

Roger Basler / Stau ist Kommunikationsleiter der Pfadibewegung Schweiz und verantwortlich für die Imagekampagne der PBS mit dem Slogan «Pfadi macht mehr». Die Kampagne ist Anfang 2010 angelaufen und dauert insgesamt drei Jahre.

«Die Pfadi in der Schweiz ist vielseitig und das ist gut so»

Von Alexandra Burnell / Fresh



- ▲ **Kompass:** Du hast die Imagekampagne der PBS ins Rollen gebracht. Wie ist es zur Idee der Kampagne gekommen?
- ◆ **Stau:** Wir haben mit der ganzen Kommunikationskommission (KomKom) einen Planungstag in Bellinzona gemacht. Dabei haben wir viel diskutiert, die Kommunikation der letzten Jahre angeschaut und waren vom Slogan zum 100-jährigen Jubiläum der Pfadi eigentlich überzeugt («100% Pfadi – Freundschaft, Engagement, Abenteuer in der Natur – seit 1907»), aber wir wollten mehr aussagen, weil die Pfadi mehr ist als Slogans oder schöne Bilder, aber auch mehr als nur im Wald herum rennen. Hinter «Pfadi macht mehr» steckt das gesamte Spektrum der Pfadi als grösste Kinder- und Jugendbewegung.



Roger Basler / Stau

tone, welche die Kampagne tragen und umsetzen – dafür ein Dankeschön!

- ▲ **Kompass:** Durch gute Taten und verstärkte Medienpräsenz soll sich die Pfadi in der Öffentlichkeit als wichtigen Träger der Gesellschaft positionieren. Welches Image hat die Pfadi in der Schweiz?

- ◆ **Stau:** Die Pfadi hat ein wirklich gutes Image, obwohl sich manche Stereotypen wohl nie ganz aus der Welt schaffen lassen (aber wir arbeiten daran). Grundsätzlich werden wir als sinnvolle und globale Jugendbewegung wahrgenommen, in der sich Kinder und Jugendliche für Kinder und Jugendliche einsetzen. Wenn wir mit anderen Verbänden sprechen, stellt sich heraus, dass viele von ihnen die Pfadi als Synonym benützen, um etwas zu erklären. Denn jeder kann sich etwas unter Pfadi vorstellen. Da können wir anknüpfen.

Scout: encore plus
Pfadi macht mehr
Gli scout fanno di piu

- ▲ **Kompass:** Wer unterstützt dich mit der Kampagne?
- ◆ **Stau:** Ich habe eine tolle KomKom, tausche mich auch mit den Fachstellen der PBS in Bern aus, das PBS-Sekretariat macht eine gute Arbeit und natürlich sind es auch die Kan-

- ▲ **Kompass:** Rund 44 000 Kinder und Jugendliche sind bereits «Feuer und Flammen» für die Pfadi. Wie soll dieser Funke auf andere überspringen? Welche Ziele sollen erreicht werden?
- ◆ **Stau:** Die Pfadi soll als Bewegung wahrgenommen werden,

als ein dynamisches Hobby, in dem man mehr machen und erreichen kann als anderswo. Wir übernehmen früh Verantwortung, was gut für die spätere Entwicklung als junger Erwachsener ist. Aber wir wissen auch, dass es Spass macht, Pfadi zu sein. Dieses «Pfadi sein» und «Pfadi machen» wollen wir sichtbar machen.

Im Grunde genommen haben wir drei Ziele: Zum einen wollen wir zeigen, dass die Pfadi eine starke Marke ist, die für Engagement und Qualität steht. Wir denken langfristig in der Pfadi: Junge leiten Junge, wir haben das Pfadiprofil, das Betreuungskonzept. All das steht für Qualität. Die Programmkommission, die Ausbildungs- und Betreuungskommission leistet hier wirklich unschätzbare und grossartige Arbeit, die wir dann nach aussen tragen. Zum Zweiten wollen wir Hilfsmittel für die Abteilungen und Kantone entwickeln, die auch Spass machen und genutzt werden. Nur so können wir durch viele Pfadis kommunizieren und gleichzeitig (und das ist Ziel Nr. 3) die Motivation und Identifikation der



Pfadis mit der Pfadibewegung erreichen.

- ▲ **Kompass:** Was ist geplant, um von der Öffentlichkeit bemerkt zu werden?
- ◆ **Stau:** Wir haben verschiedene Aktionen auf unterschiedliche Zielgruppen ausgelegt. 2010 war dies die Wolfsstufe mit der Aktion «Pfadi macht mehr: Gute Taten». 2011, im Jahr der Freiwilligenarbeit, werden es die Leiterinnen und Leiter sein mit der Aktion «Pfadi macht mehr: ehrenamtliches Engagement». Für 2012 schliesslich möchten wir die Pios und Rover in den Vordergrund stellen. Dies werden wir mit einem Ausbildungsschwerpunkt verbinden.
- ▲ **Kompass:** Die Kampagne läuft seit Anfang 2010. Bist du zufrieden mit dem ersten Jahr?
- ◆ **Stau:** Eine Imagekampagne ist keine Marketingaktion. Wir haben zwar sehr gute Zahlen im Bereich Merchandise, die

Kommunikation mit den Kantonen und Abteilungen findet statt (es wurden zahlreiche Gute-Taten-Plakate eingesetzt), aber die Wirkung von solchen Aktionen werden erst längerfristig gesehen. Zumindest wird unser Logo «Pfadi macht mehr» von zahlreichen Abteilungen übernommen. Das ehrt und freut uns.

- ▲ **Kompass:** Wo liegen die Schwierigkeiten?
- ◆ **Stau:** In der Pfadi ist natürlich oft das Geld ein Thema. Dienstleistungen kosten, auch solche einer Geschäftsstelle oder wenn wir Hajk einspannen. Das einzig «kostenlose» ist die ehrenamtliche Arbeit. Um noch mehr Abteilungen ansprechen zu können, brauchen wir aber noch mehr Helferinnen und Helfer auf Projektebene, die Artikel fürs Sarasani schreiben oder einfach bei den Abteilungen vorbei gehen. Wir haben gesehen, dass in den Kantonen und Abteilungen, mit denen wir direkten Kontakt hatten, die Kampagne gut umgesetzt wurde. In der Romandie und im Tessin sind wir leider noch nicht so gut verankert.
- ▲ **Kompass:** Die aktiven Pfadi-Mitglieder sind mitverantwortlich dafür, dass die Tätigkeiten der Pfadi an die Öffentlichkeit gelangen. Wie kommt die Aktion bei den Pfadi an?
- ◆ **Stau:** Bei den Pfadis, die ich in zahlreichen Kursen und an Anlässen besuchen und befragen durfte, kam vor allem ein Feedback: «Hey, cooler Slogan und coole Merchandise-Artikel.» Das freut uns, weil wir als Bundesebene ein wichtiger Supporter der Pfadis sind und von der Basis auch wahrgenommen werden möchten. Noch haben wir nicht alle Pfadis erreichen können, weil es keine allgemein gültige Formel gibt. Denn die Pfadi in der Schweiz ist vielseitig und das ist gut so – es ist auch eine Stärke.
- ▲ **Kompass:** Du bist ein gutes Beispiel für «Pfadi macht mehr». Du setzt dich in deiner Freizeit für die Imagekampagne ein. Wie viel Zeit nimmt diese Aufgabe in Anspruch?
- ◆ **Stau:** Ich würde gerne noch mehr machen, aber es ist schwierig. In manchen Wochen waren es zwischen fünf bis zehn Stunden, manchmal auch nur zwei und in den Vorbereitungen für die Aktion «100 gute Taten» täglich drei bis vier.
- ▲ **Kompass:** Was treibt dich an?
- ◆ **Stau:** Ich bin Pfadi und die Pfadi hat mir sehr viel gegeben. Es ist die Idee der Pfadibewegung, die mich überzeugt. Ausserdem kommen meine besten Freunde aus der Pfadi. Für mich war und ist Pfadi einfach mehr als nur eine Organisa-