden die nächsten Arbeitstermine und die Verantwortlichen bestimmt.

#### Die Nachbereitung

Die TeilnehmerInnen erhalten ein schriftliches Protokoll mit allen Arbeitsschritten und den weiterführenden Arbeitsplänen, sowie eine Adressliste aller Beteiligten.

#### Permanente Werkstatt

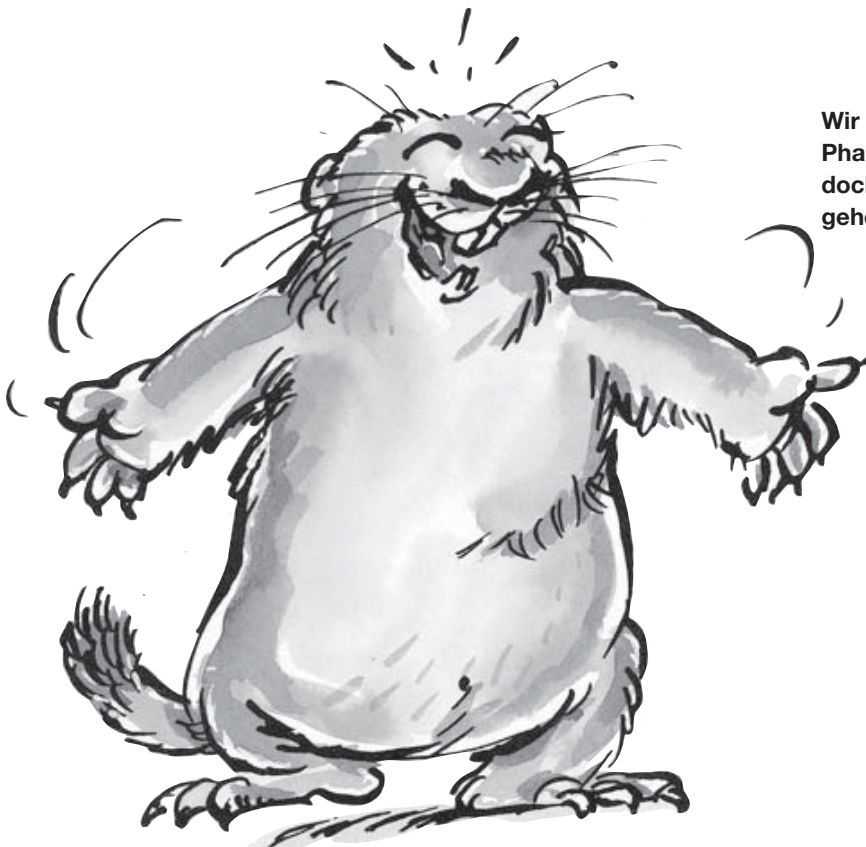
In der Tages- oder auch der Wochenendwerkstatt kann kaum mehr erreicht werden, als das Thema abzuklären (kritische Bestandesaufnahme), ihm Gewünschtes entgegenzusetzen (utopische Vorstellungen) und daraus Ausgangspunkte für Verwirklichungsschritte zu entwickeln.



KIDS  
FOR THE  
ALPS

Belassen es die TeilnehmerInnen nicht bei der einmaligen Sondierung, sondern arbeiten an den gefundenen Lösungsansätzen weiter, dann entsteht eine Permanente Werkstatt.

In diesem Falle kann man später an den gefundenen Lösungsansätzen weiterarbeiten. In kürzeren Anschlussitzungen werden aus den Ergebnissen der Zukunftswerkstatt konkrete und realisierbare Projekte entwickelt.



**Wir wünschen euch viel Spass beim Kritisieren, Phantasieren und Realisieren – und informiert uns doch auch darüber, welche tollen Projekte ihr ausgeheckt habt!**



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Ideen von A - Z

- A**
- Ausstellung** Mit Fotos, Zeichnungen, Videos und Texttafeln dokumentiert ihr den Zustand eurer Bäche und Flüsse und zeigt auf, wo, wie und warum eine Renaturierung Sinn macht und wie man mit einfachen Mitteln Wasser sparen kann.
- Amerikanische Versteigerung** siehe Objekte
- 
- B**
- Briefe schreiben** Schreibt Briefe an die verantwortlichen Personen in eurer Gemeinde, dem Gemeindepräsidenten, der Stadtpräsidentin, den Politikerinnen und Politikern und allen wichtigen Persönlichkeiten, in denen ihr eure Forderungen klar darlegt (Siehe Seite 14).
- Bachreinigungsaktion** Organisiert eine Bachreinigung und befreit euren Bach vom Abfall. Gestaltet mit dem gefundenen Müll auf dem Dorfplatz eine Skulptur und macht bei dieser Gelegenheit Werbung für eure Anliegen und Forderungen.
- Bodenzeitung** Klebt an einem zentralen Ort ein grosses Papier (z.B. 3 mal 3 Meter) mit Krepppapierband (Abdeckband) auf den Boden. Auf dem Papier erklärt ihr in grossen Buchstaben und mit wenig Text euer Anliegen. Das weckt die Aufmerksamkeit der Leute, die vorbeigehen. Ihr könnt die Leute ansprechen und fragen, was ihre Meinung zum Thema ist. Ihr könnt auch gleich auf der Bodenzeitung die Meinungen der Menschen sammeln, die bei euch vorbeikommen (oder ein Brainwriting machen, siehe Seite 3). Dafür braucht ihr ein paar dicke Filzstifte. Vergesst nicht, die Bodenzeitung als Stand bei der Gemeinde anzumelden – und sie am Schluss zu fotografieren!
- 
- C**
- Comics** Zeichnet einen originellen Comic zum Thema «Flussbefreiung». Sucht eine Druckerei, die ihn gratis druckt. Verteilt ihn in der Schule, im Supermarkt, auf dem Wochenmarkt und macht die Bevölkerung auf eure Anliegen aufmerksam.
- 
- D**
- Debatte** Organisiert eine Debatte (Streitgespräch) zwischen bekannten Persönlichkeiten, die sich für die Renaturierung der Bäche und Flüsse eurer Region einsetzen und Personen, die darin keinen Sinn sehen.
- 
- E**
- Erfahrungsaustausch** Sucht Actionteams in anderen Regionen (siehe «Forum» auf der Website [www.kids-for-the-alps.net](http://www.kids-for-the-alps.net)), mit denen ihr eure Erfahrungen austauschen könnt.
- 
- F**
- Flugblatt** Gestaltet ein originelles Flugblatt, das ihr möglichst breit streut.
- 
- G**
- Generationenvertrag** Verfasst einen Generationenvertrag (Siehe Seite 15 - 18) und lasst ihn von möglichst vielen Personen (Gemeindepräsidentin, Wirtschaftsvertreter, Bildungsverantwortlichen etc.) unterschreiben.



<b>H</b>	<b>Hörspiel</b>	Inszeniert ein spannendes und originelles Hörspiel zum Thema «Action für unseren gefangenen Fluss». Fragt das Regionalradio an, ob sie bereit sind, das Hörspiel zu senden.
<b>I</b>	<b>Ideenwettbewerb</b>	Organisiert einen Ideenwettbewerb zum Thema «Wie können wir unsere Flüsse lustvoll retten?» oder «Wer hat die originellsten Ideen zum Wassersparen?» Um den Ideenwettbewerb zu lancieren, macht ihr mit Flugblättern und Flyern, mit Beiträgen in den Lokalzeitungen und im Lokalradio auf die Thematik aufmerksam. Eine Jury namhafter Persönlichkeiten aus der Politik, der Wirtschaft und der Wissenschaft bestimmt die besten eingereichten Ideen. Für die Wettbewerbspreise sucht ihr Sponsoren. In einem grossen «Wasserevent» werden die besten Ideen ausgezeichnet. Nach dem Wettbewerb engagiert ihr euch für die Umsetzung der Ideen.
<b>K</b>	<b>Komponieren</b>	Komponiert eine Wassermusik zum Thema «Freie Flüsse tönen anders!»  Komponiert einen Wasserbefreiungsrap. Produziert davon eine CD. Verkauft sie und braucht den Gewinn für weitere Aktionen.
	<b>Konsum</b>	Untersucht den Wasserverbrauch in eurer Gemeinde: Wer braucht für was wie viel Wasser? Macht die Zahlen öffentlich und propagiert Wasserspartipps.
	<b>Kunst</b>	siehe Objekte
<b>L</b>	<b>Lehrerinnen und Lehrer</b>	Skizziert anhand eurer Recherchenergebnisse einige spannende Projektideen für Flussbefreiungs- und Wassersparactions. Informiert alle Lehrerinnen und Lehrer eurer Gemeinde und versucht sie für eure Ideen zu begeistern.
	<b>Leserinnenbriefe</b>	Informiert die Öffentlichkeit über eure Arbeit regelmässig in Leserinnenbriefen (Siehe Seite 8 und 9)
<b>M</b>	<b>Medien</b>	Vereinbart mit den Redaktorinnen und Redaktoren der regionalen Medien einen Termin. Gerade wenn tolle Actions geplant sind, haben sie offene Ohren und sind in der Regel gerne bereit, euch mit Rat, Tat und auch finanziell zu unterstützen. (Siehe Seiten 6 und 7)
<b>N</b>	<b>Newsletter</b>	Baut eine kleine Redaktion auf und informiert die Öffentlichkeit regelmässig in einem Newsletter über eure Arbeiten, die geplanten Projekte und Aktionen (Siehe Seiten 10-12).
<b>O</b>	<b>Objekte</b>	Gestaltet Objekte zu den Themen Wasser, Wasserverbrauch, Fluss und Bach. Fragt auch regionale Kunstschaffende an, ob sie bereit sind, zur Wasserproblematik ein Kunstwerk zu schaffen. Stellt die Werke aus, z.B. an einem verbauten Bachlauf, auf dem Dorfplatz, im Einkaufszentrum, in der Bank, im Gemeindehaus, auf dem Schulhausplatz ...



KIDS  
FOR THE  
ALPS

Versteigert die Kunstwerke und Objekte in einer «Amerikanischen Versteigerung» (Der Versteigerer stellt auf einem für das Publikum nicht sichtbaren Wecker eine Zeit ein, z.B. drei Minuten. Während dieser Zeit kann das Publikum einen vorgängig festgelegten Betrag, z.B. fünf Franken, bieten. Jeder Bietende muss diesen Betrag sofort bezahlen. Der zuletzt Bietende (Klingelzeichen des Weckers) erhält das Kunstwerk. Mit dem Gewinn der Versteigerung können weitere Wasseractions finanziert werden.

## P

### Podiumsdiskussion

Stellt anhand eurer Recherchenergebnisse Forderungen auf. Diskutiert diese Forderungen in Form einer öffentlichen Podiumsdiskussion mit Politikerinnen, Wirtschaftsvertretern, Umweltwissenschaftlerinnen ...

### Petition

In einer Petition unterstützen angefragte Personen mit ihrem Namen und ihrer Unterschrift die Anliegen einer Gruppe.

Dazu braucht ihr:

- einen Unterschriftenbogen
  - auf dem ihr oben eine oder mehrere klar verständliche und gut begründete Forderungen zur Wasserproblematik in eurer Region formuliert, mit einem darunterstehenden Raster, in dem Name, Vorname, Adresse, PLZ, Ort und Unterschrift eingetragen werden können.
- etwas Mut
  - um die Leute auf der Strasse, im Einkaufszentrum, auf dem Wochenmarkt... anzusprechen und um eine Unterschrift zu bitten
- gute Sachkenntnisse
  - damit ihr bei Rückfragen kompetent Auskunft geben könnt
- viel Geduld und Durchhaltewillen

Je mehr Unterschriften ihr sammeln könnt, desto mehr Gewicht bekommen eure Forderungen und desto grösser sind damit die Chancen, dass sie erfüllt werden.

Nach abgeschlossener Unterschriftensammlung überreicht ihr eure Forderungen, zusammen mit den ausgefüllten Petitionsbögen z.B. der Gemeindepräsidentin. Vergesst dabei nicht die Medien zu orientieren.

### Poster

Gestaltet zu verschiedenen Forderungen originelle Poster, die ihr im Einkaufszentrum, in der Bank, im Gemeindehaus, im Schulhaus, im Naturmuseum, auf dem Marktplatz ... ausstellt.

## Q

### Quiz

Stellt anhand eurer Recherchenergebnisse eine Reihe kniffliger Fragen zusammen und organisiert einen Wasserquizabend, an den ihr Gemeindevertreterinnen, Vertreter politischer Parteien, Lehrerinnen und Lehrer ... einladet.

## R

### Rollenspiel

Studiert einige provokative kleine Szenen zur Wasserproblematik in eurer Gemeinde ein. Spielt diese Szenen im Einkaufszentrum, in der Bankfiliale, auf dem Dorfplatz ... ohne, dass die Passantinnen und Passanten erkennen, dass es sich dabei um ein Rollenspiel



handelt. Provoziert sie durch euer Spiel so, dass sie zu «unwissenden» Mitakteurinnen und Mitakteuren werden. Löst die Spielsituation nach einer gewissen Zeit auf und diskutiert mit den Anwesenden die im Rollenspiel thematisierten Probleme.

## S

### Standaktion

An einem Info-Stand kommt ihr mit verschiedenen Leuten ins Gespräch, die euch Fragen stellen, sich informieren oder vielleicht mit euch über das Thema Wasser diskutieren möchten. Info-Stände machen aber auch Passantinnen und Passanten auf euer Thema aufmerksam, die gar nicht an euren Stand kommen, sondern diesen nur im Vorbeigehen sehen. Übrigens: Wo schon Menschen stehen, kommen bald weitere hinzu! Hier ein paar Tipps, wie ihr möglichst viele Leute auf euren Stand aufmerksam machen könnt.

#### **Gestaltung:**

Der Stand soll auffallen und den Blick der Vorbeigehenden fangen. Dies könnt ihr beispielsweise durch grosse Plakate erreichen, durch Luftballons oder ein Tombolarad.

#### **Standbetreuung:**

Es ist gut, auch auf Leute zuzugehen, die nicht an den Stand kommen, und sie freundlich anzusprechen. Drängt euch aber nicht auf! Übrigens ist es nicht immer einfach, auch nach vielen Stunden hinter dem Stand noch ein fröhliches Gesicht zu machen und engagiert zu diskutieren. Deshalb solltet ihr euch abwechseln. Auf jeden Fall sollten alle, die den Stand betreuen, gut informiert sein und auch kritische Fragen freundlich beantworten können

#### **Infomaterial:**

Es kommt nicht darauf an, möglichst viel Infomaterial auf dem Tisch auszubreiten! Ihr könnt auch auf weitere Infos hinweisen (z. B. auf die Website [www.kids-for-the-alps.net](http://www.kids-for-the-alps.net)) oder Material unter dem Tisch aufbewahren für den Fall, dass jemand mehr wissen möchte. Auf keinen Fall solltet ihr euch hinter einem Berg von Infos und Ausstellungsstücken «verschansen»! Der Tisch sollte übersichtlich und ansprechend gestaltet sein. Info-Stände können dort aufgestellt werden, wo möglichst viele Leute vorbeigehen, etwa in Fussgängerzonen, Einkaufspassagen oder auf einem Markt. Achtung: Häufig muss dazu eine Bewilligung bei der Gemeinde eingeholt werden! Stände können aber auch bei besonderen Gelegenheiten wie Quartier- oder Dorffesten, speziellen Märkten oder Ausstellungen aufgestellt werden.

## T

### Theater

Schreibt eine Fabel (Tiere und Pflanzen können sprechen) zum Thema «Der eingesperrte Fluss wird befreit» und dramatisiert die Geschichte in einem Theaterstück.

### T-Shirt

Bedruckt T-Shirts mit Sprüchen wie «Befreite Flüsse sind schöner!», «Wir lieben unseren Bach», «Wasser ist Leben pur!» ... Benutzt eine Brainstormingmethode (Siehe Seite 2 und 3), um noch viele weitere tolle Sprüche zu finden.

## U

### Uferfest

Organisiert an einem verbauten Bach- oder Flusslauf ein Uferfest, an dem ihr die Bevölkerung informiert, warum es sich lohnt, Bäche und Flüsse zu renaturieren und wie eine renaturierte Landschaft an dieser Stelle aussehen könnte.



KIDS  
FOR THE  
ALPS

<b>V</b>	<b>Video</b>	Wenn ihr selber die nötigen technischen Geräte habt (Kamera, Ton, Licht, Schnittplatz), könnt ihr eine originelle und informative Videodokumentation zum Thema «Wasser» realisieren. Ansonsten überlegt euch, was ihr genau machen möchtet, verfasst eine Drehskizze oder ein Drehbuch, fragt beim Lokal-TV oder einer regionalen Videoproduktionsfirma an, ob sie euch bei der Realisierung eures Films behilflich sind.
<b>W</b>	<b>Wassertag</b>	Organisiert einen «Wassertag» zu den Themen «Flussbefreiung» und «Wasserkonsum». Kombiniert dazu Ideen aus diesem Action Kit.
	<b>Website</b>	Richtet eine originelle Website zum Thema «Wasser» ein, auf der ihr laufend über eure Aktivitäten und Aktionen berichtet. Propagiert die neue Internetadresse mit einer Flyer- und einer Flugblattaktion.
<b>X</b>	<b>X-etwas</b>	Organisiert einen Phantasienachmittag, an dem ihr z.B. mit einer oder mehreren Kreativmethoden (Siehe Seite 2 und 3) möglichst viele originelle Aktionsideen sammelt.
<b>Z</b>	<b>Zeichnung</b>	Macht Zeichnungen, wie die befreite Fluss- oder Bachlandschaft aussehen könnte und was ihr dort künftig alles tun möchtet.
	<b>Zukunftswerkstatt</b>	Organisiert eine Zukunftswerkstatt (Siehe Seite 19 -23).



**Sicher habt ihr noch viel mehr tolle Ideen für spannende Actions! Schickt uns eure neuen Ideen, damit wir die Sammlung laufend ergänzen können.  
Herzlichen Dank und viel Spaß!**



KIDS  
FOR THE  
ALPS



## Kontaktadressen

### Deutschschweiz / Deutschland

WWF Schweiz  
Kids for the Alps  
Postfach  
CH-8010 Zürich

### Österreich

WWF Österreich,  
Brixnerstrasse 4 / Top 9  
A-6020 Innsbruck

### Liechtenstein

Liechtensteinische Gesellschaft für Umweltschutz  
Im Bretscha 22  
LI-9494 Schaan

### E-mail

[info@kids-for-the-alps.net](mailto:info@kids-for-the-alps.net)