

# Einführung in Kampagnenarbeit

Sabine Lassauer & Jakob Migenda

*Kampagnenunterstützer\*innen bei Attac*

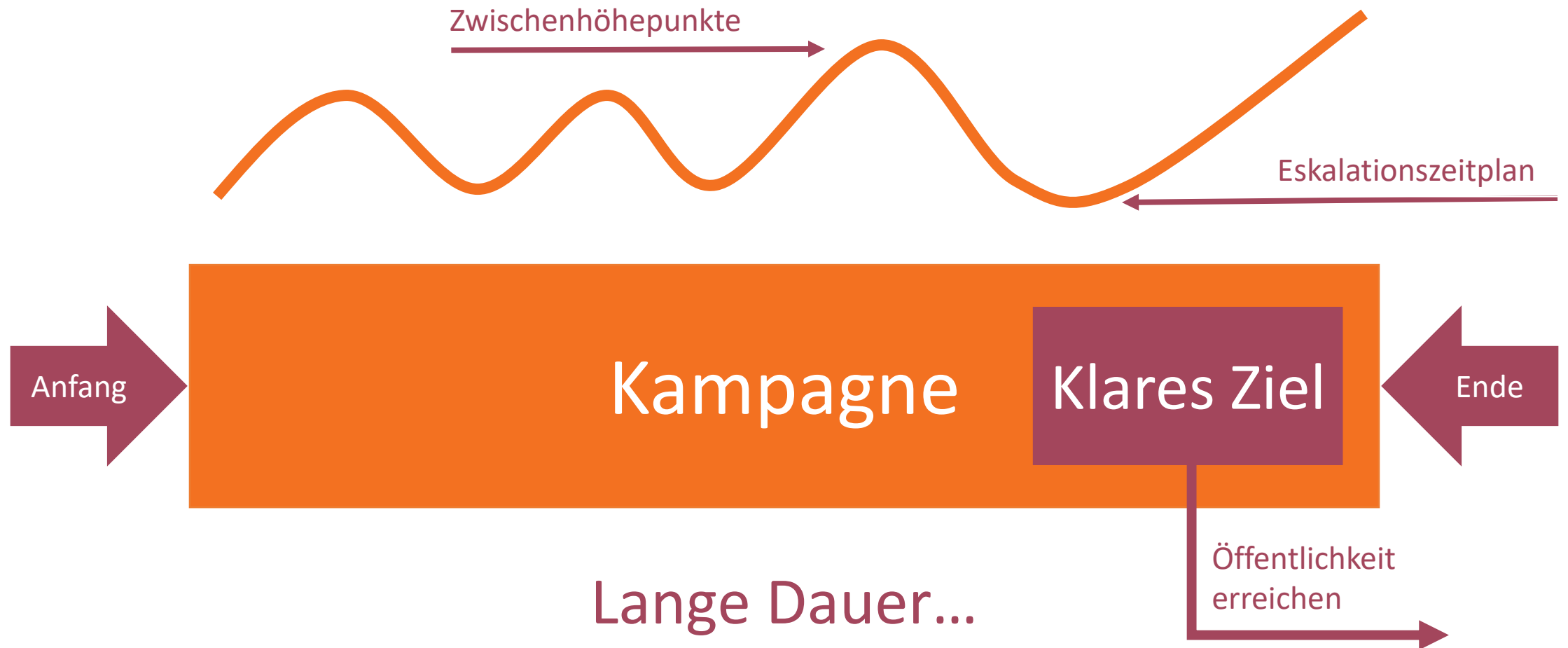
# Inhalt

---

1. Was sind Kampagnen und wenn ja wie viele?
2. Wie kann eine Kampagne wirklich Druck machen?
3. Wir basteln unsere eigene Kampagne

# Was sind Kampagnen?

---



# Was sind Kampagnen nicht?

---

## Politische Ziele

- „gerechter Welthandel“

## Kampagnen

- „Stoppt Mercosur“

## Aktionen

- Großdemo

# Kampagnentypen

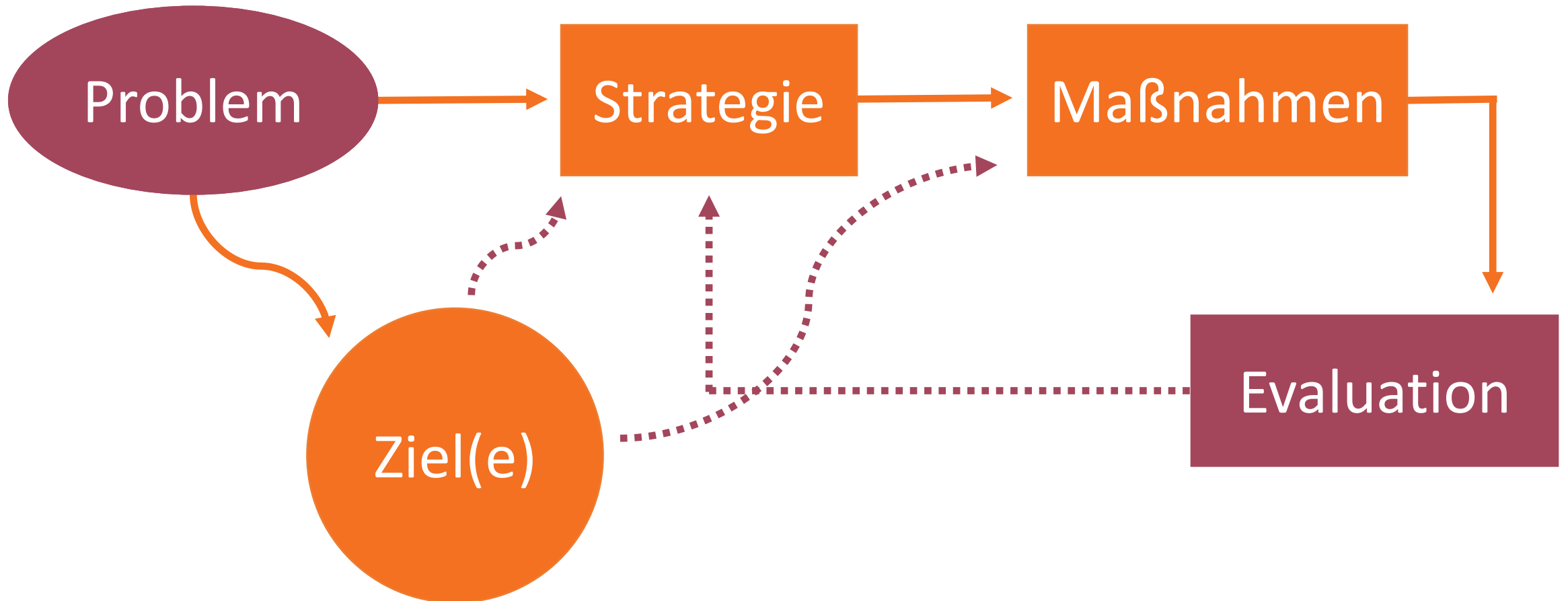
---

1. Aufklärungskampagne
2. Mobilisierungskampagne
3. Druckkampagne
4. Konzernkampagne



# Kampagnenförmiges Denken

---



# Rahmenbedingungen einer Kampagne

---

Politische Agenda

Stand im Politikprozess  
*Policy Cycle*

Gesellschaftlicher Wille  
zur Veränderung  
*Theory of Change*

**Kampagne**

Akteursumfeld  
*Umfeldanalyse, Spektrum der  
Verbündeten*

Bewegungszyklus  
*Movement Action Plan*

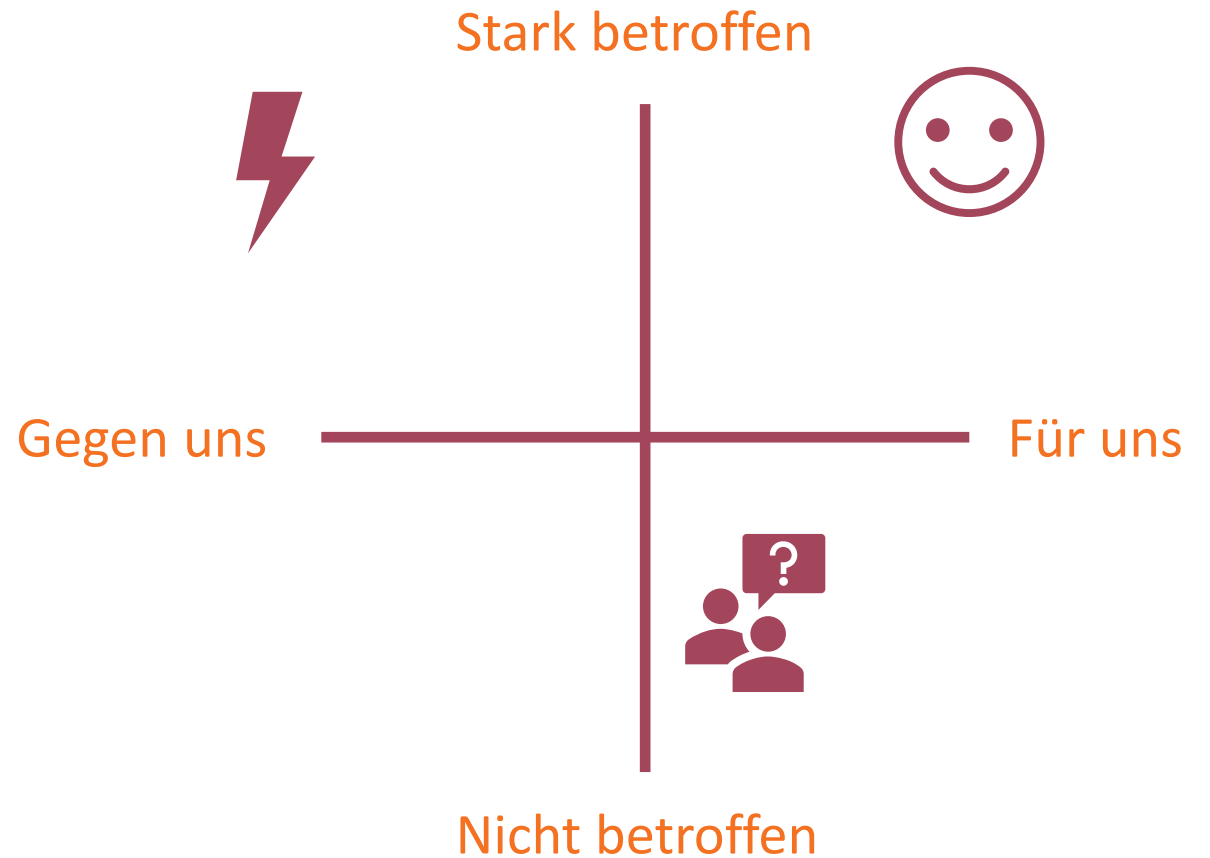
Eigene Fähigkeiten,  
Ressourcen, „Style“

.....

# Umfeldanalyse

---

1. Verbündete & Gegner\*innen klären
2. Adressat\*innen klären
3. Ziele überprüfen





# Zielgruppen & Adressat\*innen

---

## Zielgruppe

*Wen spreche ich (direkt) an?*

- Publikum: attacies, Passant\*innen
- Medienöffentlichkeit:
  - zunächst Journalist\*innen
  - darüber bestimmte Gruppen, z. B. links-grünes Milieu, Steuerzahler\*innen, Menschen mit geringem Einkommen,....

## Adressat\*in

*Wen will ich damit erreichen?*

- Politiker\*innen: Gesetz machen, Beschluss ändern,...
- Einzelpersonen: mit uns protestieren, sich wehren, sich Attac anschließen,...
- Konzerne: einlenken, von etwas abrücken

# Politische Einflussnahme

---

Öffentliche  
Meinung 

Framing  


Unruhe stiften  


Insider werden  


Mechanismen  
politischen  
Einflusses

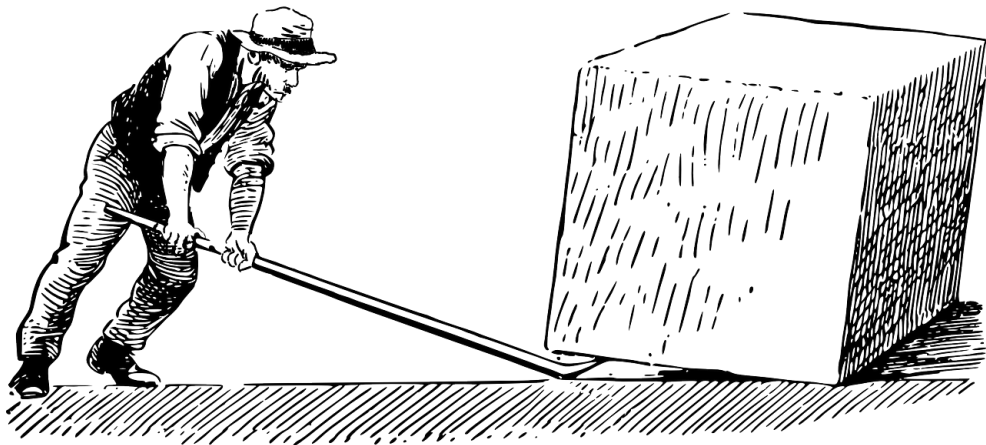
Bumerang-  
Prinzip 

Gerichts-  
entscheidungen 

# Politische Einflussnahme

---

## Die Sache mit dem Hebel



Passende Zeit

Hohe Zustimmung

Anstehende Wahlen

ungewöhnliche  
Partner\*innen

Eliten-Konflikte

# Beispiel: Montgomery Bus Boycott

---

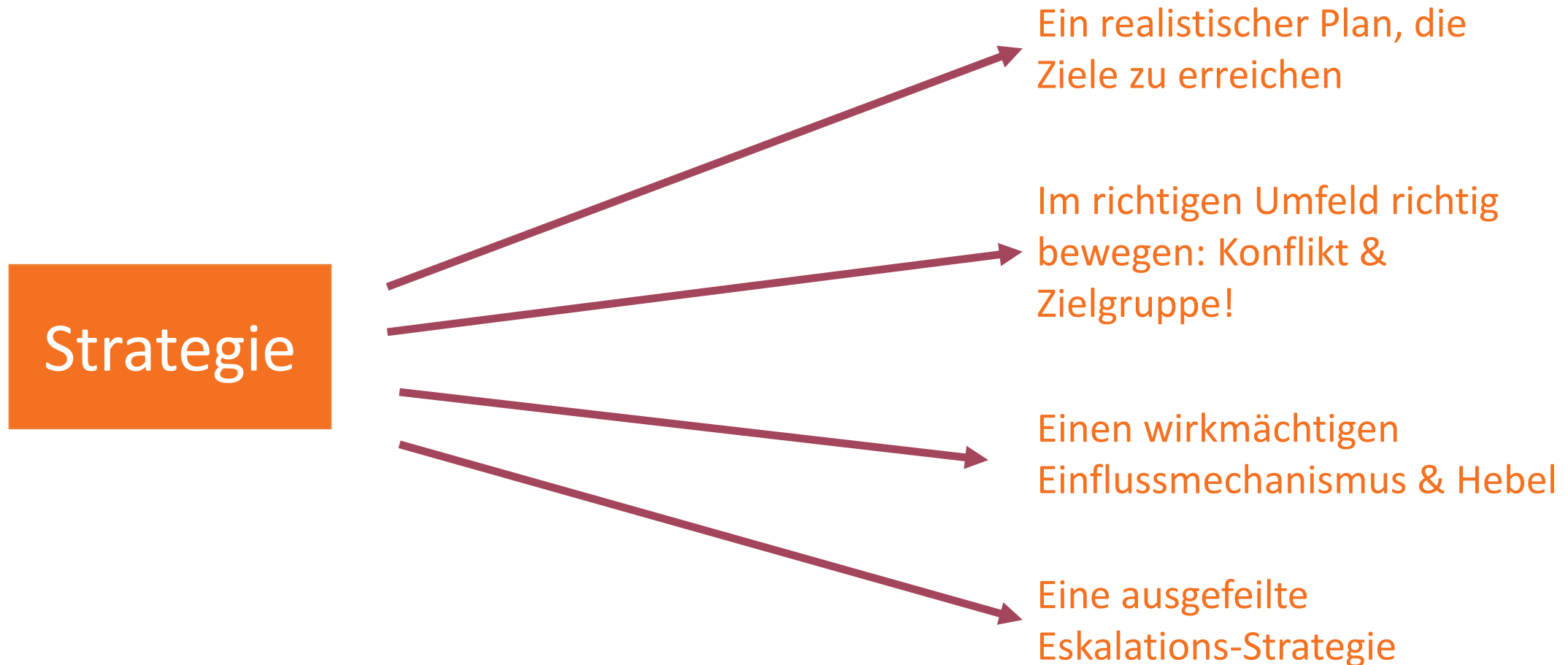


# Beispiel: Die Bahnkampagne



# Strategiefindung gesamt

---



# Maßnahmen



Symbolisch:  
Großdemonstrationen

Beeinflussend:  
Kommunikationsguerilla



Konfrontativ: Feldbefreiungen

# Maßnahmen wählen

---

Maßnahmen

```
graph LR; A[Maßnahmen] --> B[Passend zu Zielen, zur Strategie und zu EUCH.]; A --> C[im Kampagnenverlauf eskalieren]; A --> D[Begeistern: Neue, originelle, aussagekräftige Aktionen]; A --> E[Rules for Radicals: - Erfahrungsbereiche verlassen - Reaktionen Gegenpartei nutzen - Aktionen müssen Spaß machen!];
```

Passend zu Zielen, zur Strategie und zu EUCH.

im Kampagnenverlauf eskalieren

Begeistern: Neue, originelle, aussagekräftige Aktionen

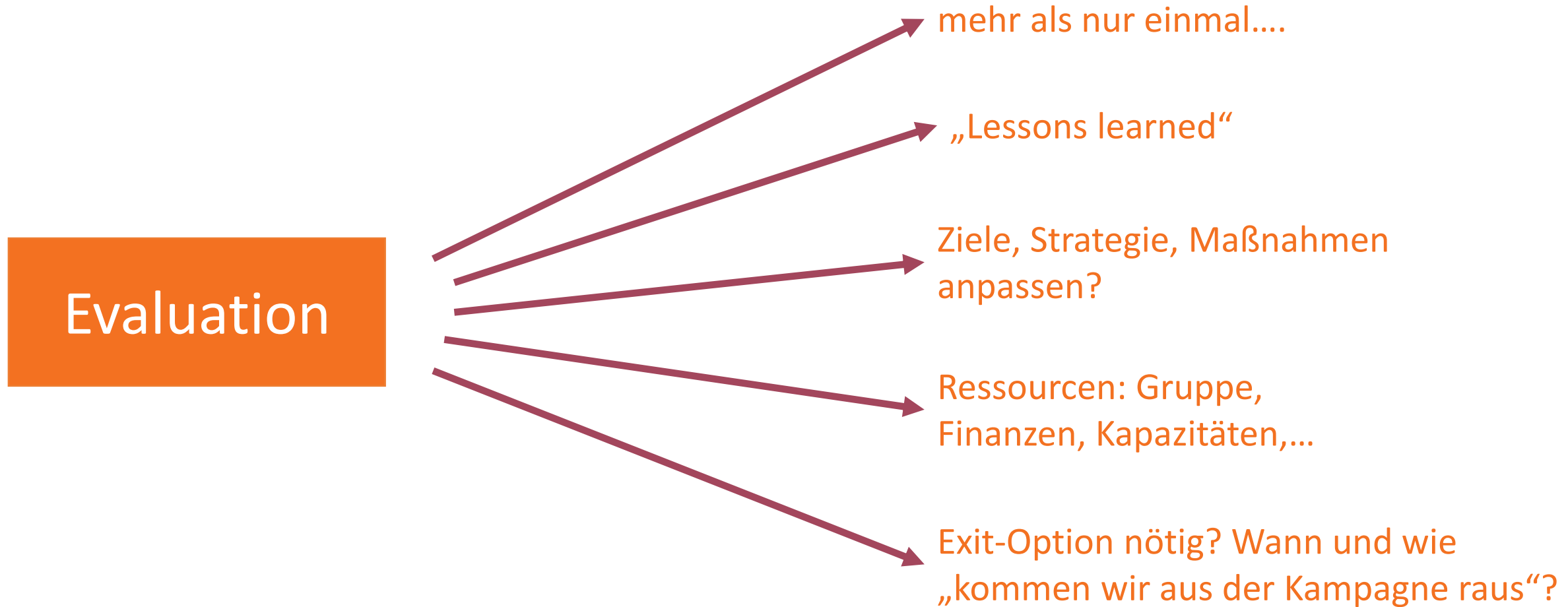
Rules for Radicals:

- Erfahrungsbereiche verlassen
- Reaktionen Gegenpartei nutzen
- Aktionen müssen Spaß machen!



# Evaluation / Reflexion

---



# Fragen zur praktischen Kampagnenplanung

---

- Was ist los im Themenfeld? Was ist das **Problem**?
  - **Framing**: wie spitzen wir das zu?
  - können wir an populäre Bilder, Werte, Erzählungen anschließen?
- Was ist die **Vision**, wenn wir gewonnen haben?
- Welche **Kampagnenziele** setzen wir uns? (smart!)
- Wer sind **Zielgruppe & Adressat\*innen**?
- Was ist unsere **Strategie**? Gibt es einen **Hebel**?
- Was **fordern** wir ganz konkret?
- Was ist das speziell „**attacige**“ daran?

**Nachfragen?**

# Eigene Kampagne

---

- Szenario gut durchlesen!
- Kleingruppenarbeit: 2 Fragen
- Ergebnispräsentation im Plenum
- Diskussion

# Eigene Kampagne

Ihr wohnt im 67.000-Seelen-Städtchen Busingen. Viele Menschen pendeln hier zur Arbeit in die nahegelegene Autostadt. Die meisten benutzen dafür ihr eigenes Auto und fahren über die Schnellstraße, die mitten durch die lärmbelastete Plattenbausiedlung führt. Doch es gibt wenig Alternativen, da es keine Bahnverbindung gibt, die Busse klein sind und nicht so häufig am Tag fahren.

Ihr habt gehört, dass in zwei Monaten die Tarifaueinandersetzung im ÖPNV losgeht und auch bei eurem landkreiseigenen Busbetrieb gestreikt wird. Ein Attacé in eurer Gruppe hat Kontakt zur zuständigen Sekretärin bei ver.di.

Jetzt überlegt ihr euch, wie ihr den Streik unterstützen und außerdem etwas für eine sozial-ökologische Verkehrswende bei euch tun könnt.

## Fragen

- a) Was sind eure konkreten Ziele?
- b) Welche Zielgruppe spricht ihr an? Mit welchen Narrativen?
- c) Was ist eine gute Strategie? Gibt es einen Hebel?
- d) Welche Maßnahmen wählt ihr und warum?

# Hilfreiche Quellen

---

- Methoden zur Kampagnenplanung:
  - [https://weltveraendern.org/tools und theorien/](https://weltveraendern.org/tools_und_theorien/)
  - <https://organisiert-euch.org/>
- Mindmap „politische Aktionsformen“ zur Inspiration
- Fragen zur praktischen Kampagnenplanung
- ...und hoffentlich diese Präsentation :)
  
- Mail an [sabine.lassauer@attac.de](mailto:sabine.lassauer@attac.de)

# Einführung in Kampagnenarbeit

Sabine Lassauer & Jakob Migenda  
*Kampagnenunterstützer\*innen bei Attac*

[sabine.lassauer@attac.de](mailto:sabine.lassauer@attac.de)