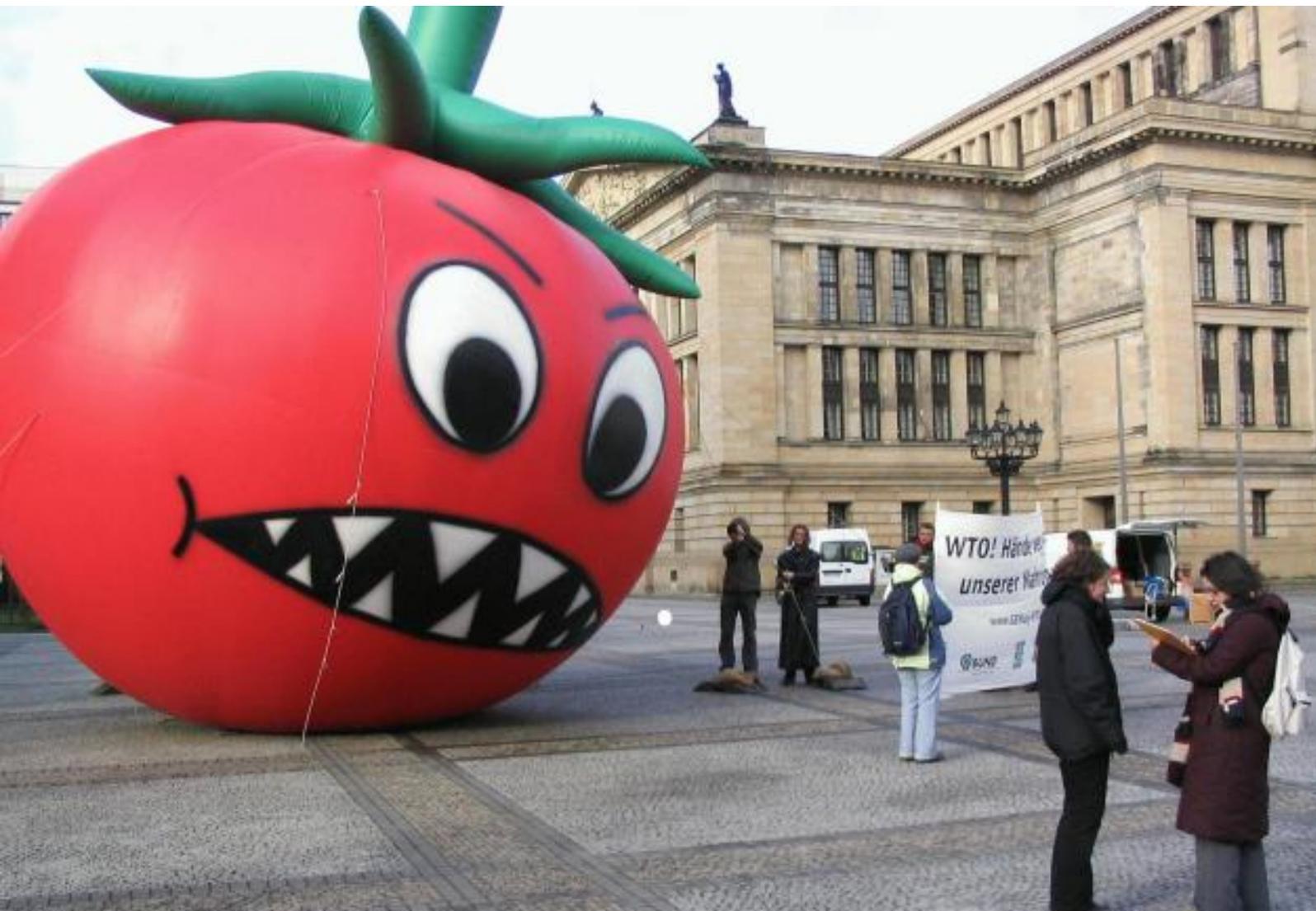


attac



Aktions-Ratgeber für Attac-Gruppen



Liebe Attacies,

diese kleine Broschüre soll euch bei eurer konkreten politischen Arbeit vor Ort helfen. Immer wieder treten die gleichen Probleme beim Mobilisieren, beim Organisieren und beim Schließen von Bündnissen auf. Hier haben wir einen kleinen grundlegenden Einstieg in die verschiedenen Möglichkeiten von Aktionen zusammengestellt und was dabei zu beachten ist.

Solltet Ihr weitere Fragen haben, wendet Euch an die Gruppenunterstützerinnen im Attac-Bundesbüro oder an die AG Genug für alle.

Viel Spaß beim Lesen! Über Anregungen und Verbesserungen freuen wir uns natürlich.

Eliu Schmitt,
Sabine Lösing,
Stephanie Handtmann

Kontakt:
Stephanie Handtmann,
Attac-Bundesbüro,
Münchener Str. 48,
60329 Frankfurt/Main,
Tel.: 069 / 900 281-22,
handtmann@attac.de.



Was ist eine Aktion?

Jede Aktion, jede Veranstaltung und jede Demo erfordert Vorbereitung und Mobilisierung, damit sie ein Erfolg wird. Genügend Menschen müssen für die Aktion begeistert werden und die Aktion soll ein möglichst großes Medienecho nach sich ziehen.

Eine Aktion hat immer ein konkretes Ziel: öffentliche Aufmerksamkeit auf eine bestimmte Sache lenken, Medienecho erzielen, Informationen vermitteln, Menschen zum Handeln auffordern, Forderungen stellen oder Öffentlichkeit zur Unterstützung unserer politischen Forderungen erzeugen.

Aktionen haben auch eine wichtige Funktion für die Gruppe: Leute einbinden, mit konkreten Aufgaben zum Mitmachen motivieren, sichtbare Erfolgserlebnisse erzielen.

Aktionen gelten bei Attac neben der Bildung und der Expertise offiziell als drittes Standbein, in der Realität sind wir allerdings von diesem Anspruch noch ein ganzes Stück weit entfernt.

Das besondere an Aktionen bei Attac: niedrige Hemmschwelle, hohe Breitenwirkung, denn viele Menschen überall im Land können mitmachen.

Wichtig ist bei allen Aktionen, zur Mitarbeit aufzufordern und ermutigen: Macht sichtbar, wo und wann das nächste Treffen der inhaltlich arbeitenden AG statt findet und wie man Kontakt bekommt (Telefonnummern, E-Mail-Adressen).

Verschiedene Aktionsformen

- **Straßentheater** und andere **kreative Events**, die PassantInnen mit einbeziehen: Hierbei kann auf witzige Art und Weise das Thema veranschaulicht und zugespitzt werden. Bei dieser Aktionsform ist es wichtig, offensiv auf die Leute zuzugehen und sie einzubeziehen. Solche Aktionen sind in aller Regel unaufwändig und überall kurzfristig durchführbar.

Beispiele: demonstrative „Privatisierung“ öffentlicher Räume und Einrichtungen während der GATS-Kampagne, fingierte Fragebögen vor Arbeitsämtern oder Suppenküchen vor Parteibüros anlässlich der aktuellen sozialen Zumutungen.

- **Demonstrationen** machen die Masse der Menschen hinter einem Anliegen sichtbar.
- **„Besuche“ und individuelle Anrufe** bei politischen Gegnern wie Banken oder politischen Entscheidungsträgern, um unseren Forderungen Nachdruck zu verleihen.

Beispiel: Besuche der lokalen SPD-Büros im Herbst 2003 anlässlich der Agenda 2010.

- **„Ziviler Ungehorsam“** z. B. mit Sitzblockaden wie in Evian oder bei den resist-Aktionen an der Rhein-Main-Airbase während des Irakkriegs. Ziviler Widerstand besitzt in Deutschland eine lange Tradition und hat wesentlich dazu beigetragen, heute selbstverständlich geltende Grundrechte wie Versammlungsfreiheit, das Recht auf freie Meinungsäußerung oder das Streikrecht in der Gesetzgebung zu verankern.

- **Spektakuläre Aktionen** können ein starkes Bild erzeugen, das unser Anliegen in die Öffentlichkeit transportiert. Ein Bild, auf dem die politische Forderung (z.B. „Steueroasen schließen“) an einem symbolträchtigen Ort (Fassade einer Großbank) präsentiert wird, ist ein Aufmacher, den Medien gerne aufgreifen und dabei auch über Anlass und Hintergründe berichten. Solche Aktionen sollten unbedingt in Kampagnen eingebunden sein um nicht aktionistisch zu wirken.

- **Internet-Aktionen** wie „Mailomat“ an die Bundestagsabgeordneten.

- **Verfremdung von bekannten Motiven** (a la Adbuster). *Beispiel:* die Plakate zur Agenda 2010. **Bürgerbegehren, öffentliche Streitgespräche, Widerstandslesungen, globalisierungskritische Stadtrundgänge, Kommunikationsguerilla** und vieles mehr.

Schritte zur Vorbereitung einer Aktion

1. Konkretes und erreichbares Ziel festlegen:

Was wollen wir mit der Aktion erreichen? Das ist sowohl für die eigene Motivation wichtig, als auch für die Auswertung, um zu beurteilen ob die Aktion erfolgreich war und was man daraus lernen kann.

Solche konkreten Handlungsziele können sein:

- Aufmerksamkeit der Medien/allg. Öffentlichkeit wecken, das Thema in die Diskussion bringen
- Menschen über komplexe Zusammenhänge informieren (z.B. GATS, Privatisierung, Bürgerversicherung)

- Beteiligung von BürgerInnen (z.B. Bürgerbegehren, Unterschriften sammeln, Protestpostkarten unters Volk bringen)
- öffentliche Zuspitzung eines bereits bestehenden Themas bis hin zur Konfrontation

2. Was ist die passende Aktionsform?

Was ist dem Anlass, den Kapazitäten und dem Know-how in der Gruppe angemessen?

- Infotisch/Flugblätter verteilen/Unterschriften sammeln: wenig spektakulär, aber immer wieder notwendig, niedragschwellig
- Straßentheater: erregt größeres Interesse und schafft schöne Bilder; ist oft auch mit wenigen Aktiven zu realisieren
- Demonstration: besonders eindrucksvoll, wenn in vielen Städten gleichzeitig
- Bei Konfrontationen: Wer ist der Gegner, wo ist der richtige Ort? Übertreten wir bewusst die Grenze der Legalität? Ist jeder Teilnehmende sich über evtl. Folgen bewusst?



A. Flyer und Plakate

Ein Weg, eure Aktion bekannt zu machen, ist ein Werbe-Flyer: Was, Wann (Tag und Uhrzeit), Wo, Wer und eine Möglichkeit, wo man weitere Informationen finden kann (Internet, E-Mail, Telefon). Bei der Gestaltung könnt ihr euch an den Flyern von Attac Deutschland orientieren.

Es empfiehlt sich, den Flyer in einer kleinen Größe (etwa Din A5 oder A6) in großer Auflage zu vervielfältigen und als Plakat (Din A3) in kleiner Auflage.

Die Plakate können an verschiedenen Orten aufge-

B. Büchertisch, Stände

Ein gruppeneigener Büchertisch bietet viele Vorteile und ist vielseitig einsetzbar. Er kann bei Aktionen mit Stand-Charakter eingesetzt werden. Bei Veranstaltungen (etwa Vorträgen, Seminaren) bietet er die Möglichkeit, für Zuhörer/Teilnehmer leichter einen Zugang zu den Inhalten und zu Attac und der lokalen Gruppe zu bekommen.

Was braucht man für einen Info-/Büchertisch?

Zunächst einmal einen Tapeziertisch aus Holz als Tisch. Weiter ist eine praktische

des regelmäßigen Gruppentreffens, den AG-Treffen und Kontaktmöglichkeiten zu euren Arbeitskreisen (Aks), eurer Homepage und der Möglichkeit, sich auf die lokale Mailingliste einzutragen

- Bücher: hier empfehlen sich ein paar allgemeine Bücher über Attac (etwa „Attac – Was wollen die Globalisierungskritiker“ u. ä.), sowie Standardwerke oder Einführungsbücher zu den verschiedenen Themen (gut geeignet ist die Attac-Basistexte-Reihe, die im VSA Verlag erscheint, sowie

Organisatorische Basics

hängt werden. Etwa an der Universität, in Kneipen und Imbissen, etc. Die kleinen Handzettel können ebenfalls an einschlägigen Orten ausgelegt werden (Kneipen, Universität, etc.), wichtiger ist jedoch, sie auch selbst zu verteilen. Als Orte bietet sich die Fußgängerzone in der Innenstadt an oder Betriebe vor der Schicht, die (Universitäts-) Mensa zur Mittagszeit oder Schulen morgens vor Schulbeginn. Fragt euch einfach, wo und wann ihr wohl viele der Menschen, die ihr erreichen wollt, auf einmal findet.

Ebenfalls ein guter Ort und Zeitpunkt sind andere (ähnliche) Veranstaltungen im Vorfeld, etwa eine Demo oder eine Veranstaltung zu einem ähnlichen Thema.

Der Flyer lässt sich auch gut im Rahmen anderer Aktionen gebrauchen, wie dem Infotisch oder auf einer Demo.

Plastikkiste zum Zusammenklappen nützlich, in der man den ganzen Krimskrams für den Büchertisch verstaut hat: Schere, Gummibänder, Kugelschreiber, Tesafilm, Paketband, Nylonschnur, Reiszwecken, Eddings und eine Plastikplane gegen Regen. Auch ein Pavillon und ein großer Sonnenschirm (möglichst in Attac-Farben und mit Logo) sind je nach Wetterlage nützlich und wirken als optischer Anreiz.

An Material empfiehlt es sich, folgendes immer in der Büchertisch-Kiste zu haben:

- eine ausreichende Anzahl der Attac-Flyer zu den verschiedenen Themen
- verschiedene Flugblätter von eurer Gruppe und Attac Deutschland zum Thema oder von aktuellem Interesse
- Handzettel, auf dem die Attac-Gruppe vorgestellt wird, inklusive dem Termin

das Schwarzbuch Markenfirmen).

Sollte sich der Büchertisch auf ein spezielles Thema beziehen, so solltet ihr zu diesem Thema natürlich mehr da haben. Überlegt eine Kooperation mit dem linken Buchladen: Es könnte eine thematische Bücherkiste auf Kommission zusammengestellt werden.

Daneben solltet ihr noch einige Materialien haben, um euren Büchertisch nett herzurichten. Hierzu eignen sich Attac-Fahnen ganz hervorragend. Das Attac-Banner (50 €) passt gut vor den Büchertisch. Weiter eignen sich Plakate zum Thema des Standes. Falls es passende Luftballons gibt, sind auch die nicht zu vernachlässigen. Es macht sich nett, wenn in allen Kinderwagen Attac-Luftballons zu sehen sind.

Zur Anmeldung des Infostandes siehe weiter unten.

C. Organisation von Bussen zu einer Demonstration.

Wenn Ihr mit Eurer Attac-Gruppe oder in Zusammenarbeit mit anderen lokalen Gruppen einen Bus zu einer Demonstration organisieren wollt, dann ist das vor allem ein Problem der finanziellen Kalkulation.

finanzielle Reserve von mindestens der Hälfte des Fahrpreises organisiert sein.

Wenn das für Euch oder einen Unterstützer nicht möglich ist, dann gelingt es durchaus, sich von mehreren Organisationen oder Einzelpersonen vor Ort, die das Anliegen der Demo unterstützen, Ausfallbürgschaften zusichern zu lassen.



Ruft mehrere Busunternehmen an und lasst Euch einen Kostenvoranschlag für die Fahrt sagen. Auf die Anzahl der Sitzplätze umgelegt, erhaltet ihr den kostendeckenden Preis pro Platz. Dann müsst Ihr zu einer Einschätzung kommen, wie viele Leute mitfahren werden. Man sollte für Menschen mit geringem Einkommen einen günstigeren Preis anbieten und den für die anderen entsprechend erhöhen. Solltet Ihr finanzielle Ressourcen haben oder mit einer potenten Gruppe wie einer gewerkschaftlichen Organisation zusammenarbeiten, dann könnt Ihr die Preise subventionieren. Bedenkt aber auch, dass Ihr nicht immer wisst, wie viele Karten verkauft werden und wie viele davon ermäßigt. Im Idealfall sollte eine

Dann müsst Ihr natürlich noch Fahrkarten herstellen, die Ihr dann möglichst an einem zentralen Ort wie etwa einem linken Buchladen vor Ort verkaufen lasst oder selbst direkt verkauft.

Für die ganze Aktion muss natürlich angemessen mobilisiert werden.

D. Öffentlichkeitsarbeit – Presse und anderes

Mund zu Mund:

Mundpropaganda ist die wohl wichtigste, aber auch am wenigsten steuerbare Form der Mobilisierung. Ein persönlicher Kontakt ist häufig sehr viel effektiver als ein unpersönlicher Flyer oder Mail.

Mailinglisten:

Lokale Mailinglisten eignen sich hervorragend zur Mobilisierung, man erreicht auf leichtem und billigem Wege schnell viele Menschen. In Betracht kommen neben eurer eigenen Mailingliste noch andere Listen die es in eurer Stadt gibt. Vergesst aber nicht, dass es auch Menschen ohne Internet gibt oder ältere Menschen die mit dem Internet noch nicht so vertraut sind.

Internetmagazine und Portale:

In vielen Städten gibt es Internetmagazine und Portale. Diese haben für gewöhnlich auch einen Veranstaltungskalender.

Presseverteiler:

Im Vorfeld von Aktionen sollte eine Presse-Erklärung erstellt werden. Diese sollte möglichst kurz sein und folgendermassen aufgebaut sein.

- die sechs W-Fragen (wer, was, wann, wo, wie und warum) müssen beantwortet sein
- beginnen mit einer klaren und spannenden Überschrift
- das Wichtigste sollte schon im ersten Satz stehen
- ein griffiges und knackiges Zitat von einem Experten (mit vollem Namen und Funktion) sollte vorkommen
- nicht vergessen: Attac-Briefkopf, genauen Absender und eine kompetente Kontaktperson mit Handy-Nummer für Nachfragen

Diese Pressemitteilung schickt ihr an euren Presseverteiler. In eurem Presseverteiler sollten sich die E-Mail-Adressen aller

örtlichen öffentlichen Medien, etwa (Tages-)Zeitungen, Radio, Stadtmagazine und Internetmagazine befinden. Weitere Adressaten können freie Journalisten und interne Medien anderer Organisationen sein. Um sicherzugehen, dass die Info bei den RedakteurInnen tatsächlich ankommt, empfiehlt sich telefonisches Nachhaken, zumindest bei den größeren Medien.

Und: Die meisten Lokalredaktionen sind für schöne Bilder dankbar, es lohnt sich also durchaus, z.B. einen Infostand visuell aufzupeppen.

E. Wie gewinne ich Bündnispartner?

Diese Frage können wir hier natürlich nicht umfassend beantworten, sondern nur einige Aspekte darlegen:

Es geht darum, für verschiedene politische Ziele Bündnispartner zu finden, diese mögen entsprechend der Thematik unterschiedlich sein.

Andere Gruppen und Organisationen müssen nicht in allen Punkten Attac-konsensfähig sein, aber unseren politischen Zielen auch nicht entgegen

stehen. Wichtig ist eine möglichst umfassende Kenntnis der politischen und gesellschaftlichen Gruppen vor Ort. Man sollte auch langfristig viele Gelegenheiten nutzen, mit anderen Gruppen in Kontakt zu kommen und sich persönlich kennen zu lernen.

Schaut euch auf der Attac-Homepage die Liste der Mitgliedsorganisationen von Attac an und, ob diese vor Ort vertreten sind. Überlegt euch, welche Gruppen es noch gibt, die diesen Organisationen nahe stehen. Dann findet heraus, welche Gruppen und Einzelpersonen mit euren Themen inhaltlich verbunden sind.

Für das Thema „Soziale Gerechtigkeit“ und den Kampf gegen Sozialabbau bieten sich z. B. an:

- linksgerichtete Gruppen und auch Einzelpersonen vor Ort
- Einzelgewerkschaften und DGB
- fortschrittliche Kräfte in Kirchen und Sozialverbänden
- Wohlfahrtsverbände wie der Paritätische

- Bildungsanbieter
- Beratungsstellen, Anlaufstellen für Menschen mit sozialen Problemen, Nachbarschaftszentren
- Stellen, die soziale und gesundheitliche Angebote vorhalten
- Armenküchen
- Frauenorganisationen
- Altenarbeit
- Jugendhilfe
- Angebote auf dem sogen. „2.Arbeitsmarkt“

F. Anmelden eines Infostandes/einer Kundgebung

Kundgebungen und Demonstrationen müssen bei der örtlichen Polizeileitung, Infostände bei dem Ordnungsamt angemeldet werden.

Die Wahrnehmung des Grundrechtes auf Versammlungsfreiheit wird nicht überall gleich behandelt. Wenn man euch Probleme bereitet, solltet ihr ruhig auf Euren Grundrechten bestehen und Euch um einen Rechtsbeistand bemühen. Wir helfen gerne dabei.

