

„Ich bin ein Handelshemmnis!“

Bürgerinnen und Bürger gegen konzerngetriebenen Freihandelswahn

Zusammenfassung

Die Handelspakete TTIP und CETA¹ müssen gestoppt werden! Mit einer Europäischen Bürgerinitiative (EBI) sorgen wir für den nötigen öffentlichen Druck. Doch für eine dauerhafte Sensibilisierung gegenüber der Freihandelsagenda braucht es mehr. Mit einer Begleitkampagne mobilisieren wir nicht nur für die EBI, sondern klären zugleich auf über jene Konzerninteressen, die die internationalen Verhandlungen maßgeblich prägen.

Um ihre Absichten der Öffentlichkeit schmackhaft zu machen, arbeiten die WirtschaftsvertreterInnen mit verschleiernenden Ausdrücken: Freihandel, Investitionsschutz, Handelshemmnisse etc. Wir wollen diese Begriffe entlarven, beginnend mit den „Handelshemmnissen“ (die es abzubauen gelte). Gemeint sind damit nicht nur Zölle und Produktionsnormen, sondern ebenso Sozial- und Umweltstandards oder die staatlich organisierte Daseinsvorsorge. Selbst unsere etablierten juristischen und demokratischen Entscheidungsverfahren sollen durch höchst problematische Investitionsschutzklauseln ausgehebelt werden. Wir wollen diese „Handelshemmnisse“ behalten!

Mit dem Slogan „Ich bin ein Handelshemmnis“ markieren wir hart erkämpfte soziale und ökologische Errungenschaften. Und auch uns selbst, denn wer die EBI unterschreibt, lebt demokratischen Protest und wird ebenfalls zum „Handelshemmnis“. Dafür setzen wir auf humorvolle, masentaugliche Materialien, viele dezentrale Aktionen und die Zusammenarbeit mit Kulturschaffenden. Mit unserer Kampagne wollen wir die Handelspakete stoppen und zugleich dafür sorgen, dass „Freihandels“-Abkommen generell kritisch hinterfragt und politisch bearbeitet werden.

Ausgangslage

Hinter dem Rücken der Bürgerinnen und Bürger, dafür unter intensiver Beteiligung der Unternehmensverbände und -lobbys, arbeitet die EU-Kommission seit einigen Jahren an mehreren „Handelsabkommen neuen Typs“. Nach dem wiederholten Scheitern der WTO-Verhandlungen und angesichts aufstrebender, neuer Wirtschaftsmächte (sog. BRICS-Staaten) versucht die EU damit, ihren globalen Status zu sichern.

Die Verhandlungserfolge mit Kanada (CETA) und den USA (TTIP) wären dabei nicht nur wirtschaftlich, sondern auch strategisch von großer Bedeutung: Beide Abkommen sollen nahezu sämtliche Wirtschaftssektoren umfassen, beide sollen möglichst weitreichende Verpflichtungen nicht nur hinsichtlich Zollabbau, sondern auch in der „Harmonisierung“ von Handels- und Produktionsbedingungen einführen. Neu ist: Bei beiden Abkommen verhandelt erstmals die EU-Kommission mit einem anderen Industrieland über diverse Regeln zum Investitionsschutz und zur langfristigen „regulatorischen Kooperation“.

Darüber hinaus verhandeln EU, USA und 22 weitere Länder (ohne Beteiligung der BRICS-Staaten) außerhalb der WTO das multilaterale Dienstleistungsabkommen TiSA, mit dem im Wesentlichen alle Formen und Sektoren von Dienstleistungen dereguliert werden sollen.

Ziel aller drei Abkommen ist es, möglichst weitreichende Liberalisierungsverpflichtungen zu erzielen, denen sich weitere Handelspartner zwangsläufig unterordnen müssen.

¹ TTIP = Transatlantisches Freihandels- und Investitionsabkommen EU- USA, CETA = umfassendes Freihandels- und Investitionsabkommen EU-Kanada.

Den direkt betroffenen Bevölkerungen versprechen die Vertragsparteien und Unternehmensverbände mehr Wirtschaftswachstum, mehr Arbeitsplätze und höhere Einkommen. Doch selbst die herangezogenen Auftragsstudien stützen diese Versprechen kaum und sind zudem methodisch sehr angreifbar. Vergleichbare Freihandelszonen hatten für den Großteil der Bevölkerungen gegenteilige Wirkungen. Auch die Wirtschaftspartnerschaften der EU mit den Staaten Afrikas, der Karibik und des Pazifiks (EPAs) nutzen vor allem den europäischen Unternehmen.

Dennoch ist es erst mit Bekanntwerden von TTIP gelungen, breitere Bevölkerungsschichten hinsichtlich der falschen Versprechungen und bedrohlichen Folgen solcher Handelsabkommen zu alarmieren. Uns erscheint es dabei dringend nötig, unsere Proteste auf die anderen laufenden Verhandlungen zu erweitern. Vor allem möchten wir die Absichten, Strukturen und sich wiederholenden Vorgänge hinter den einzelnen Abkommen offenlegen: Die Freihandelsdoktrin verbrämt die Interessen der wirtschaftlich Stärkeren als Allgemeininteresse. Sie verfolgt die weitgehende Kommerzialisierung sämtlicher Lebensbereiche. Sie schafft – jenseits staatlicher Einflussmöglichkeiten – Machtinstrumente zugunsten transnationaler Konzerne. Und sie festigt Strukturen der Ausbeutung, insbesondere des Globalen Südens durch den Norden. Jetzt besteht die Chance, die ttip-erregte Öffentlichkeit zu einer fundiert freihandelskritischen Öffentlichkeit zu ermächtigen und soziale, ökologische und demokratische Alternativen bekannt zu machen. Unsere Kampagne, als Bestandteil der EBI, liefert dazu einen breitenwirksamen Ansatz.

Ziele

Fernziel:

Stopp der TTIP-, CETA- und TISA -Verhandlungen. Umdenken im Freihandelsdiskurs, Verdeutlichung der positiven Implikationen von sog. Handelshemmnissen auf Soziales, Demokratie und Umwelt. Breites Bewusstsein und Engagement für solidarische und ökologisch sinnvolle Alternativmodelle.

Kampagnenziele:

- Die Kampagne leistet einen lebendigen und zugleich fundierten Beitrag zur öffentlichen Debatte rund um die Handelspakete.
- Die Kampagne fördert die Unterschriftensammlung für die europäische Bürgerinitiative gegen TTIP und CETA.
- Die Kampagne entlarvt die manipulativen Euphemismen von Unternehmensverbänden und PolitikerInnen und macht diese leichter angreifbar.
- Die Kampagne erreicht neue Zielgruppen, indem sie Kulturschaffende in attraktiven Veranstaltungsförmaten einbindet.
- Die Kampagne entfacht oder bereichert lokales Engagement für die Rekommunalisierung oder gegen die Privatisierung von Institutionen öffentlicher Daseinsvorsorge.
- Die Kampagne integriert Aktive aus verschiedenen Bewegungen.

Strategie

Um die Verhandlungen zu stoppen, setzen wir auf massiven öffentlichen Druck. Auch wenn die politische Verbindlichkeit einer Europäischen Bürgerinitiative eher gering ist, hat sich das Instrument als hervorragender Verstärker erwiesen. So erreichte die EBI „Right2Water“ gegen die Liberalisierung der Wasserdienstleistungen in der EU nicht nur die erforderliche Zahl von UnterstützerInnen: Sie heizte die Debatte dermaßen an, dass sich der verantwortliche EU-Binnenmarktkommissar Michel Barnier gezwungen sah, noch während der Unterschriftensammlung zurückzurudern. Die Initiative führte zu einer Anhörung im EU-Parlament und zum Einlenken der Europäischen Kommission – unser Vorbild für die EBI gegen TTIP und CETA.

Bedingung für eine erfolgreiche EBI ist es, innerhalb eines Jahres sieben Länderquoren zu erfüllen und EU-weit insgesamt eine Million Unterschriften zu gewinnen. Unsere Begleitkampagne „Ich bin ein Handelshemmnis!“ will maßgeblich zum Erfolg der Unterschriftensammlung beitragen. Zugleich weist sie über den Kampf gegen die einzelnen Abkommen hinaus, indem sie grundlegendere Aufklärung und Protest verankert.

Dazu übersetzen wir unsere Gründe, die Handelspakete zu stoppen, auf humorvolle Weise in den Alltag. Wir konfrontieren die Menschen damit, welche allgemein geschätzten Dinge als „Handelshemmnisse“ abgeschafft bzw. privatisiert würden, sollten TTIP & Co durchkommen (etwa Wasser- oder Energieversorger in öffentlicher Hand; Müllabfuhr; öffentlich geförderte Kultureinrichtungen wie Theater; staatliche Kindergärten, Schulen, Volkshochschulen, Universitäten; gesetzliche Krankenversicherung; Kennzeichnung gentechnisch veränderter Lebensmittel; Buchpreisbindung, Filmförderung; ...). Auf diese Weise verknüpfen wir lokale Kämpfe zu gemeinsamer Freihandelskritik und verschärfen die berechtigte Wut. Durch unser breites Netzwerk, attraktive Materialien und zahlreiche dezentrale Aktionen dürften wir bereits mit Kampagnenstart eine große Resonanz erzeugen.

Als zweiten Schritt ermutigen wir zum Mitmachen und selbstbewusstem Protest: Jeder Mensch kann ein „Handelshemmnis“ sein – ähnlich, wie es in der Anti-Atom-Bewegung (Netzurückkauf Elektrizitätswerke Schönau) mit „Ich bin ein Störfall“ bereits erfolgreich erprobt wurde. Mit unserer Begleitkampagne ergänzen wir das Aktionsangebot, die EBI zu unterschreiben, mit dem Angebot, sich selbst als „Handelshemmnis“ stark zu machen. Wir gehen davon aus, dass die augenzwinkernde Selbstironie, mit der wir den Begriff vereinnahmen, bei vielen Menschen gut ankommen und für eine virale Verbreitung (Schneeballeffekt) sorgen wird. Zudem setzen wir auf die Multiplikatorenwirkung von Künstlerinnen und Künstlern, die wir in die Kampagne einbeziehen wollen.

Aktivitäten / Maßnahmen könnten sein ...

Bereits im Druck ist ein **Set von vier attraktiven Postkarten**, mit aussagekräftigen Motiven auf der Vorderseite sowie dem Hinweis „Ich bin ein Handelshemmnis“ und einer kurzen, leicht verständlichen Erläuterung auf der Rückseite. Wesentliche Aufgabe der Postkarten soll es sein, auf die Europäische Bürgerinitiative aufmerksam zu machen. Dazu wird auf unsere schlank gehaltene **Kampagnen-Webseite** www.ich-bin-ein-handelshemmnis.de verwiesen, auf der weitere Handelshemmnis-Beispiele, eine kurze Einführung in das Thema sowie Aufrufe zum Mitmachen zu finden sind. Für weniger Internetaffine planen wir einen kleinen **Erläuterungsflyer**. Mit kleinen runden **Aufklebern**, ebenfalls nur mit dem Spruch „Ich bin ein Handelshemmnis“ und Internetadresse bedruckt, können Aktive und Interessierte passende Symbole, Gegenstände, Gebäude etc. markieren. Passend zu unserer Aufforderung, sich als Handelshemmnis zu offenbaren, verteilen wir **Visitenkarten** mit einer Mini-Erklärung und ebenfalls Hinweis auf die Webseite.

Für unsere Regionalgruppen haben wir eine Reihe passender **Aktionsideen** ausgearbeitet. Diese sollen vor allem am **Aktionstag gegen TTIP & Co am 11. Oktober** zur Anwendung kommen – ein **weiterer Aktionstag im Frühjahr 2015** ist in Planung. In unseren Aktionen fordern wir dazu auf, die EBI gegen TTIP und CETA zu unterschreiben sowie sich mit einer Sprechblase oder vor einer Fotowand mit dem Bekenntnis „Ich bin ein Handelshemmnis“ fotografieren zu lassen. Diese Bilder werden auf unserer Kampagnenwebseite zusammengetragen.

Besonders fruchtbar erscheint uns die **Zusammenarbeit mit der Kulturszene**. Im Frühjahr 2015 starten wir eine „Kul.Tour gegen TTIP – Ich bin ein Handelshemmnis“ durch zahlreiche Städte. Bereits im Mai 2014 führten wir in 16 Städten ein Format durch, das politische Aufklärung mit

Unterhaltung und Beiträgen von insgesamt 200 Künstlerinnen und Künstlern verknüpft hat.² Die guten Erfahrungen und Kontakte möchten wir in einer zugespitzten Neuauflage ausbauen.

Eine unserer Aktionsformen, für die sich bereits mehrere Gruppen interessiert gezeigt haben, ist die **Schaufensterverhüllung**. Kooperierende Buchläden verstecken ihre Auslagen hinter einem großen Plakat, das darauf hinweist, dass durch TTIP die Buchpreisbindung in Gefahr ist und im Ernstfall auch dieser Laden wird schließen müssen. Auf derselben Basis planen wir eine **Veranstaltung und Aktion auf der Frankfurter Buchmesse** Anfang Oktober, in Kooperation mit dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels.

Neben den Fotos aus den Aktionen treten wir auch an **Prominente** heran, die uns mit entsprechenden Testimonials unterstützen sollen. Zudem wollen wir die **Tourneen** bekannter Musikerinnen und Musiker begleiten und dort mit Infoständen, speziell für die Fans hergestellten Materialien und einer Handelshemmnis-Fotowand für die EBI werben und weitere Fotos sammeln

Unsere Aktionen möchten wir in **Sozialen Netzwerken** im Internet dokumentieren und erweitern. Wir verbreiten darüber unsere Handelshemmnis-Motive und wollen versuchen, diese „viral“ gehen zu lassen (den Schneeballeffekt der Sozialen Netzwerke ausnutzen). Auch Aktions- und Aktivenfotos wollen wir dort bekannt machen und zur Nachahmung anregen. Im Rahmen dieser Social Media-Kampagne planen wir noch spezielle Aktivitäten ein, die zum kreativen Mitmachen anregen.

Mit Abschluss der Unterschriftensammlung (ein Jahr nach deren Start) soll sich auch die Begleitkampagne verselbständigt haben. Einige Wochen zuvor wollen wir nochmal mit einer zentralen **Abschlussaktion** auf unser Anliegen aufmerksam machen.

² Siehe www.attac.de/kampagnen/freihandelsfalle-ttip/aktionen/kultour