

## Report Nr. 17

19. Mai 2010

Autoren:  
Ole Seidenberg  
Severin Toberer  
Hanspeter Bigler (Gastautor)

Um in der Schweizer Bevölkerung zu mehr Bekanntheit und Legitimation zu gelangen, hat das Hilfswerk der Evangelischen Kirchen Schweiz (HEKS) eine Abstimmung lanciert: Jeder kann sich zum zukünftigen Auftritt und Namen des Hilfswerks äußern. Denn während das HEKS in den Kirchen gut verankert ist, kennt es die breite Bevölkerung wenig, was vor allem dem wenig aussagekräftigen Namen zugeschrieben wird. Mit dem Aufruf «Mein Hilfswerk» lädt das HEKS offen dazu ein, zwischen dem aktuellen Akronym HEKS als Namen und einem von zwei neuen Namen auszuwählen. Bislang haben bereits 8.000 Menschen an der Abstimmung teilgenommen.

Das Hilfswerk der Evangelischen Kirchen Schweiz (HEKS) ist eines der großen Schweizer Hilfswerke. Allerdings ist seine Bekanntheit angesichts seiner Größe und Bedeutung vergleichsweise klein. Da das Hilfswerk die Ursache auch in der eher komplizierten Abkürzung HEKS sieht, hat es entschieden, einen neuen Namen zu suchen. Außergewöhnlich ist, dass es das nicht hinter verschlossenen Türen, sondern in einer öffentlichen Diskussion und gemeinsam mit allen Interessierten tut. Bis Ende Mai kann jeder brieflich oder online abstimmen, ob er die bisherige Abkürzung beibehalten möchte, oder ob das Werk künftig unter einem von zwei vorgeschlagenen Namen – Vitalibra oder Respecta – auftreten soll. Der neue Name soll die Werte des Hilfswerks vermitteln, positive Assoziationen wecken, leicht zu merken sein und in allen vier Landessprachen der Schweiz gleich verwendbar sein. Die Wahl wurde bewusst auf drei Namen beschränkt, um zu einem eindeutigen Ergebnis zu kommen.

### Kritik zulassen und beantworten

Zentrale Anlaufstelle für die Abstimmung über eine mögliche Neuausrichtung des Hilfswerks ist die Kampagnenwebseite [www.meinhilfswerk.ch](http://www.meinhilfswerk.ch) (bzw. [www.monoeuvredentraide.ch](http://www.monoeuvredentraide.ch)), auf der das HEKS übersichtlich über Sinn und Zweck der Aktion aufklärt. Die Webseite wurde überdies online wie offline beworben und soll somit auch Jenen die Mitsprache ermöglichen, die bislang nicht zum Unterstützer- und Spenderkreis des Hilfswerks gehört haben. Über die Webseite und das Abstimmungsformular hinaus öffnet sich das HEKS mit eigenem **Facebook-Profil** für Stimmen und Kritik aus der Bevölkerung. Während bis Anfang Mai bereits 8000 Teilnehmer abgestimmt haben und der Kampagne so eine breite Abstützung zusichern, stellt sich das Hilfswerk auf der Kamapgnenseite und Kampagnenseite auf Facebook einem überwiegend kritischen Publikum. Dort konnte das HEKS aber etwa die Sorge entkräften, die eigentlich wesentliche Arbeit des HEKS würde durch die Umbenennungsaktion aus dem Fokus geraten.

### Legitimation und Bindung von Anfang an

Neben dem neuen Namen als Ergebnis des Prozesses verfolgt die Kampagne somit außerdem das Ziel, den Dialog mit den Unterstützern zu verstärken. Das HEKS will künftig mit einem Namen und Erscheinungsbild auftreten, der bereits von Anfang an breit legitimiert ist. Durch die Aktion neu angesprochene Interessenten sollen sich somit durch den Einbezug in die Entscheidung stärker an die Organisation gebunden fühlen. Bei Veröffentlichung des Reports ist die Kampagne noch nicht abgeschlossen. Von den 8.000, die bislang abgestimmt haben, hat dies ein Viertel online getan. Da die bisherige Unterstützergemeinde traditionell nicht online angesprochen wird, geht das HEKS davon aus, durch die Kampagne online viele neue Interessenten erreicht zu haben.



Die Kampagnen-Webseite des HEKS

Die KampagnenPraxis zeigt lokalen und regionalen Organisationen aus Politik und Zivilgesellschaft, wie sie das Internet für ihre Kampagnen und ihre Kommunikation erfolgreich nutzen können.

Wir sind eine unabhängige Arbeitsgemeinschaft junger Fachleute an der Schnittstelle zwischen politischer Kommunikation und den Internetmedien.

Sie können unsere zweiwöchentlichen Reports kostenlos als E-Mail-Newsletter abonnieren.

Ihr Feedback und Ihre Ideen schätzen wir sehr. Kontaktieren Sie uns.