

2018 - 2024

5 Years PLE



IMPRESSUM

Publisher

ProLife Europe e.V.
Memminger Str. 30D – 89264 Weißenhorn
Register of Associations: 202252
info@prolifeurope.org
prolifeurope.org

Idea, Concept and Content

Bethany Janzen

Text

Clara Auersperg

Layout & Graphics

Maria Czernin

Photos

ProLife Europe

Printer

Mail-Service Ges.m.b.H
Mail-Servicestraße 1
A-9556 Liebenfels



Mission

WHAT'S GOING ON?

The reality of our culture of
death disguised as choice, freedom,
rights and dignity.

Editorial

Beispiel Text

The reality of our culture of death disguised as choice, freedom, rights and dignity.



Linz	Passau	LMU München	LMU München			
Wien	Stuttgart	Salzburg	Salzburg			Vilnius
Innsbruck	Budapest (HU)	Den Haag	Den Haag			Duisburg
Vorarlberg	Uni Deb (Uni of	Augsburg	Augsburg			Aachen
Kärnten	Debrecen)	Brüssel	Brüssel			Coimbra
München	Bonn	Szentendre (HU	Szentendre (HU	Beograd		Göttingen
Freiburg	Eichstätt	Graz	Graz	Köln		Hannover
	Utrecht	Heiligenkreuz	Heiligenkreuz	Amsterdam		Buchum
	Luxembourg	Regensburg	Regensburg	Gießen		
		Uni Wien	Uni Wien	Heidelberg	Berlin	
★	★	★	★	★	★	★
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024

ProLife Europe ist derzeit in 10 Ländern aktiv. Wir zählen auf die Arbeit von zahlreichen motivierten Jugendlichen, aufgeteilt auf 34 Gruppen.

Recap 5 Years Warum ProLife?

Principles?

Pro - Love

Pro - Bonds

Pro - Responsibility

Pro - Truth

Pro - Beauty

Mit welcher Vision wir gestartet haben

TEXT BEISPIEL 1

Durch die Tatsache, dass Straßen-Outreaches, Gesprächsaktionen und Vorträge kaum bis gar nicht möglich waren, wurde unsere Kreativität immer wieder herausgefordert. Wir wussten aber: Unsere Arbeit darf nicht aufhören.

Um die Gruppen zu konkreten Aktionen anzuleiten und sie trotz Lockdowns zu motivieren, wurde das Konzept der „Human Life Awareness Week“ kreiert. Unsere Grundidee: über alle Themen des Lebens zu sprechen – unter dem Motto: Egal, welche Steine dir in den Weg gelegt werden – das



Warum wir machen was wir machen

Durch die Tatsache, dass Straßen-Outreaches, Gesprächsaktionen und Vorträge kaum bis gar nicht möglich waren, wurde unsere Kreativität immer wieder herausgefordert. Wir wussten aber: Unsere Arbeit darf nicht aufhören.

Um die Gruppen zu konkreten Aktionen anzuleiten und sie trotz Lockdowns zu motivieren, wurde das Konzept der „Human Life Awareness Week“ kreiert. Unsere Grundidee: über alle Themen des Lebens zu sprechen – unter dem Motto: Egal, welche Steine dir in den Weg gelegt werden – das Leben ist es IMMER wert! Neben dem Thema Abtreibung sollte über Sterbehilfe und assistierten Suizid, eu-

Recap 5 Years SOME STATISTICS

Gegründete Gruppen

18%

XXXXXX

AUSTRIA: 13

GERMANY: 16

HUNGARY: 3

SWITZERLAND: 3

FRANCE: 1

XXXXXX

PORTUGAL: 3

FINLAND: 2

NETHERLANDS: 3

BELGIUM: 1

SERBIA: 1

Erreichte Herzen

81%



Trainings

Text beispiel 5

In order for student leaders to make a change in our culture, they need direction and support. Our ProLife Europe team does just this. But we can't do it without

Recap. 5 Years Changing culture

University-style

TEXT BEISPIEL 1

Lange hat sie gedauert, die Corona-bedingte Aktionspause für Straßen-Outreaches. Um aus der Homeoffice-Starre schnell herauszukommen, nehmen wir uns für die Monate Juli bis September ein enormes Projekt vor: Wir gehen von Tür zu Tür mit einem hohen Ziel: **Wir wollen 10.000 Menschen erreichen**, das Thema



Profile von 3 Pro-Life-Gruppen

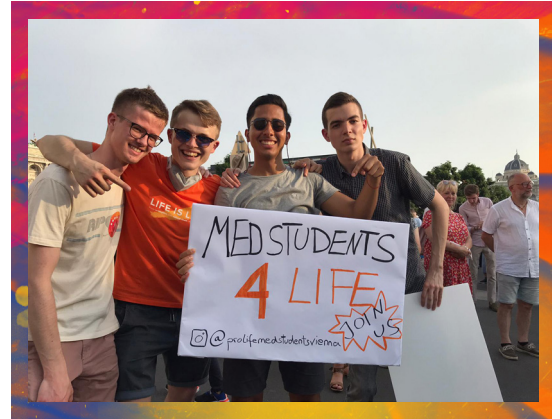
Lange hat sie gedauert, die Corona-bedingte Aktionspause für Straßen-Outreaches. Um aus der Homeoffice-Starre schnell herauszukommen, nehmen wir uns für die Monate Juli bis September ein enormes Projekt vor: Wir gehen von Tür zu Tür mit einem hohen Ziel: **Wir wollen 10.000 Menschen erreichen**, das Thema Abtreibung (gerade auch in Krisenzeiten) thematisieren und vor allem über Hilfe im Schwangerschaftskonflikt aufklären.

An fremde Türen zu klopfen, kostet große Überwindung. Viel weiter raus aus der Komfortzone ist nicht möglich. Aber, es zahlt sich aus, wie auch Clara von der ProLife Uni Wien Gruppe berichtet: „Wie ich das erste Mal von der Tür-zu-Tür-Aktion gehört habe,

Die an der Uni aktiv sind alt

TEXT BEISPIEL 3

Lange hat sie gedauert, die Corona-bedingte Aktionspause für Straßen-Outreaches. Um aus der Homeoffice-Starre schnell herauszukommen, nehmen wir uns für die Monate Juli bis September ein enormes Projekt vor: Wir gehen von Tür zu Tür mit einem hohen Ziel: **Wir wollen 10.000 Menschen erreichen**, das Thema Abtreibung (gerade auch in Krisenzeiten) thematisieren und vor allem über Hilfe im Schwan-



Die an der Uni aktiv sind neu

TEXT BEISPIEL 4

Lange hat sie gedauert, die Corona-bedingte Aktionspause für Straßen-Outreaches. Um aus der Homeoffice-Starre schnell herauszukommen, nehmen wir uns für die Monate Juli bis September ein enormes Projekt vor: Wir gehen von Tür zu Tür mit einem hohen Ziel: **Wir wollen 10.000 Menschen erreichen**, das Thema Abtreibung (gerade auch in Krisenzeiten) thematisieren und vor allem



TEXT BEISPIEL 5

Lange hat sie gedauert, die Corona-bedingte Aktionspause für Straßen-Outreaches. Um aus der Homeoffice-Starre schnell herauszukommen, nehmen wir uns für die Monate

Recap 5 Years Erfolgsrezept Outreach

1 Feedback

TEXT BEISPIEL 1

Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“, dem „Internat. Tag der Menschenrechte“, dem „Tag gegen Gewalt an Frauen“, dem Muttertag und während der „Human Life Awareness Week“.



2 Feedback

TEXT BEISPIEL 2

Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“, dem „Internat. Tag der Menschenrechte“, dem „Tag gegen Gewalt an Frauen“, dem Muttertag und während der „Human Life Awareness Week“.

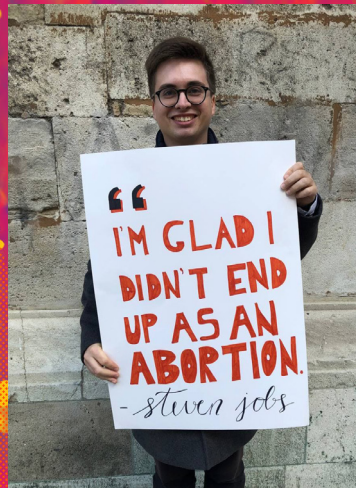


3 Feedback

TEXT BEISPIEL 3

Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“, dem „Internat. Tag der Menschenrechte“, dem „Tag gegen Gewalt an Frauen“, dem Muttertag und während der „Human Life Awareness Week“.





TEXT BEISPIEL 4

Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“, dem „Internat. Tag der Menschenrechte“, dem „Tag gegen Gewalt an Frauen“, dem Muttertag und während der „Human Life Awareness Week“.

Recap 5 Years Trainings



Überblick zu
unserem
Angebot inkl.

TEXT BEISPIEL 1

Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“, dem „Internat. Tag der Menschenrechte“, dem „Tag gegen Gewalt an Frauen“, dem Muttertag und während der „Human Life Awareness Week“.

Feedback von Teilnehmern

TEXT BEISPIEL 2

Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“,



Recap 5 Years Social Media Präsenz:

Statistiken

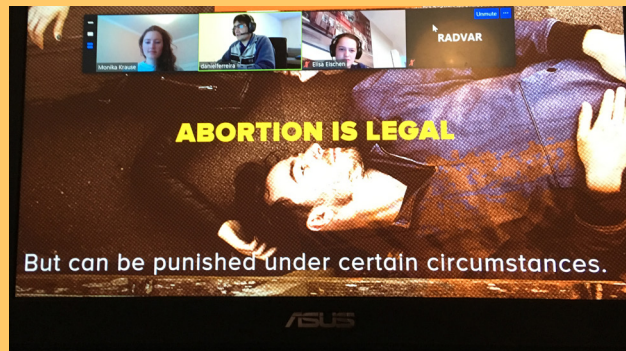
Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“, dem „Internat. Tag der Menschenrechte“, dem „Tag gegen Gewalt an Frauen“, dem Muttertag und während der „Human Life Awareness Week“.

*Durchschnittlich €750 kostet eine SM Kampagne für ProLife Europe



Erfolgreichste

Group Events sind dazu da, die Gemeinschaft in der Gruppe zu stärken. Dazu gehören Filmabende, Vorträge, Pro-Life-Picknicks, gemeinsame Fahrten zum Marsch für das Leben und vieles mehr.



Outreaches*:

Outreaches bringen uns alle raus aus der Komfortzone. Doch nur so können wir etwas verändern: in tiefgehenden Eins-zu-Eins-Gesprächen, am



Text beispiel

Ein Social Media Kanal macht unsere Gruppen und unsere Botschaft sichtbar. Gerade Kampagnen zu spezifischen Themen helfen den Gruppen, bewusst Materialien zu erstellen, wie im vergangenen Jahr zum „Safe Abortion Day“, dem „Internat. Tag der Menschenrechte“, dem „Tag gegen Gewalt an Frauen“, dem Muttertag und während der „Human Life Awareness Week“.

Durchschnittlich €750 kostet eine SM Kampagne für ProLife Europe

Teaser neue Website

Recap 5 Years Update Uni Regensburg

Changing culture

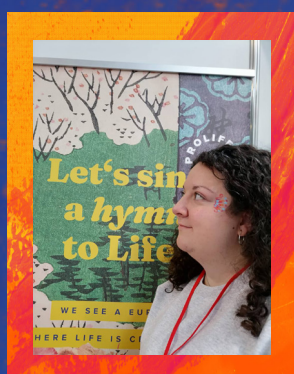
TEXT BEISPIEL 1

Durch die Tatsache, dass Straßen-Outreaches, Gesprächsaktionen und Vorträge kaum bis gar nicht möglich waren, wurde unsere Kreativität immer wieder herausgefordert. Wir wussten aber: Unsere Arbeit darf nicht aufhören.

Um die Gruppen zu konkreten Aktionen anzuleiten und sie trotz Lockdowns zu motivieren, wurde das Konzept der „**Human Life Awareness Week**“ kreiert. Unsere Grundidee: über alle Themen des Lebens zu sprechen – unter dem Motto: Egal, welche Steine dir in den Weg gelegt werden – das Leben ist es IMMER wert! Neben dem Thema Abtreibung sollte über Sterbehilfe und assistierten Suizid, eugenische Indikation (verbunden mit dem Welt-Downsyndrom-Tag am 21. März), Leid nach Abtreibung und Feminismus gesprochen werden. Der Kreativität der Gruppen und ihrer

"FINDING LEADERS"

BERICHT MEHR-KONFERENZ UND
MARSCH-WOCHENENDEN



Bericht MEHR-Konferenz



Marsch-Wochenenden





Taking action.

Changing culture



📍 PROLIFE UNI

Gruppen 1

15. Februar - 08. März 21

TEXT BEISPIEL 1

Zu Beginn des neuen Jahres legten wir unseren Fokus ganz besonders auf die Ausbildung unserer Gruppenleiter. Warum? Unsere Gruppenleiter sind der Schlüssel zum Erfolg: Ein aktiver Leiter bedeutet eine aktive und motivierte Gruppe. Doch auch Gruppenführung will gelernt sein. Deshalb organisierten wir eine mehrteilige Schulungsreihe mit kompetenten Gastreferenten zu den Themen:

- Leadership: You're here for such a time as this / Leitung: Warum DU gebraucht wirst
- Leading means winning people's hearts / Leitung heißt: Andere zu begeistern
- Digital Leadership / Leitung und Soziale Medien
- Your Leadership-legacy / Wer wird dir nachfolgen?

TEXT BEISPIEL 2

25 neue Gruppenleiter wurden aktiv auf ihre Leitungsposition vorbereitet. Das Gelernte haben sie Woche für Woche mit ihrer Gruppe umgesetzt. Die Früchte dieser Schulungen zeigen sich immer noch durch viele Aktionen der beteiligten Gruppen. Victoria, eine Teilnehmerin, war durch die Schulung zur Gründung ihrer Gruppe ermutigt worden. Hier ihr Feedback:

„Eine super interessante Fortbildung mit vielen kompetenten Gastvorträgen und anschließender praktischer Umsetzung des gerade Gelernten. Es war außerdem super, andere ProLifer aus Europa kennenzulernen und sich mit den Gruppenleitern in Deutschland zu vernetzen.“

Victoria, Gruppenleiterin ProLife Wuppertal

Der Leadership Kurs bildete einen großen Teil unserer Vor-

Gruppen 3

TEXT BEISPIEL 3

Durch die Tatsache, dass Straßen-Outreaches, Gesprächsaktionen und Vorträge kaum bis gar nicht möglich waren, wurde unsere Kreativität immer wieder herausgefordert. Wir wussten aber: Unsere Arbeit darf nicht aufhören.

Um die Gruppen zu konkreten Aktionen anzuleiten und sie trotz Lockdowns zu motivieren, wurde das Konzept der „**Human Life Awareness Week**“ kreiert. Unsere Grundidee: über alle Themen des Lebens zu sprechen – unter dem Motto: Egal, welche Steine dir in den Weg gelegt werden – das Leben ist es **IMMER** wert! Neben dem Thema Abtreibung sollte über Sterbehilfe und assistierten Suizid, eugenische Indikation (verbunden mit dem Welt-Downsyndrom-Tag am 21. März), Leid nach Abtreibung und Feminismus gesprochen werden. Der Kreativität der Gruppen und ihrer Mitglieder waren keine Grenzen gesetzt. Das Ergebnis ließ sich sehen: zahlreiche Straßenkreide-Aktionen, ein Musik-Outreach in der Wiener Innenstadt und sehr viele Postings auf den Social-Media Seiten der einzelnen Gruppen, immer mit den Hashtags #lifeislife und



Gruppen 2

Juli - September '21

TEXT BEISPIEL 4

Lange hat sie gedauert, die Corona-bedingte Aktionspause für Straßen-Outreaches. Um aus der Homeoffice-Starre schnell herauszukommen, nehmen wir uns für die Monate Juli bis September ein enormes Projekt vor: Wir gehen von Tür zu Tür mit einem hohen Ziel: **Wir wollen 10.000 Menschen erreichen**, das Thema Abtreibung (gerade auch in Krisenzeiten) thematisieren und vor allem über Hilfe im Schwangerschaftskonflikt aufklären.

An fremde Türen zu klopfen, kostet große Überwindung. Viel weiter raus aus der Komfortzone ist nicht möglich. Aber, es zahlt sich aus, wie auch Clara von der ProLife Uni Wien Gruppe berichtet: „Wie ich das erste Mal von der Tür-zu-Tür-Aktion gehört habe, war ich - um ehrlich zu sein - ziemlich eingeschüchtert. Ich war mir nicht sicher, ob ich das eine gute Idee finden



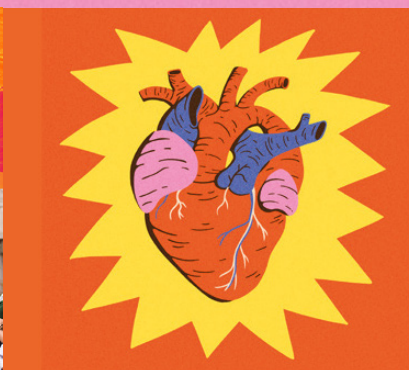
TEXT BEISPIEL 5

oder nicht. Aber ich war wirklich positiv überrascht von den letzten Tagen. Einerseits bin ich als Person sicher wieder ein bisschen mehr über mich hinausgewachsen und habe viel gelernt. Andererseits hatten wir die Möglichkeit, einige wirklich tolle Gespräche zu führen, die mich zum Teil auch sehr berührten.“

Mit jeder geöffneten Tür können wir mehr Menschen erreichen und Herzen verändern. Die Kosten dieser Aktion sind sehr hoch - fast € 10.000. Danke an all unsere großzü-

Recap 5 Years Rückblick in Bildern

WHERE THERE IS



Text





Unsere Ziele für 2025 und darüber hinaus

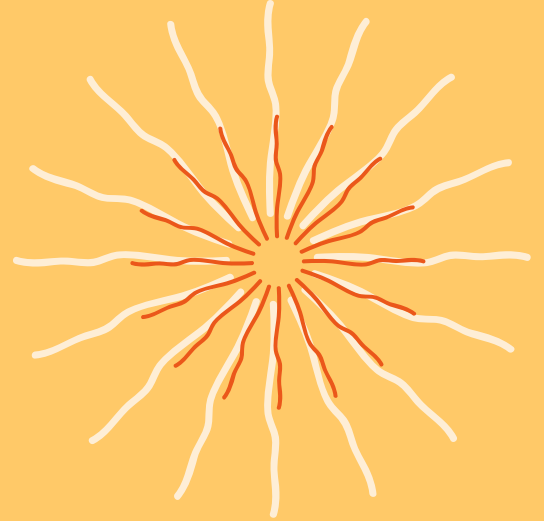
For every silent voice there will be other voices silenced. How young Europeans are reaching their generation.

Recap 5 Years **In eigener Sache**



**DANKWORT AN JOSEF
BÜCHSENMEISTER UND INFO JOSEPH
BECKER PLUS GRATULATION**

Lasst uns gemeinsam



GRAFIK STUDENTEN- SPENDER-PROLIFE

3 KURZE WORTE VON SPENDERN

- 1- Find two other pro-lifers from your university, school, gym – or wherever!
- 2- Email ProLife Europe at getactive@prolifeeurope.org and we will send you your free Life Advocate Kit with your personalized group logo, social media graphics, and stickers.
- 3-Carry out your first action!

No Time? No worry!

How can you still help? Want to make a difference, but can't start a group?

2) BECOME A LIFESAVER:

- Send us an e-mail at info@prolifeeurope.org with the phrase "I want be a LifeSAVER" with your postal address.
- Go to prolifeeurope.org/donate and start your monthly donation of €5. Send us the receipt.
- Receive your LifeSAVER Package in the post: some cool stickers, a shopping bag, and other campaigning materials. You can now spread the message of life! Stick the stickers. Subscribe to our Telegram channel (ProLife Europe) and stay in touch!

3) BECOME A MONTHLY DONOR

With a fix donation we can plan better and thus work more effectively.



4) MAKE A ONE-TIME GIFT

In order for student leaders to make a change in our culture, they need direction and support. Our ProLife Europe team does just this. But we can't do it without you. Finding, training, and mentoring leaders of a pro-life group costs €2,600 per year.



MY BODY MY RULES

RULE N.1:

No weapons in my womb.

RULE N.2:

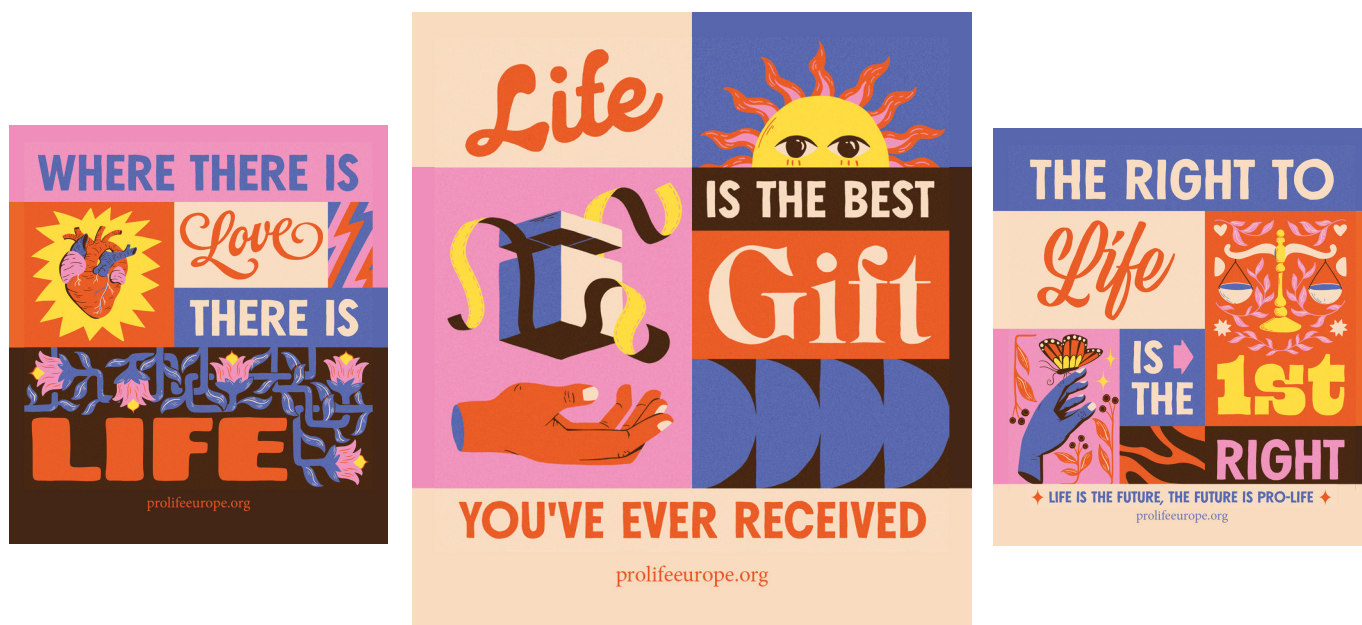
No violence inside me.

RULE N.3:

No hate in my heart.



NOW IS THE TIME.



How?

1) START A PRO-LIFE GROUP!

- 1- Find two other pro-lifers from your university, school, gym – or wherever!
- 2- Email ProLife Europe at getactive@prolifeurope.org and we will send you your free Life Advocate Kit with your personalized group logo, social media graphics, and stickers.
- 3-Carry out your first action!

No Time? No worry!

How can you still help? Want to make a difference, but can't start a group?

2) BECOME A LIFESAVER!

- ➔ Send us an e-mail at info@prolifeurope.org with the phrase "I want be a LifeSAVER" with your postal address.
- ➔ Go to prolifeurope.org/donate and start your monthly donation of €5. Send us the receipt.
- ➔ Receive your LifeSAVER Package in the post: some cool stickers, a shopping bag, and other campaigning materials. You can now spread the message of life! Stick the stickers. Subscribe to our Telegram channel (ProLife Europe) and stay in touch!



3) BECOME A MONTHLY DONOR

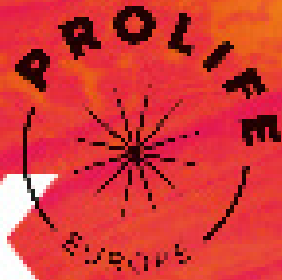
With a fix donation we can plan better and thus work more effectively.

4) MAKE A ONE-TIME GIFT ☺*👉

In order for student leaders to make a change in our culture, they need direction and support. Our ProLife Europe team does just this. But we can't do it without you. Finding, training, and mentoring leaders of a pro-life group costs €2,600 per year.

We just want to say

THANK YOU!



for supporting our mission.

prolifeeurope.org/donate

GERMANY (main)

Deutschland: Bank für Sozialwirtschaft
München

IBAN: DE42 7002 0500 0001 6602 01

AUSTRIA

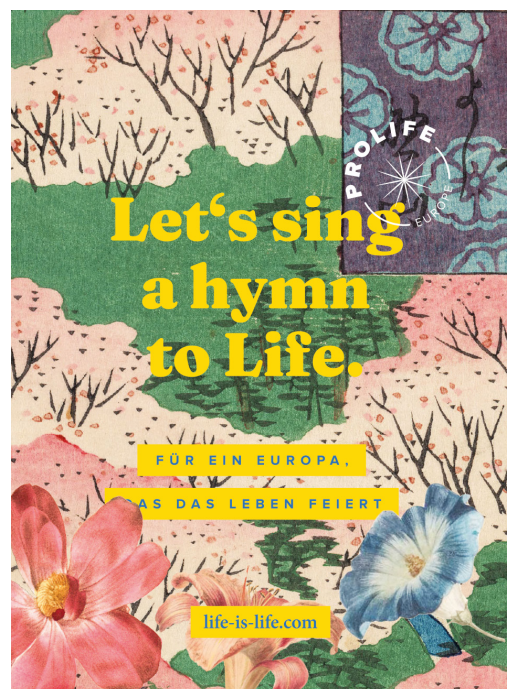
Österreich: Hypo Oberösterreich

IBAN: AT30 5400 0000 0070 6283

HUNGARY

Ungarn: OTP Bank Hungary

IBAN: HU96 1173 7007 2372 5601 0000
0000



**TAKE
COURAGE
AND RAISE
YOUR VOICE.**





Contacts



[prolife_europe](#)



[prolifeeurope](#)



[prolifeeurope.org](#)



info@prolifeeurope.org



[+49 151 7189 0856*](#)



[Memminger Str. 30](#)
[D – 89264 Weißenhorn*](#)

* Office hours: Mondays 8:00-12:00, Fridays 8:00-12:00, 13:00-17:00

#LIFEISLIFE

