

STRATEGIA ROZWOJU

Związku Młodzieży Mniejszości Niemieckiej w RP

na lata 2025-2027



Bund der Jugend
der deutschen Minderheit

AUTORZY:

PAULINA WIDERA, ANNA FRANIK-PRZYBYŁA,
ANNA ZATOR, MIRIAM MÄHNER, MICHAEL
MARTELIK, WERONIKA POLLOK,
NATALIA SZCZOTA, KASPER PIECHATZEK,
WIKTORIA ERNST, MIKOŁAJ KUROWSKI,
WERONIKA KOSTON, DANIELA CZECZOR,
JAKOB POLACZEK, ALICJA WALECKO,
DOMINIKA SZYMCHYK

OPRACOWANIE:

WERONIKA KOSTON

Listopad 2025

Strategia Rozwoju Związku Młodzieży Mniejszości Niemieckiej w RP na lata 2025–2027

została opracowana w związku z zakończeniem obowiązywania dotychczasowego dokumentu strategicznego na lata 2022–2025 oraz objęciem funkcji przez nowy zarząd w roku 2024. Przeprowadzona ewaluacja dotychczasowych działań pokazała, że choć udało się zrealizować wiele ważnych celów, część zadań nadal wymaga kontynuacji i dalszych działań.

W odpowiedzi na te wyzwania nowa strategia koncentruje się na uporządkowaniu oraz wzmocnieniu aktywności organizacji zarówno na poziomie lokalnym, jak i ogólnopolskim. Dokument ten pełni funkcję narzędzia planowania, zarządzania oraz monitorowania skuteczności podejmowanych działań w pracy z młodzieżą mniejszości niemieckiej w Polsce.

Strategia powstała w wyniku wspólnych warsztatów strategicznych z udziałem członków zarządu oraz biura Związku, co zapewniło jej spójność z aktualnymi potrzebami organizacji i oczekiwaniami jej członków.

O Związku Młodzieży Mniejszości Niemieckiej (BJDM)¹

Związek Młodzieży Mniejszości Niemieckiej w RP (BJDM) jest największą i najstarszą organizacją młodzieżową mniejszości niemieckiej w Polsce i z tego powodu pełni ważną rolę w pracy młodzieżowej tej grupy społecznej. Związek organizuje corocznie szereg projektów i jest głosem reprezentującym stanowisko młodzieży mniejszości niemieckiej. BJDM jest organizacją ogólnopolską, a jego działania realizowane są na płaszczyźnie regionalnej, krajowej i międzynarodowej.

BJDM doradza swoim członkom w ich pracy projektowej, przygotowuje i udostępnia materiały informacyjne, kanały informacji oraz zapewnia wsparcie strukturalne. Organizacja dysponuje własnymi pomieszczeniami, które oferuje do aktywnego wykorzystania na cele projektowe i pozaprojektowe.

BJDM komunikuje swoje działania przez media społecznościowe, stronę internetową, newsletter i Antidotum – własną gazetę.

BJDM reprezentuje młodzież mniejszości niemieckiej wobec innych organizacji mniejszości niemieckiej, partnerów, organizacji pośredniczących, jak i międzynarodowych zrzeszeń mniejszości narodowych (AGDM, FUEN, JEV).

¹ Ze „Strategii rozwoju Związku Młodzieży Mniejszości Niemieckiej w RP na lata 2022-2025” , 31.10.2021 r.

WIZJA

Wizją Związku Młodzieży Mniejszości Niemieckiej w RP jest otwarta i nowoczesna społeczność, w której każdy może być sobą. Łączymy młodych ludzi tworząc przestrzeń do działania i samorealizacji, odkrywania swojej tożsamości i swoich pasji.

MISJA

BJDM! Bunt – Jung – Deutsch - Modern.*

Jesteśmy organizacją mniejszości niemieckiej, którą tworzymy MY – młodzi ludzie. Jesteśmy otwarci, zaangażowani i działamy dla wspólnej sprawy. Dbamy o zachowanie naszego dziedzictwa, pielęgnujemy przyjaźń Polaków_ek i Niemców_ek, a także łamiemy stereotypy, zapewniając w ten sposób przyszłość mniejszości niemieckiej w Polsce. Ważne dla nas jest poszanowanie praw mniejszości i funkcjonowanie w przyjaznym, różnorodnym, a także tolerancyjnym społeczeństwie.

Na naszą aktywność składają się: wydarzenia kulturalne, edukacyjne, społeczne oraz własna działalność medialna. Działamy lokalnie, na płaszczyźnie krajowej oraz międzynarodowej. Jesteśmy partnerami dla organizacji pozarządowych oraz przedstawicieli władz Polski i Niemiec.

Wyróżnia nas swoboda posługiwania się wieloma językami, dzięki której odnajdujemy się w różnych kręgach kulturowych. W naszych działaniach pozostajemy profesjonalni, nie zapominając o tym, by dobrze się bawić i czerpać z tego satysfakcję.

**Bunt - różnorodny, jung – młody, deutsch – niemiecki, modern – nowoczesny*

WARTOŚCI

- Otwartość.
- Integracja.
- Poczucie wspólnoty.
- Poszanowanie praw mniejszości.
- Spaß.
- Profesjonalizm – deutsche Qualität*.

**, „deutsche Qualität” oznacza niemiecką jakość, którą stawiamy sobie za wzór*

OBSZARY DZIAŁANIA

- Promujemy niemiecką kulturę, a w szczególności kulturę mniejszości niemieckiej.
- Tworzymy ofertę edukacyjną dla młodych, odpowiadającą na różne potrzeby naszych członków i członków.
- Łączymy ludzi lokalnie, ogólnokrajowo i międzynarodowo.
- Prezentujemy/Wyrażamy zdanie/głos młodzieży za pomocą własnych mediów.
- Działamy społecznie na rzecz ogółu.

CELE STRATEGICZNE BJDM NA LATA 2025-2027

Na warsztatach zdefiniowano cztery główne cele strategiczne dla BJDM na najbliższe lata. Na ich podstawie opracowano cele szczegółowe i propozycje działań.

0. Cel główny

0.1. Cel szczegółowy

Krótki opis

Harmonogram działań

Działanie	Co?	Kiedy?	Kto?
Działanie 1	...	...	...
Działanie 1	...	...	...

Wskaźnik sukcesu

1. ZWIĘKSZENIE AKTYWNOŚCI CZŁONKÓW BJDM.

Cel: Uzyskanie frekwencji na poziomie co najmniej 50% członków na corocznym zgromadzeniu Rady Związku.

1.1. Skuteczna rekrutacja nowych członków oraz utrzymanie zaangażowania obecnych.

Aktywność BJDM zależy od jej członków — to oni tworzą fundament i dynamikę organizacji. Dlatego kluczowe jest konsekwentne pozyskiwanie nowych osób oraz budowanie trwałych relacji z obecnymi poprzez stałą i autentyczną komunikację. Pomaga w tym prosty formularz online, przez który nowe osoby mogą łatwo dołączyć do BJDM. Należy jednak zadbać o to, by za zgłoszeniem szła realna integracja i aktywne włączenie nowych członków w życie organizacji.

Harmonogram działań:

Działanie	Co?	Kiedy?	Kto?
Poprawa komunikacji z członkami	Weryfikacja dotychczasowej komunikacji (Facebook, e-mail, newsletter, TikTok); przeprowadzenie ankiety online wśród członków (dwufazowo: na Radzie Związku i w mediach społecznościowych krótsza wersja)	Maj 2025	Biuro BJDM + wyznaczona osoba z Zarządu ds. kontaktu z członkami
Uatrakcyjnienie członkostwa	Celowa kampania rekrutacyjna z przedstawieniem korzyści z członkostwa, autoprezentacją BJDM, podkreśleniem możliwości działania (media, TikTok)	Raz na rok	Biuro BJDM + wyznaczona osoba z Zarządu ds. promocji
Opracowanie pakietu powitalnego	Stworzenie materiałów informacyjnych: czym jest BJDM, jak się zaangażować, kto za co odpowiada (o profitach bycia zaangażowanym członkiem, np. udział w szkoleniach, grillach, wyjazdach)	Do roku 2025	Biuro BJDM + wyznaczona osoba z Zarządu ds. kontaktu z członkami
Regularna promocja wydarzeń	Regularne przypominanie o nadchodzących wydarzeniach w mediach społecznościowych i przez newsletter na Messengerze, ale również kontakt	Przed każdym projektem	Biuro BJDM + wyznaczona osoba z Zarządu ds. promocji

	bezpośredni z członkami (przypominanie w mediach społecznościowych + ciekawsze posty)		
Rekrutacja nowych członków podczas projektów BJDM	Podczas każdego wydarzenia zachęcamy uczestników do wypełnienia formularza członkowskiego online	Przy każdym projekcie	Koordynator projektu
Promocja działalności BJDM w szkołach i na uczelniach	Organizujemy spotkania informacyjne w Jugendzentrum i/lub na terenie szkół/uczelni oraz online, przedstawiając działalność BJDM i ofertę działań	Minimum 5 spotkań na rok	Koordynator projektu
Weryfikacja i aktualizacja bazy danych	Weryfikacja danych pod kątem kompletności, usunięcie nieaktywnych członków (brak składki + brak aktywności), potwierdzenie opłacenia składki dla członków, informacja zwrotna do Zarządu, kto figuruje w bazie jako aktywny członek w danym roku. Informacje o członkach do Rady Związku.	Co roku w kwietniu	Biuro BJDM

Wskaźniki sukcesu:

- Liczba członków BJDM systematycznie rośnie o minimum 10 członków rocznie.
- Zwiększa się liczba członków zgłaszających się do udziału w projektach – obserwuje się większe zainteresowanie projektami BJDM.
- Widoczna jest wyższa aktywność członków w mediach społecznościowych (komentarze, polubienia, udostępnienia).

1.2. Oferowanie atrakcyjnego i dostosowanego programu działań.

Projekty BJDM są kluczowym narzędziem zarówno w pozyskiwaniu nowych członków, jak i w podtrzymywaniu zaangażowania obecnych. Aby skutecznie spełniały tę rolę, powinny być różnorodne i dostosowane do potrzeb młodzieży – edukacyjnych, społecznych, kulturowych i tożsamościowych. Odpowiednie reagowanie na sugestie uczestników, rozwój oferty tematycznej oraz pielęgnowanie niemieckiej kultury i języka to fundamenty, na których opiera się atrakcyjność programu działań BJDMu.

Harmonogram działań:

Działanie	Co?	Kiedy?	Kto?
Roczna zewnętrzna ewaluacja projektów	Ankieta online (e-mail i social media) z pytaniami zamkniętymi nt. zadowolenia z oferty, potrzeb i zainteresowań członków (+ pytania otwarte, aby poznać pomysły respondenta)	Raz w roku – maj (przed pisaniem wniosków)	Koordynator
Roczna wewnętrzna ewaluacja działań	Analiza działań wewnątrz BJDM – sukcesy, porażki, wnioski; analiza sukcesów projektów dużych wydarzeń (np. Gala BJDM, Ślizganie)	Po zakończeniu zewnętrznej ewaluacji	Biuro BJDM + osoba z Zarządu ds. projektów
Budowanie tożsamości członków BJDM	Organizacja projektów wokół języka (współpraca z Lernraum.pl), tradycji i kultury niemieckiej; posty tematyczne, warsztaty historyczne i językowe (projekty wydają się nudne, jeśli nie są atrakcyjne to trzeba je uatrakcyjnić lub lepsza reklama)	Cały rok	Biuro BJDM + Lernraum.pl
Stała ewaluacja projektów młodzieżowych	Opracowanie stałego formularza ewaluacyjnego dla każdego projektu młodzieżowego w MN + rozmowy ewaluacyjne z uczestnikami na wybranych projektach	Na bieżąco po każdym projekcie	Biuro BJDM + przy wsparciu VdG

Opracowanie oferty całorocznego zaangażowania dla członków spoza kół terenowych	Weryfikacja potrzeb i możliwości aktywnego uczestnictwa członków niezrzeszonych w lokalnych strukturach (np. poprzez koła tematyczne, grupy robocze), a następnie stworzenie dedykowanej oferty działań umożliwiających im regularny kontakt z BJDM i innymi członkami (do sprecyzowania)	2026	Biuro BJDM + Zarząd
Wykorzystanie potencjału członków Alumni	Angażowanie byłych członków BJDM (Alumni) jako wsparcia eksperckiego przy projektach i wyzwaniach organizacyjnych; korzystanie z ich doświadczenia i wiedzy (np. konsultacje, szkolenia, mentoring, wsparcie przy działaniach).	W miarę potrzeb	Biuro BJDM + Zarząd

Wskaźniki sukcesu:

- Minimum 50% członków BJDM w bierze udział w rocznej ewaluacji zewnętrznej projektów.
- Minimum 80% uczestników projektów młodzieżowych mniejszości niemieckiej bierze udział ankiecie ewaluacyjnej po zakończeniu projektu.
- Na podstawie zgłoszonych potrzeb powstają nowe inicjatywy i formaty projektów.

1.3. Docenianie i nagradzanie aktywności członków.

Wolontariacka aktywność młodzieży nie jest w Polsce powszechną normą – poza wyjątkami (np. grupami harcerskimi), kultura zaangażowania w organizacje młodzieżowe raczej się dopiero rozwija.² Dlatego tak istotne jest regularne i autentyczne docenianie wysiłku członków BJDM. Uznanie ich wkładu, zarówno symboliczne, jak i publiczne, wzmacnia motywację, poczucie przynależności oraz buduje pozytywny wizerunek aktywności społecznej wśród młodych ludzi.

Harmonogram działań:

Działanie	Co?	Kiedy?	Kto?
Gala młodzieżowa BJDM	Organizacja corocznej gali z wyróżnieniem najaktywniejszych członków konieczne jest wypracowanie kategorii najaktywniejszych członków), wybór „Projektu Roku” (opracowanie kategorii wyróżnień np. najlepszy mini-projekt, najlepszy projekt międzynarodowy, najlepszy projekt językowy) (należy dopracować, szybciej poinformować, więcej kategorii)	Co roku, koniec roku	Koordinator projektu + Zarząd
Feedback i podziękowania po projektach	Osobiste podziękowania dla zaangażowanych członków po mniejszych /krótszych projektach; zapewnienie środków na drobne nagrody i dyplomy	1–4 tygodnie po projekcie	Koordinatorzy projektów
Promowanie zaangażowania członków	Nagrywanie i publikowanie krótkich filmików lub postów przedstawiających najbardziej aktywne osoby i ich działalność (dla chętnych)	Przez cały rok	Koordinator projektu

Wskaźniki sukcesu:

- Zidentyfikowanie przynajmniej 3 osób rocznie o potencjale liderkim do przyszłego Zarządu BJDM.
- Coroczna gala odbywa się zgodnie z planem i gromadzi co najmniej 100 uczestników.

² Alina Dittmann, Paulina Remer, Weronika Koston, „Analiza badania potrzeb w odniesieniu do oferty projektowej dla młodzieży mniejszości niemieckiej przeprowadzona w okresie od 26.10.2023 do 31.12.2023”, Opole, 15.01.2024 r.

Przykłady realizowanych działań: Jugendpunkt, Stadtrallye, Sportcamp, Sprachcamp, Wurzeln der Identität, Jugendgala, Dożynki, Basteln, Miniprojekty, Wymiana z Gera, Wymiana z Litwą, Kartoffelfest, Weihnachtsfeier, Maifest, Antidotum, Elom, Wielkie Ślizganie z Happeningiem, Karnawał, Mini-Sommersprachcamps, Heimatkunde

2. DOBRZE DZIAŁAJĄCE STRUKTURY BJDM.

Cel: Zwiększenie efektywności działania biura, zarządu oraz struktur lokalnych poprzez usprawnienie procesów oraz wdrożenie klarownych standardów działania / poprzez indywidualne przewodniki pracy.

2.1. Usprawnienie funkcjonowania Zarządu.

Zarząd BJDM pełni kluczową rolę w funkcjonowaniu organizacji – nadaje kierunek strategiczny, podejmuje decyzje oraz reprezentuje BJDM na zewnątrz. Składa się z młodych wolontariuszy, którzy często łączą obowiązki zarządcze z edukacją, pracą lub innymi aktywnościami. Dlatego niezbędne jest stworzenie przejrzystej struktury pracy, klarownego podziału zadań, skutecznej komunikacji oraz atmosfery wzajemnego zaufania i odpowiedzialności. Profesjonalizacja działań zarządu bez utraty młodzieżowego ducha stanowi fundament skutecznego działania całej organizacji.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Kiedy?	Kto?
Coroczny przegląd podziału obowiązków	Weryfikacja struktury funkcjonowania zarządu, aktualizacja zakresów odpowiedzialności i zadań	Co roku w maju	Zarząd BJDM + Biuro
Opracowanie przewodnika dla zarządu	Stworzenie dokumentu opisującego role, zadania i dobre praktyki dla członków zarządu (instrukcja onboardingowa)	Do końca 2025	Biuro BJDM + obecny Zarząd
Spotkania integracyjne dla Zarządu i Biura	Regularne spotkania członków zarządu i biura w celu omówienia bieżących spraw i budowy zespołu	Raz na kwartał, 1 wyjazd integ. Rocznie (1 x na pół roku na miejscu)	Zarząd + Biuro
Szkolenia strategiczne BJDM	Warsztat rozwijający kompetencje miękkie (planowanie, zarządzanie czasem, komunikacja, delegowanie zadań)	1x rocznie	Biuro BJDM + zewnętrzny trener
Systematyczna obecność w projektach i szkoleniach	Udział wszystkich członków zarządu w wydarzeniach BJDM jako forma reprezentacji oraz budowania kompetencji	Cały rok	Wszyscy członkowie Zarządu
Wyznaczenie osoby ds. współpracy z Biurem	Osoba odpowiedzialna za cotygodniowy kontakt z biurem i analizę działań, raportów i potrzeb operacyjnych	Od zaraz	Zarząd (wyznaczona osoba)

Usprawnienie komunikacji Biuro ↔ Zarząd	Jasny kanał komunikacyjny (E-Mail / WhatsApp), szybka reakcja na potrzeby biura, potwierdzanie wiadomości, raportowanie działań	Proces ciągły	Wszyscy członkowie + Biuro
Wdrożenie systemu pracy w chmurze (Google Drive)	Stworzenie folderów z dokumentami, protokołami, podejmowanymi decyzjami – uporządkowany i dostępny system zarządczy	Do końca 2025	Wiceprzewodnicząca + Zarząd + Biuro
Aufwandsentschädigung – system rekompensaty	Wypracowanie zasad finansowej gratyfikacji czasu i zaangażowania członków zarządu w ramach dostępnych środków.	Propozycja do Rady Związku 2026	Zarząd + Komisja rewizyjna

Wskaźniki sukcesu:

- Przewodnik dla nowych członków zarządu gotowy i stosowany przy każdej zmianie kadry.
- Min. 4 spotkania integracyjne zarządu z biurem rocznie, w tym co najmniej 1 wyjazd integracyjny.
- Regularna obecność członków zarządu na wydarzeniach BJDM (min. 1 wydarzenie kwartalnie na osobę).
- System plików (Drive) aktualizowany na bieżąco i dostępny dla wszystkich członków zarządu.

2.2. Optymalizacja funkcjonowania biura.

Biuro BJDM stanowi operacyjne centrum organizacji – odpowiada za realizację decyzji Zarządu, koordynację projektów, kwestie administracyjne i finansowe, komunikację z członkami oraz współpracę z instytucjami zewnętrznymi. Aby mogło działać efektywnie i w sposób zrównoważony, potrzebna jest jasna struktura operacyjna, bezpieczne i nowoczesne narzędzia pracy oraz dobre relacje z Zarządem i partnerami. Kluczowe jest także wspieranie rozwoju kompetencji zespołu biura poprzez szkolenia i hospitacje, a także dbałość o kulturę pracy i transparentność.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Kiedy?	Kto?
Stworzenie i aktualizacja przewodnika pracy biura	Opracowanie dokumentu zawierającego procedury biurowe, opis zadań, narzędzia pracy i dobre praktyki. Coroczna aktualizacja.	Gotowe do końca 2025, aktualizacja co rok	Biuro BJDM + Zarząd
Dbanie o bezpieczeństwo danych	Aktualizacja haseł co dwa lata przy zmianie Zarządu.	Co dwa lata	Biuro BJDM
Cotygodniowe spotkania pracownicze	Regularna wewnętrzna koordynacja pracy, rozwiązywanie problemów, planowanie zadań.	Co tydzień	Pracownicy Biura
Tygodniowy raport do Zarządu	Raport z działań biura przesyłany drogą mailową do Zarządu.	Co tydzień Co miesiąc	Kierownik Biura

Kalendarz pracy i decyzje Zarządu dot. dni wolnych	Zarząd wspólnie z biurem ustala harmonogram pracy, dni wolne i okresy urlopowe poprzez uchwałę.	Styczeń każdego roku	Zarząd BJDM
Długofalowy plan szkoleń strategicznych	Określenie tematów szkoleń dla biura i zarządu powtarzających się co 2 lata (np. podział obowiązków w Zarządzie, poznanie systemu pracy organizacji, ewaluacja i realizacja strategii, planowanie kolejnego roku projektowego)	Plan gotowy do końca 2025	Zarząd + Biuro
Możliwość hospitacji w innych organizacjach	Umożliwienie pracownikom biura wyjazdu na maks. 1 miesiąc do innej organizacji w Polsce lub za granicą w celach szkoleniowych i rozwojowych.	Możliwość 1x rocznie/osoba	Zarząd + Biuro
Reprezentacja BJDM przez biuro	Obecność na wydarzeniach, spotkaniach z partnerami, konferencjach jako reprezentanci organizacji.	Zgodnie z zapotrzebowaniem	Pracownicy Biura

Wskaźniki sukcesu:

- Przewodnik biurowy dostępny i aktualizowany minimum raz w roku.
- Cotygodniowy raport z działań trafia do zarządu i otrzymuje informację zwrotną.
- Regularne (cotygodniowe) spotkania zespołu są dokumentowane i służą poprawie koordynacji.
- Plan szkoleniowy na kolejne 2 lata gotowy i wdrażany.

2.3. Rozwój i wspieranie lokalnych struktur.

Członkowie BJDM często pochodzą z małych miejscowości, gdzie lokalna społeczność jest dobrze zintegrowana, a działalność opiera się na relacjach osobistych. W wielu z tych miejsc funkcjonują koła mniejszości niemieckiej (DFK), które potrzebują aktywnych, młodych liderów. Jednocześnie działanie centralne bez silnego zaplecza lokalnego staje się wyzwaniem ze względu na brak struktury oraz stałej oferty. Dlatego kluczowe jest wspieranie i rozwijanie aktywności młodzieży w miejscu ich zamieszkania – to właśnie tam mają szansę działać najefektywniej i najbardziej autentycznie. Część lokalnych grup młodzieżowych już funkcjonuje i wymaga wsparcia w dalszym rozwoju.

Harmonogram działań:

Działanie	Co?	Kiedy?	Kto?
Rozwój sieci Jugendpunktów	Tworzenie i wspieranie lokalnych grup młodzieżowych BJDM (Jugendpunktów), nawiązywanie nowych kontaktów z DFK i szkołami	Cały okres strategii	Biuro BJDM + Zarząd + liderzy regionalni
Scenariusz wizyty lokalnej	Opracowanie prezentacji BJDM: kim jesteśmy, jak się zaangażować, przykłady działań dla koordynatora regionalnego Jugendpunkt + aktualizacje zdjęć	Do czerwca 2025	Biuro BJDM + koordynator regionalny Jugendpunkt
Wizyty lokalne	Regularne odwiedziny grup młodzieżowych wraz z prezentacją BJDM: unangekundigt 1) Odwiedzanie grup (aktywnych), w których pojawiają się problemy, wyzwania w celu szukania rozwiązań 2) Odwiedzanie mniej aktywnych grup dla podjęcia działań aktywizujących;	Min. 20 rocznie	Koordynator regionalny Jugendpunkt

Komunikacja BJDM – Jugendpunkt	Dwustronna, systematyczna komunikacja (spotkania online + fizyczne)	Spotkania co miesiąc	Zarząd + Biuro + Koordynator Jugendpunktów
Przejęcie projektu Jugendpunkt (DWPN)	Spotkanie z DWPN w sprawie przejęcia (czerwiec 2025), przygotowanie planu przejęcia projektu, kontynuacja działań z możliwością nowej koncepcji BJDM po roku funkcjonowania	2025 – 2027	Zarząd BJDM
Mapowanie potencjału lokalnego	Analiza terenów bez grup młodzieżowych – identyfikacja możliwości powstania nowych grup młodzieżowych we współpracy z DFK i TSKN (wspólne spotkanie raz do roku z TSKN, VdG, DFK Schlesien)	Raz do roku	Biuro BJDM + Zarząd + VdG
Starterpack dla grup lokalnych	Przygotowanie gotowych materiałów: poradniki, checklisty, wzory plakatów, które ułatwią zakładanie i prowadzenie grup	2026	Biuro BJDM + Jugendpunkt
Mini-granty na inicjatywy	Ogłoszenie naboru na dotacje projektów lokalnych oraz szkolenia stacjonarne i online z zakresu planowania, realizacji i rozliczania projektów	1–2 razy w roku	Zarząd + Biuro BJDM
Baza pomysłów na działania lokalne	Platforma cyfrowa z przykładami projektów, scenariuszami spotkań, dobrymi praktykami	Do końca 2026	Biuro BJDM + Jugendpunkt
Konkurs na „Lokalną Inicjatywę Roku”	Wyróżnienie najlepszych lokalnych projektów; promocja zwycięzców w mediach BJDM	Corocznie	Biuro BJDM
Roczna ewaluacja i monitoring grup	Ocena aktywności Jugendpunktów: spotkań, projektów, komunikacji	Raz w roku	Biuro BJDM + liderzy regionalni + Komisja rewizyjna

Wskaźniki sukcesu:

- Każdy Jugendpunkt realizuje min. 1 mini-projekt rocznie.
- Powstają nowe grupy młodzieżowe w miejscach wcześniej nieaktywnych.
- Wzrost liczby składanych wniosków na miniprojekty co roku.
- Miniprojekty są realizowane regularnie w ciągu całego roku.
- Regularna aktywność grup lokalnych w social mediach BJDM.
- Przynajmniej 75% członków Jugendpunktów bierze udział w działaniach BJDM w danym roku i przynajmniej 50% członków danej edycji zostaje członkiem BJDM.

2.4. Identyfikacja następców i rozwój młodych liderów w strukturach BJDM.

W organizacji młodzieżowej naturalnym zjawiskiem jest rotacja członków – młodzi ludzie przechodzą przez różne etapy życia, zmieniają miejsca zamieszkania, priorytety, ścieżki edukacyjne i zawodowe. Dlatego kluczowym elementem trwałości organizacji jest stałe inwestowanie w przyszłych liderów oraz tworzenie systemu, który pozwoli na płynne przekazywanie wiedzy i odpowiedzialności. Ważne jest, by młodzi członkowie BJDM czuli, że mają realną ścieżkę rozwoju i że ich zaangażowanie może przełożyć się na pełnienie funkcji kierowniczych w przyszłości.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Kiedy?	Kto?
Identyfikacja potencjalnych liderów oraz dobór nowych osób w ramach wyborów lub wyborów uzupełniających	Obserwacja uczestników projektów przez członków Zarządu i koordynatorów; rozmowy motywacyjne, notowanie potencjału rozwojowego. Aktywna komunikacja z potencjalnymi osobami jako nowymi członkami zarządu: spotkania wprowadzające, kontakt z poprzednikami, mentoring.	Ciągłe oraz przy wyborach w BJDM	Zarząd + Koordynatorzy projektów
Tworzenie grup roboczych (Arbeitsgruppen)	Powołanie tematycznych zespołów do współpracy (np. promocja, projekty) i działań strategicznych jako etap przygotowania do większych ról.	Od 2026	Zarząd + Biuro
Opracowanie przewodnika dla członków grup roboczych	Dokument z zasadami pracy, zakresem obowiązków, ścieżką rozwoju w BJDM oraz wskazówkami dot. współpracy między członkami a Zarządem.	2026	Zarząd + Biuro
Współpraca z DWPN	Koordinacja z projektami rozwojowymi DWPN: ELOm, Akademia, Skill-UP – identyfikacja talentów, weryfikacja potrzeb i celów programów.	Ciągła	Biuro BJDM + koordynatorzy projektów DWPN
Możliwość reprezentacji BJDM przez osoby spoza Zarządu	Sporządzenie listy potencjalnych reprezentantów – „Ambasadorów BJDM” wraz z określeniem kryteriów formalnych (regulamin, zgody, rekomendacje) (z grup roboczych)	Do końca 2025	Zarząd + Biuro

Wskaźniki sukcesu:

- Powstanie min. 3 aktywnych grup roboczych do końca 2026 roku.
- Co najmniej 10 osób rocznie zaangażowanych w działania rozwojowe poza zarządem (Arbeitsgruppen, Ambasadorzy).
- Min. 2 osoby rocznie przechodzące z grup roboczych do funkcji w zarządzie lub koordynatorów projektów w wyborach w roku 2028.
- Przewodnik dla grup roboczych gotowy i udostępniony do wiosny 2026.
- Utworzona i aktualizowana lista reprezentantów BJDM – minimum 5 osób rocznie.

Przykłady realizowanych działań: posiedzenia Zarządu, Rada Związku, szkolenia edukacyjne, Stimme der Stärke, ELOm, Akademia, Skill-UP

3. ODPOWIEDNIE ZARZĄDZANIE FINANSAMI.

Cel: Utrzymanie dotychczasowego poziomu finansowania oraz, w miarę możliwości, jego zwiększenie.

3.1. Zachowanie obecnego poziomu finansowania.

Funkcjonowanie BJDM w dużej mierze opiera się na corocznie pozyskiwanych środkach projektowych. Zapewnienie stabilności finansowej to priorytet, ponieważ środki te są niezbędne do utrzymania biura, realizacji projektów oraz działań statutowych organizacji. W kontekście zmieniających się realiów krajowych i międzynarodowych, zachowanie obecnego poziomu finansowania jest coraz większym

wyzwaniem. Kluczowe są: odpowiednie planowanie, kontrola wydatków, wysoka jakość składanych wniosków oraz profesjonalna współpraca z grantodawcami.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Termin	Odpowiedzialni
Szkolenie z prowadzenia bieżącej kontroli wydatków	Szkolenie dla pracowników biura i członków zarządu nt. monitorowania wydatków, z arkuszem kontrolnym (np. Excel)	Do czerwca 2025 oraz dla nowych pracowników	Kierownik biura
Szkolenie z księgową	Praktyczne szkolenie nt. obsługi aplikacji księgowej i zasad finansowych dla organizacji	Wrzesień / październik 2025	Biuro BJDM + księgowość
Stała kontrola wydatków	Każdy pracownik / osoba odpowiedzialna wpisuje wydatki na bieżąco w systemie kontroli	Cały rok	Biuro BJDM + Kierownik
Kontrola finansowa projektów przez komisję rewizyjną	Przegląd finansów przed Radą Związku oraz w październiku/listopadzie	2x w roku	Komisja rewizyjna
Szkolenia z pozyskiwania środków (MSWiA, BMI, UMWO)	Budowanie kompetencji w pisaniu wniosków, planowaniu budżetu, rozliczenia projektów	Minimum raz do roku	Zarząd + pracownicy biura
Terminowa i rzetelna współpraca z grantodawcami	Składanie wniosków i sprawozdań zgodnie z terminami, kontakt w razie wątpliwości	Cały rok	Biuro BJDM + Zarząd
Udział w Jahresplanungskonferenz (BMI)	Reprezentowanie BJDM, prezentacja projektów i argumentacja potrzeby zwiększenia finansowania	Listopad co roku	Przewodnicząca
Doskonalenie treści wniosków o dotacje	Spójne, merytoryczne i zgodne z wymaganiami grantodawców opisy działań i potrzeb finansowych	Przy każdym naborze	Biuro BJDM + autorzy wniosków

Wskaźniki sukcesu:

- 100% wniosków składanych i rozliczanych w terminie.
- Min. 1 szkolenie rocznie z obszaru zarządzania finansami.
- Dwie kontrole finansowe przeprowadzone rocznie przez komisję rewizyjną.
- Utrzymanie poziomu dofinansowania projektów względem roku poprzedniego.
- Bieżąca kontrola wydatków prowadzona przez wszystkie osoby zaangażowane w realizację projektów.

3.2. Pozyskiwanie nowych funduszy i grantów.

Dla zapewnienia długofalowej stabilności finansowej oraz umożliwienia rozwoju nowych inicjatyw, BJDM powinien aktywnie poszukiwać alternatywnych źródeł finansowania – krajowych i zagranicznych. Dywersyfikacja źródeł środków to nie tylko zabezpieczenie działalności w sytuacjach kryzysowych, ale również szansa na realizację projektów, które nie mieszczą się w aktualnych liniach budżetowych. Kluczowe znaczenie ma tutaj systematyczne monitorowanie dostępnych konkursów grantowych, rozwój kompetencji pracowników i zarządu oraz budowanie sieci kontaktów z instytucjami finansującymi.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Termin	Odpowiedzialni
Monitoring dostępnych źródeł finansowania	Regularne przeszukiwanie portali grantowych, zasubskrybowanie newsletterów dla NGO, aktualizacja listy grantów	Co miesiąc	Zarząd + Kierownik biura
Udział w spotkaniach informacyjnych i szkoleniach organizowanych przez grantodawców	Webinary, warsztaty i konsultacje pomagające lepiej zrozumieć wymagania poszczególnych programów	Przy okazji	Biuro + Zarząd
Wysyłanie zapytań i rozmowy z grantodawcami	Bezpośredni kontakt telefoniczny/mailowy w celu doprecyzowania zasad i sprawdzenia szans na dofinansowanie	W razie potrzeby, przed złożeniem	Biuro

Wskaźniki sukcesu:

- Min. 2 nowe wnioski o dotację złożone rocznie do „nowych” instytucji (poza dotychczasowymi źródłami).
- Wzrost liczby projektów realizowanych ze środków innych niż BMI czy MSWiA.

3.3. Zwiększanie udziału środków własnych.

Środki własne BJDM są niezwykle istotnym elementem budżetu organizacji. Stanowią niezależne i elastyczne źródło finansowania, które nie jest obciążone celowością dotacyjną. Zwiększanie ich udziału zapewnia większe bezpieczeństwo finansowe, zwłaszcza w sytuacjach nieprzewidzianych (np. opóźnienia w rozliczeniach, odmowa przyznania dotacji), oraz umożliwia szybką reakcję na bieżące potrzeby. Równocześnie działania w tym zakresie powinny wzmacniać poczucie wspólnoty i współodpowiedzialności za losy organizacji.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Termin	Odpowiedzialni
Systematyczna komunikacja dot. składek członkowskich	Regularne przypomnienia w mediach społecznościowych, mailach oraz podczas wydarzeń – wraz z informacją o korzyściach	Co kwartał	Biuro

Weryfikacja członkostwa – aktualizacja bazy	Usuwanie z listy członków osób, które nie opłaciły składki przez 2 lata (po uprzednim kontakcie z nieaktywnym członkiem)	Raz w roku (maj)	Biuro
Weryfikacja możliwości wdrożenia bramki płatniczej	Sprawdzenie możliwości wprowadzenia szybkich płatności online za pomocą karty i BLIK (ING Business imoje) dla składek i darowizn		Skarbnik
Stworzenie i aktualizacja bazy potencjalnych donatorów	Identyfikacja firm prowadzonych przez byłych członków BJDM lub firm z misją zbieżną z wartościami organizacji	Coroczna aktualizacja	Biuro
Kampania fundraisingowa	Kampania promująca darowizny na rzecz BJDM (np. z hasłem „Wesprzyj młodych liderów”) wraz z grafiką, filmikiem, zakładką na stronie www	Raz w roku (listopad–grudzień)	Biuro + Zarząd osoba ds. promocji
Uchonorowanie darczyńców podczas wydarzeń BJDM	Publiczne podziękowania (np. dyplom, symboliczna nagroda podczas Gali Młodzieżowej lub Rady Związku)	Raz w roku	Zarząd + Biuro
Rozwój usług barterowych	Nawiązywanie współpracy z firmami i instytucjami w zakresie wzajemnej wymiany usług lub wsparcia rzeczowego	Proces ciągły	Biuro

Wskaźniki sukcesu:

- Minimum 75% członków opłaca składkę członkowską w danym roku.
- Minimum 5 darowizn rocznie od osób fizycznych lub firm.
- Co najmniej 1 kampania fundraisingowa przeprowadzona w mediach społecznościowych rocznie.
- Baza darczyńców i sponsorów zawiera minimum 5 aktywnych kontaktów.

Przykłady realizowanych działań: kontrola Komisji rewizyjnej, udział w JPK (Jahresplanungskonferenz) w BMI, zbieranie składek członkowskich, szkolenia w ramach DPJW/UMWO

4. PUBLIC RELATIONS I WIZERUNEK BJDM.

Cel: Budowa wizerunku aktywnej i otwartej organizacji młodzieżowej poprzez prowadzenie wysokiej jakości, spójnej i celowej komunikacji z otoczeniem.

4.1. Profesjonalne prowadzenie mediów społecznościowych.

Media społecznościowe to kluczowe narzędzie dotarcia do młodych ludzi – według danych z 2024 r. aż 88% osób w wieku 17–35 lat w Polsce regularnie z nich korzysta.³ W środowisku przesycanym treściami od influencerów i reklamą, BJDM musi wyróżniać się autentycznym, nowoczesnym i atrakcyjnym przekazem. Celem jest zbudowanie spójnej, młodzieżowej, ale też profesjonalnej obecności w sieci, która nie tylko promuje działania, ale buduje tożsamość i zaufanie do organizacji.

Harmonogram:

³ Dane z Eurostat, 2024 r.

Działanie	Opis	Termin	Odpowiedzialni
Stała koordynacja komunikacji	Wyznaczenie osoby z zarządu do ścisłej współpracy z biurem ds. social mediów	Od zaraz	Zarząd + Biuro
Opracowanie strategii komunikacji	Stworzenie planu publikacji i zasad komunikacji (język, tematyka, kolorystyka) (kolorystyka: ok, spójność, tematyka nie, język: normalnie luźno – zasady nie muszą być do tego) dostosowanie materiału pod platformę na której będą opublikowane (inne treści na TikToku i Instagrama, a inne na FB. Konsultacje z różnymi grupami wiekowymi)	-Do końca 2026	Biuro + Zarząd osoba ds. promocji
„Spas w Internecie” – luźne, codzienne treści	Wrzucanie humorystycznych postów, np. „Dzień Kartofla” – pokazanie ludzkiego, zabawnego oblicza BJDM	Cały czas	Biuro + Zarząd osoba ds. promocji
„Twarze BJDM” – prezentacja ludzi	Pokazywanie pracowników i członków BJDM w relacjach, wywiadach, postach (kim są, co robią, dlaczego się angażują)	1x w miesiącu	Biuro + Zarząd osoba ds. promocji
Relacje z wydarzeń – komentarze „od kuchni”	Materiały zza kulis z wydarzeń BJDM (np. wypowiedzi zarządu po Radzie Związku, backstage z przygotowań do wydarzeń)	Każde większe wydarzenie	Biuro + Zarząd osoba ds. promocji
Współpraca z doradcą z zakresu mediów społecznościowych	Regularne wsparcie poprzez komunikację i warsztaty z ekspertem dot. komunikacji z młodzieżą, trendów i algorytmów	Do końca 2026	Biuro + Zarząd osoba ds. promocji
Ewaluacja komunikacji	Coroczna analiza skuteczności działań (zasięgi, zaangażowanie, jakość treści, feedback członków), przygotowanie rekomendacji	Grudzień każdego roku / co pół roku	Biuro + Zarząd osoba ds. promocji

Wskaźniki sukcesu:

- Wzrost liczby obserwujących o min. 10% rocznie (na FB, IG).
- Min. 3–4 posty tygodniowo, w tym 1 o charakterze luźnym.
- Średnie zaangażowanie (komentarze, polubienia, udostępnienia) zwiększa się
- Pozytywne opinie uczestników działań BJDM nt. widoczności w sieci (min. 80% w ankiecie ewaluacyjnej rocznej).

4.2. Wzmocnienie zewnętrznej reprezentacji BJDM i promocji postulatów młodzieży.

BJDM jako organizacja młodzieżowa reprezentująca interesy młodych członków mniejszości niemieckiej w Polsce, musi aktywnie kształtować swój wizerunek również poza środowiskiem młodzieżowym. Budowanie pozytywnego odbioru wśród instytucji dorosłych (np. VdG, TSKN, DFK), przedstawicieli politycznych, dyplomatycznych (ambasada, konsulat), partnerów organizacyjnych i szeroko pojętej opinii publicznej, jest kluczowe dla trwałości działań i możliwości rozwoju.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Termin	Odpowiedzialn i
Utrzymanie aktywnej obecności w VdG	Udział przewodniczącego w posiedzeniach VdG, przygotowanie raportów, zgłaszanie uwag i wniosków	Stałe działanie	Przewodniczący BJDM
Reprezentacja w strukturach regionalnych (np. TSKN)	Udział przedstawicieli BJDM w zebraniach regionalnych mniejszości niemieckiej	Min. 4 razy w roku	Zarząd BJDM
Opracowanie i przedstawienie postulatów młodzieży wobec struktur dorosłych	Spisanie oczekiwań wobec TSKN i DFK (np. osoba kontaktowa ds. młodzieży, pomoc w kontaktach lokalnych)	Do końca czerwca 2026	Wiceprzewodnicząca + Biuro
Systematyczna współpraca z TSKN w zakresie promocji wydarzeń i rekrutacji młodzieży	Przesyłanie informacji o działaniach BJDM do Rundschreiben TSKN, tworzenie gotowych komunikatów do dalszego przesyłu	Co miesiąc	Biuro BJDM

Wskaźniki sukcesu:

- BJDM uczestniczy w min. 90% spotkań VdG, przygotowując wnioski i efekty ze spotkań.
- Co najmniej 5 oficjalnych wydarzeń zewnętrznych z obecnością przedstawicieli BJDM rocznie.
- Powstanie dokumentu z postulatami młodzieży i jego przekazanie do min. 3 struktur dorosłych.
- Wysyłka informacji do Rundschreiben TSKN min. 4 razy w roku.

4.3. Konsekwentne budowanie marki BJDM.

Silna i rozpoznawalna marka BJDM to podstawa poczucia wspólnoty i „dumy” z przynależności do organizacji. Młodzi ludzie identyfikują się z wartościami i językiem wizualnym. Dlatego BJDM powinien być widoczny nie tylko podczas własnych projektów, ale także wszędzie tam, gdzie działają młodzi ludzie z mniejszości niemieckiej. Marka BJDM powinna być rozpoznawalna i kojarzona z nowoczesnością i zaangażowaniem młodego pokolenia.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Termin	Odpowiedzialn i
Rozprowadzanie materiałów promocyjnych (merch)	Koszulki, naklejki, torby, przypinki – dla uczestników projektów młodzieżowych BJDM oraz współorganizowanych.	Od 2026 r.	Koordynator projektu
Obecność logo BJDM na	Zapewnienie, by BJDM był reprezentowany wizualnie także na projektach organizowanych przez inne podmioty.	Stałe działanie	Zarząd + Biuro

gadżetach partnerskich			
------------------------	--	--	--

Wskaźniki sukcesu:

- Minimum 3 artykuły/relacje w tradycyjnych mediach rocznie.
- Co najmniej 1 audycja radiowa z udziałem BJDM w ciągu roku.
- Organizacja co najmniej 1 happening lub akcja publiczna BJDM rocznie.

4.4. Antidotum jako medium promujące działania BJDM.

Antidotum jest platformą medialną tworzoną przez i dla młodzieży mniejszości niemieckiej w Polsce. Stanowi przestrzeń do wyrażania opinii, podejmowania ważnych tematów społeczno-kulturowych, prezentowania projektów BJDM oraz rozwijania tożsamości młodych ludzi. Łączy w sobie funkcje informacyjne, edukacyjne i tożsamościowe – prezentuje działalność BJDM, wspiera naukę języka niemieckiego oraz porusza tematy bliskie młodym: życie codzienne, wartości, wyzwania i styl życia. Jest to również narzędzie budowania marki BJDM – nowoczesnej, otwartej i mówiącej autentycznym głosem młodzieży. Aby w pełni wykorzystać potencjał „Antidotum”, konieczna jest jego profesjonalizacja, poszerzenie grupy odbiorców, rozwój redakcji oraz konsekwentne wykorzystywanie go jako kanału komunikacji i promocji.

Harmonogram:

Działanie	Opis	Termin	Odpowiedzialni
Przegląd i aktualizacja bazy odbiorców	Weryfikacja i uzupełnienie kontaktów „Antidotum”	Do końca września 2025	Redaktor naczelny + Zarząd + Biuro
Rekrutacja do redakcji młodzieżowej	Nabór nowych autorów – kampania w SM i przez DFK/BJDM	1 x w roku	Redakcja + Zarząd BJDM
Promocja abonamentu „Antidotum”	Kampania informacyjna: czemu warto czytać, jak się zapisać, jakie tematy	Stałe działanie	Redakcja + Biuro
Wprowadzenie młodzieżowego kontentu	Nowe formy / treści: komiksy, teksty krytyczne i odważne, quizy, komentarze i opinie tworząc zjawisko „clickbait”	Od 2026	Redakcja młodzieżowa
Rubryka „BJDM od kuchni”	Stała rubryka pokazująca działania BJDM, projekty, wywiady z działaczami	Każdy numer	Biuro + Zarząd + Redakcja
Integracja z mediami społecznościowymi BJDM	Udostępnianie treści „Antidotum” w SM + teaser video	Od zaraz	Redaktor naczelny
Profesjonalizacja redakcji	Oferowane szkolenia z zakresu mediów oraz hospitacje w innych organizacjach; praktyczne zadania w terenie z sprzętem: kamerą, statywem, mikrofonami	Od zaraz	Redaktor naczelny + Redakcja
Budowanie zgranej redakcji	Regularne spotkania integracyjne i warsztaty, aby zbudować zgraną grupę redakcyjną, promować	Co miesiąc	Redaktor naczelny + Redakcja

	otwartą komunikację, wymianę pomysłów i motywować do pisania		
Platforma do wymiany pomysłów	Utworzenie dedykowanej przestrzeni online, np. na Google Drive, do dzielenia się pomysłami na artykuły, planowania tematów i zbierania feedbacku		Redaktor naczelny

Wskaźnik sukcesu:

- Blog „Antidotum” czyta z roku na rok więcej młodych osób.
- Pojawienie się treści viralowych w social media (min. 1 viralowy post).
- Co najmniej jedno spotkanie miesięczne dla redakcji Antidotum.

4.5. Zwiększenie widoczności BJDM poza swoją bańką.

Aby organizacja mogła dotrzeć do szerszego kręgu młodych ludzi, nie tylko tych już związanych z BJDM, konieczne jest wyjście poza dotychczasowe grono odbiorców. Zwiększenie widoczności w nowych środowiskach i dotarcie do osób spoza bańki może znacząco wpłynąć na dalszy rozwój organizacji. Kluczowe w tym celu będą działania promujące BJDM w szerokim spektrum mediów oraz współpraca z różnymi organizacjami młodzieżowymi.

Harmonogram:

Działanie	Co?	Kiedy?	Kto?
Zakup postów promowanych w mediach społecznościowych	Reklamowanie BJDM poprzez płatne kampanie w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram), które docierają do osób spoza dotychczasowej bańki.	Najciekawsze posty	Biuro BJDM
Reklama projektów w tradycyjnych mediach	Publikowanie artykułów i notek prasowych, reklama wydarzeń w lokalnych gazetach, stacjach radiowych, a także portalach internetowych. (np. pojedyncze reklamy w radiu Park)	W przypadku dużych projektów	Biuro BJDM
Audycje radiowe	Udział w innych formach medialnych jak np. audycji radiowej „Babskie Sprawy”	1 x roku	Biuro BJDM + Współpraca z mediami
Współpraca z innymi organizacjami młodzieżowymi	Utrzymywanie współpracy z organizacjami młodzieżowymi, takimi jak PROM Polska, by wyjść poza swoją bańkę.	Cały okres	Zarząd
Happeningi i akcje	Organizowanie happeningu bądź innych „visibility actions”, które zwrócą uwagę młodych ludzi na BJDM	1 raz w roku	Biuro BJDM + Zarząd

Wskaźniki sukcesu:

- Minimum 3 artykuły/relacje w tradycyjnych mediach rocznie.
- Co najmniej 1 audycja radiowa z udziałem BJDM w ciągu roku.
- Organizacja co najmniej 1 happening lub akcja publiczna BJDM rocznie.

Przykłady działań: Osterseminar, spotkania z VIPami, reprezentacja BJDM na różnych wydarzeniach (np. Adventskonzert, Sommerempfang, Dni Kultury Niemieckiej, 35-lecie TSKN, pielgrzymka na

Annaberg), udział w PNWM oraz PROM, Straßenfest, szkolenia w ramach Antidotum, działania Social media, Öffentlichkeitsarbeit / Public relations, Filmabende)