

Arbeitsmaterial 1: Kernbegriffe linker Strategie

ORGANISIERUNG	der Prozess des Organisationsaufbaus
ORGANIZER*IN	eine Person, die andere Personen für eine Organisation gewinnt, um kollektive Handlungsfähigkeit zu erlangen
MACHT	die Fähigkeit oder Kapazität, ein kollektiv vereinbartes Ziel zu erreichen
MOBILISIERUNG	der Prozess, Leute für Aktionen zu gewinnen
AKTIVIST*IN	eine Person, die Aktionen durchführt, um sozialen Wandel zu erreichen
PROTESTIERENDE	eine Person, die an öffentlichen Demonstrationen teilnimmt
KAMPAGNENARBEIT	der Prozess, eine Reihe von Aktionen zu organisieren, um bis zu einem bestimmten Zeitpunkt politische Veränderungen zu erzielen

Arbeitsmaterial 2: Vier-Wörter-Übung

1. Verteile an jede*n Teilnehmer*in 4 Notizzettel

2. Erkläre die Übung

- Ich werde euch einen Begriff bzw. ein Konzept vorgeben. Schreibt jeweils ein Wort, das ihr damit in Verbindung bringt, auf die 4 Klebezettel. Dafür habt ihr 4 Minuten Zeit.
- Wenn ihr unsicher seid, erinnert euch daran, dass es bei Assoziationen kein «richtig» oder «falsch» gibt – schreibt einfach eure eigenen Ideen und Assoziationen auf.
- Beispiel: Was bedeutet für dich der Begriff, das Konzept «Sozialismus»?

3. Setzt euch paarweise zusammen

- Jedes Paar hat nun 8 Sozialismus-Definitionen bzw. Assoziationen.
- Jedes Paar wählt 4 Begriffe aus, die sie gemeinsam behalten (4 Begriffe werden aussortiert).

4. Bildet Vierergruppen

- Im nächsten Schritt trifft jedes Paar auf ein anderes Paar und wiederholt denselben Arbeitsschritt.
- Das Ergebnis sind Vierergruppen mit jeweils 4 Assoziationen zum Sozialismus-Begriff.

5. Diskutiert

- Sammelt die übriggebliebenen Begriffe, diskutiert diese und den Prozess der Auswahl.
- Frag die Gruppe: Habt ihr durch diesen Prozess neue Erkenntnisse zum Thema Sozialismus gewonnen?
Wie fühlt es sich an, Sozialismus anderen Menschen zu beschreiben?
- Frag die Gruppe: Warum könnte es nützlich sein, eine Diskussion über Organizing mit einer Übung zu beginnen, die den Begriff Sozialismus klärt?

Arbeitsmaterial 3: Wie gewinnen wir Menschen für unsere Organisation?

Weg der Rekrutierung

1. aktivierendes Gespräch an der Haustür;
2. dranbleiben: Person anrufen und Gespräch fortsetzen;
3. Test: Person telefonisch zu einem Treffen einladen;
4. dranbleiben: Person anrufen und Gespräche/Planungen fortsetzen;
5. Test: Person telefonisch zu einem weiteren Treffen einladen;
6. 1-zu-1-Gespräch: persönliches Gespräch vor Ort, um die Perspektive des*der Interessierten besser zu verstehen, die persönliche Beziehung zu stärken und um ihr*ihm Möglichkeiten aufzuzeigen, mehr Verantwortung zu übernehmen.

Arbeitsmaterial 4: Was bringen beide Seiten für das Gespräch mit?

In den Nachbar*innen stecken ...

- **berechtigte Wut:** Die Leute sind wütend. Nehmt diese Wut auf!
- **viele gute Ideen, um zu gewinnen:** Die Leute haben oft eine Vorstellung, wie sich Dinge ändern können. Nehmt diese Vorstellungen auf und entwickelt gemeinsam einen Schlachtplan!
- **gemeinsame Grundlagen:** Findet heraus, wo Überschneidungen zwischen der berechtigten Wut der Leute und eurer Politik liegen.
- **unterschiedliche Interpretationen:** Für alltägliche Probleme haben viele Leute sehr verschiedene Erklärungen. Versucht zu verstehen, was sie euch wirklich sagen wollen, und versucht nicht, sie zu belehren.

Organizer*innen schaffen ...

- **Mut:** Geht mutig voran!
- **Hoffnung:** Verbreitet Hoffnung!
- **Einheit:** Nur gemeinsam seid ihr stark! Achtet darauf, dass ihr alle Schritte gemeinsam geht!
- **Klarheit:** Macht transparent, wofür ihr steht und was die größere Strategie dahinter ist.



Arbeitsmaterial 5: Wichtige Eigenschaften guten Zuhörens

- Vermeide Ablenkungen.
- Halte dich zurück.
- Unterbreche nicht.
- Bleib offen.
- Vermeide Suggestivfragen wie «Findest du nicht auch, dass ...?»
- Sei mitfühlend. Manchmal müssen Menschen Dampf ablassen.
- Zeig, dass du hörst, was sie sagen.
- Finde eine gemeinsame Grundlage.
- Versuche nicht, etwas zu verkaufen.

Arbeitsmaterial 6: Worüber sprechen wir?

Den Austausch organisieren

1. die Probleme herausfinden;
2. agitieren;
3. Verantwortlichkeiten für das Problem benennen;
4. einen Schlachtplan machen, um zu gewinnen;
5. verpflichtendes Engagement;
6. Argumente gegen bekannte Vorurteile parat haben und das Engagement bekräftigen;
7. weitere Gespräche planen.

Arbeitsmaterial 7: Konzept 1 für aktivierende Gespräche

1. Vorstellung

- Schaffe eine Verbindung/Beziehung.
- Stell dich selbst und deine Organisation vor.
- Frage nach den Namen der Anwesenden.

2. Erforschung

- Frage, welche Probleme in ihren Gemeinschaften und an ihren Arbeitsplätzen allgemein vorhanden sind.

3. Problem

- Beschreibe das Problem, das dir an den Haustüren bisher geschildert wurde.
- Frage, welche Probleme sie konkret haben.
- Begeistere sie (*agitate*).

4. Lösung

- Frag sie, was sie denken, wie das Problem zu lösen ist.
- Erzähl ihnen, was die Organisation macht.
- Mach deutlich: Mit ihren Ideen und den vielen interessierten Nachbar*innen in der Organisation können wir die Probleme lösen.

5. Knackpunkt

- Erkläre, warum sie wichtig sind.
- Bitte sie, etwas zu unternehmen.
- Treffe mit ihnen eine Vereinbarung.
- Bedanke dich für ihre Zeit.
- Plane ein Folgetreffen.

Arbeitsmaterial 8: Konzept 2 für aktivierende Gespräche

1. Einleitung (*introduction*)

- max. 15 Sekunden
- kurz, ehrlich und konkret:
 - 1) Wer bist du?
 - 2) Woher kommst du (Gruppe)?
 - 3) Wieso suchst du das Gespräch?
- «keine zweite Chance», aber *trial and error*

2. Zuhören (*listening*) (75 Prozent des Gesprächs!)

- aktives Zuhören!
 - 1) in die Augen schauen, offene Körpersprache
 - 2) offene Fragen: Was bewegt euch? Wo drückt der Schuh?
Was sind konkrete Probleme?
 - 3) aktives Interesse

3. Informieren (*kurz*) (*educate*)

- Probleme mit deiner Gruppe verbinden!
- Wie seht ihr das Problem?
- Viele haben das Problem!
- Polarisieren! Wo steht deine Gruppe?

4. Aufwühlen (*agitate*)

- *punchline*
- kämpferische Einstellung entwickeln
- Standpunkt der Leute herausfinden
- konkrete Probleme mit Gerechtigkeitsgefühl verbinden («Ist das gerecht?»)
- Was kannst du tun, damit das Problem für alle verschwindet?

5. Zusage (*commitment*)

- eine geschlossene Frage! (ja/nein)
- konkretes Angebot
- Telefonnummer und E-Mail-Adresse
- «Nicht davonkommen lassen!»
- Entscheidungsmöglichkeit geben
- «Du bist Teil der Veränderung»

Arbeitsmaterial 9: Auswertung der Haustürgespräche

AUSWERTUNG HAUSTÜRGESPRÄCHE

Einsatzdatum: ____ / ____ / ____

Wer? _____

Beginn: _____ Uhr

Ende: _____ Uhr

Einsatzort: _____

Straße/Nr.: _____

jede Tür/Klingel (egal, ob erreicht oder nicht): gesamt: <input type="text"/>	jedes Gespräch: gesamt: <input type="text"/>
Gespräche mit positiver Resonanz: gesamt: <input type="text"/>	Mit Aufnahme von Kontaktdaten: gesamt: <input type="text"/>

Gesamteinschätzung zum Einsatztag:

Merkposten/Was wollen wir das nächste Mal nicht vergessen:

Arbeitsmaterial 10: POWERS Einordnungssystem

Wie interessiert ist mein Gegenüber?

5. uninteressiert

Sie äußern keine oder negative Standpunkte bezüglich des Themas oder der Organisation. Sie sind nicht gewillt, in irgendeiner Form aktiv zu werden. Sprich mit ihnen, agitiere und gebe ihnen einen Flyer. Komme nach fünf Minuten zum Ende des Gesprächs und geh weiter.

4. interessiert

Sie unterstützen und befürworten das Thema, sind jedoch zögerlich oder zeigen kein Potenzial, unmittelbar aktiv zu werden. Sie machen ein lauwarmes Versprechen, zu einer Aktion zu kommen oder an einem Treffen teilzunehmen.

3. sehr interessiert

Sie befürworten euer Anliegen, sind offen gegenüber dem Thema und zeigen Bereitschaft mitzumachen. Sie sind meistens positiv und beschwingt, doch oft nicht konsequent.

2. werdende Mitglieder

Sie haben sich noch keine drei Monate engagiert. Sie sind aktiv in der aktuellen Kampagne. Wir haben eine Telefonnummer oder eine Adresse, um mit ihnen in Kontakt zu treten.

1. Mitglieder

Sie zahlen Mitgliedsbeiträge, haben an einer Aktivität innerhalb der letzten drei Monate teilgenommen, besuchen Treffen, nehmen an Aktionen vor Ort und in der Nachbarschaft teil sowie an Mitgliederversammlungen und informieren neue Mitglieder über die Organisation, weitere Treffen und Aktionen.

Arbeitsmaterial 11: Wer übernimmt wie viel Verantwortung?



Quelle: eigene Darstellung nach Bradbury/Brenner/Slaughter 2018: 27

Arbeitsmaterial 12: Wie steht ihr zum Konzept *leadership*?

Positioniert euch im Raum zu folgenden Aussagen:

- Eine gut organisierte Gruppe benötigt keine *leader*.
- Gerechtigkeit ist mit jeglicher Art von Hierarchie inkompatibel.
- Unsere Bewegung verlässt sich zu sehr auf *leader*.
- *Leadership* ist eine Mischung von Fertigkeiten, die mit der Zeit gelernt werden können.

Arbeitsmaterial 13: Prinzipien für die Entwicklung von Kernaktiven (*leadership development*)

Seite 1/2

■ **Informiere die Mitglieder über die Rolle von Kernaktiven.**

Ohne Kernaktive unter den Mitgliedern kann Organizing nicht funktionieren. Nur wenn Partizipation und die Herausbildung von Kernaktiven als wichtige Bestandteile der größeren organisatorischen Vision verstanden werden, wird eine Organisation wachsen und kämpfen können.

■ **Respektiere die Mitglieder.**

Respektiere das Leben der Mitglieder und ihre Erfahrungen. Als Organizer*in wirst du den Mitgliedern vieles beibringen, aber es sollte eine gegenseitige Beziehung sein. Sei nicht bevormundend in der Art, wie du die Leute behandelst. Überprüfe dich selbst und deine Annahmen über sie. Höre ihnen zu und verstehe ihre Situation, wenn du an Aufgaben denkst oder Strategien planst. Macht den Plan *gemeinsam*, damit die Mitglieder auch Verantwortung für die Arbeit übernehmen.

■ **Verteile Aufgaben und Verantwortlichkeiten.**

Es ist wichtig, den Mitgliedern realistische, machbare Aufgaben zu geben und die Wichtigkeit dieser Aufgaben zu betonen. Schließlich sollten diese auch nachvollziehbar für die Mitglieder sein.

Indem du ihnen Verantwortlichkeiten überträgst, ermutigst du sie, sich die Organisation anzueignen. Erkläre, warum es wichtig ist, dass die Arbeit gemacht wird, und wie sie mit eurer allgemeinen politischen Strategie zusammenhängt. Wenn die Mitglieder scheitern oder nicht dabeibleiben, spreche mit ihnen und findet gemeinsam heraus, was passiert ist. Sei nicht bestrafend, sondern ermutige sie, aus ihren Fehlern zu lernen und Verantwortung für die Organisation zu übernehmen.

■ **Stärke das Selbstbewusstsein und spare nicht mit Anerkennung.**

Du weißt, was die einzelnen Mitglieder in der Vergangenheit erreicht haben, wenn du sie und ihren Hintergrund kennst. Gebe ihnen Anerkennung für ihre Anstrengungen und die Erfolge, die sie errungen haben. Nehme ihnen ihr Unwohlsein und ihre Unsicherheit und habe keine Angst, fordernd zu sein. Biete Trainings an, ermutige sie zum Ausprobieren und am wichtigsten: Spare nicht mit Lob und Anerkennung für erreichte Ziele und die Initiative, die Leute gezeigt haben.

■ **Kultiviere enge persönliche Beziehungen.**

Lernt euch gegenseitig gut kennen. Es muss nicht immer nur um die Arbeit oder die Kampagne gehen. Frage nach ihrem Leben, ihrer Familie und warum sie mitmachen. Spreche über Probleme, Ängste und Hoffnungen. Das alles wird euch helfen, eine Vertrauensbasis für den Kampf aufzubauen.

■ **Bringe Mitglieder zusammen.**

Einheit und Freundschaft entstehen, wenn Mitglieder für ein Treffen, ein Event oder eine Aktion zusammenkommen. In der Konfrontation lernen Menschen, sich gegenseitig zu vertrauen und den Rücken freizuhalten. Das sind die Momente, in denen wir unsere Stärke und Solidarität fühlen. In Momenten, in denen du die ganze Gruppe forderst, kannst du auch beobachten, wie neue Kernaktive die Initiative ergreifen.

Arbeitsmaterial 13: Prinzipien für die Entwicklung von Kernaktiven (*leadership development*)

Seite 2/2

■ **Nimm die Nachbereitung genau.**

Wenn du Kernaktive entwickeln willst, ist es wichtig, an den Leuten dranzubleiben. Komm auf die Mitglieder zurück, die eine Aufgabe oder Verantwortung übernehmen wollten. Frage persönlich oder wenigsten am Telefon nach, ob alles gut läuft. Lass die Leute nicht hängen. Wenn du nicht noch einmal nachfragst, dann weißt du nicht, ob die Leute sich wirklich klar über die Aufgabenstellung und Verantwortlichkeit sind, ob sie die Aufgabe wirklich erledigen oder ob sie mehr Aufgaben haben wollen. Treffe keine Annahmen darüber, wozu Leute fähig sind oder nicht. Alles, was du machen musst, ist sie anzurufen und zu fragen.

■ **Schüre Erwartungen, habe eine Vision.**

Kultiviere eine Vorstellung dessen, was durch Organizing und Kämpfe erreicht werden kann. Diskutiere und studiere die Stärken und Erfolge von Organisationsmacht (*peoples power*). Besonders in harten Zeiten musst du deine Vision beibehalten und weiterentwickeln. Lerne aus der Vergangenheit und entwickle ein umfassendes Zukunftsbild. Habe eine Vision für eine bessere Welt.

■ **Jede*r Kernaktive braucht eine*n Mentor*in.**

Hat ein Mitglied einmal ein bestimmtes Level an Engagement und Expertise erreicht, fordere ihn*sie dazu auf, noch mehr Aufgaben und größere Verantwortung zu übernehmen. Ob Mitglieder zu Kernaktiven geworden sind, siehst du daran, dass sie ihre Fähigkeiten und ihr Wissen gut an andere weitergeben können. Das ist für alle Beteiligten auch eine Gelegenheit, sich weiterzubilden und Organizing zu machen.

■ **Sei wachsam gegenüber zu viel Zurückhaltung oder Bevormundung.**

Es gibt zwei problematische Tendenzen bei der Förderung von Kernaktiven. Erstens: zu stark die politischen Ideen und Taktiken der Gruppen vorzugeben und dabei die eigentlichen Gemeinsamkeiten und Absichten der Mitglieder zu übergehen. Zweitens: die eigenen politischen Ideen und das taktische Verständnis auf eine Art und Weise zurückzuhalten, wodurch Kämpfe und Entwicklungsprozesse vermieden werden und die Gruppe daran gehindert wird, politische Klarheit zu entwickeln. Es ist wichtig, sich beider Tendenzen bewusst zu sein und beständig daran zu arbeiten, die Balance zwischen Politisierung und Selbstermächtigung zu wahren, sodass die Aktionen der Gruppe die authentische politische Einheit der Mitglieder widerspiegeln.

■ **Organizer*in – beginne bei dir selbst.**

Du unterstützt und bildest Kernaktive aus. Du kannst niemandem Selbstsicherheit geben, wenn du sie nicht selbst hast. Du kannst niemandem eine Vision vermitteln, wenn du sie selbst nicht siehst. Du musst engagiert sein und dich auch selbst immer wieder fordern. Nimm dich selbst und dein Organizing ernst. Diese Prinzipien sind ebenso deine, du solltest sie auch selbst verfolgen.

Arbeitsmaterial 14: Eckpunkte dynamischer Treffen

- **Zeitplanung:** Ein Treffen sollte gut vorbereitet sein: Wo treffen wir uns, wer schließt den Raum auf, wann geht es los, wer moderiert, eröffnet und beendet das Treffen? Gute Planung ist besonders für die Teilnehmenden wichtig. Alle sollten vorher informiert sein, von wann bis wann das Treffen geplant ist und was in dem Treffen erreicht werden soll. Die vereinbarten Zeitabläufe sollten unbedingt eingehalten werden.
Beispiel: Wir wollen uns am Mittwoch von 19 bis 20 Uhr zusammensetzen und herausfinden, was die brennenden Themen in der Nachbarschaft sind. Ab 18.30 Uhr ist der Raum geöffnet, es wird ein paar kalte Getränke geben, um 19 Uhr starten wir pünktlich.
- **Alle kommen zügig zu Wort und allen wird zugehört:** Wer zu einem Treffen geht, will etwas mitteilen und etwas mitnehmen. Neuen Mitstreiter*innen wird das Ankommen schon durch eine persönliche Begrüßung oder einen Small Talk vor Beginn des Treffens erleichtert. Auf dem Treffen sollten alle ohne Umwege zu Wort kommen, um zu zeigen, dass jede Person zählt und dass viele etwas zum Treffen beitragen (Erfahrungen, Ideen, Kontakte, Anliegen). Denn: Wer sich erst Vorträge anhören muss, bevor er oder sie selbst zu Wort kommt, verliert schnell die Lust. Dennoch ist eine kurze Einleitung (10 Sätze), in der die Entwicklung der Gruppe zusammengefasst wird, sinnvoll für die Orientierung.
- **Visualisierungen – ein Treffen ist mehr als einzelne Wortmeldungen:**
Visualisierungen können helfen, das Besprochene besser im Gedächtnis zu verankern, und bieten die Möglichkeit, die *Ergebnisse* der Treffen später besser abrufen zu können. Grundsätzlich gilt: Je mehr Visualisierung, desto besser verständlich und zugänglich ist das Treffen. So sollten beispielsweise die vereinbarten Abläufe von Treffen für alle sichtbar visualisiert werden, aber auch Punkte, die von Teilnehmenden eingebracht werden, Ergebnisse von Diskussionen oder vereinbarte *Zeitabläufe* sollten festgehalten werden. Hebt diese Visualisierungen auf und nutzt sie bei den Folgetreffen. So setzt ihr visuelle *Ankerpunkte*, die die Prozesse der vergangenen Treffen immer wieder sichtbar machen – und ihr könnt gemeinsam mit diesen weiterarbeiten.
- **Gemeinsam sind wir stark:** Nach einem Treffen sollten alle Teilnehmenden mit einer konkreten, bewältigbaren Aufgabe oder Verabredung nach Hause gehen. Dabei entscheidet das richtige Maß über die Motivation: Wer mit Aufgaben überschüttet wird, den wird die Überlastung lähmen. Wer im Gegensatz unterfordert das Treffen verlässt und das Gefühl hat, auf sein* ihr Engagement kommt es nicht an, wird ebenso untätig bleiben. Überlegt schon vor den Treffen in der Kerngruppe und dann auf den Treffen gemeinsam, welche nächsten Schritte anstehen und wer bei diesen Schritten konkret welche Aufgaben übernehmen kann.
- **Ergebnisse sichern:** Jedes Treffen sollte ein Ergebnis haben und allen Teilnehmenden einen Grund geben, zum nächsten Treffen zu kommen. Sonst kann bei den Teilnehmenden das Gefühl entstehen, die Gruppe komme nicht voran und drehe sich um sich selbst. Darum überlegt in der Planung vorher gut, wie ihr den bevorstehenden Prozess in Einzelabschnitte aufteilt und was am Ende eines jeden Treffens das Ergebnis sein soll. Diese Ergebnisse sollten allen Teilnehmenden absolut klar sein. Fasst sie am Ende gemeinsam zusammen und visualisiert sie. Besprecht die konkreten Formulierungen in der Gruppe und versichert euch gegenseitig, dass alle Anwesenden dem Ergebnis zustimmen.

Arbeitsmaterial 15: Leitlinien für ein gelungenes Treffen

Moderation

- Sei vorbereitet.
- Kreiere eine angenehme Atmosphäre.
- Treibe die Diskussion voran.
- Ermutige andere zur Teilnahme.
- Kommentiere nicht alles.

Teilnehmende

- Folge der Moderation.
- Bleibe beim Thema.
- Befolge die Vereinbarung der Gruppe.
- Höre den anderen Mitgliedern zu.
- Äußere deine Bedenken oder deine Begeisterung.
- Bringe Vorschläge ein.
- Sei flexibel und respektvoll.
- Trage zur guten Stimmung bei.



Arbeitsmaterial 16: (Mögliche) Gruppenregeln

■ Sei pünktlich und bleib am Ball.

Sei pünktlich, sodass wir auch pünktlich aufhören können. Komm etwas früher, wenn du noch Zeit brauchst, um zu essen, zu rauchen oder einfach anzukommen.

■ Komm vorbereitet.

Lies bitte die Texte/Tagesordnung, bevor das Treffen beginnt. Komm vorbereitet, um aktiv teilnehmen zu können.

■ Unsere Initiative gehört dir!

Wenn du jemand bist, der*die eher viel spricht, achte darauf, dass andere Stimmen auch gehört werden. Wenn du jemand bist, der*die dazu neigt, nicht viel zu sagen, trau dich. Wir anderen sind an deiner Meinung interessiert.

■ Lass alle zu Wort kommen.

Achte darauf, wer in der Diskussion spricht und wer nicht. Ermutigt andere – besonders Leute, die sich nicht beteiligen. Die Moderation begrenzt die Redezeit auf zwei Minuten pro Beitrag, wenn nicht anders abgesprochen.

■ Stell nicht Personen, sondern Ideen infrage.

Kritisiere Ideen und nicht Personen, von denen sie kommen. Nimm es nicht persönlich und lass es nicht persönlich werden.

■ Arbeite am Entstehen der Gemeinschaft.

Wir wollen eine Kultur des gemeinschaftlichen Wachstums schaffen. Wir wollen die Möglichkeit nutzen, Beziehungen aufzubauen und uns mit neuen Genoss*innen zu vernetzen.

■ Nimm Rücksicht.

Wir vereinbaren, dass wir deutlich sprechen und Nebengespräche auf ein Minimum reduzieren, sodass alle folgen können. Wir werden Handzeichen nutzen, um uns gegenseitig zu signalisieren, dass wir deutlicher, langsamer oder lauter sprechen müssen.

■ Vermeide Szenesprache.

Wir wollen eine Atmosphäre, in der alle Menschen mitgenommen werden und in der sie nicht andauernd auf unbekannte Abkürzungen oder Worte treffen. Wenn du sie trotzdem nutzt, erkläre sie auch.

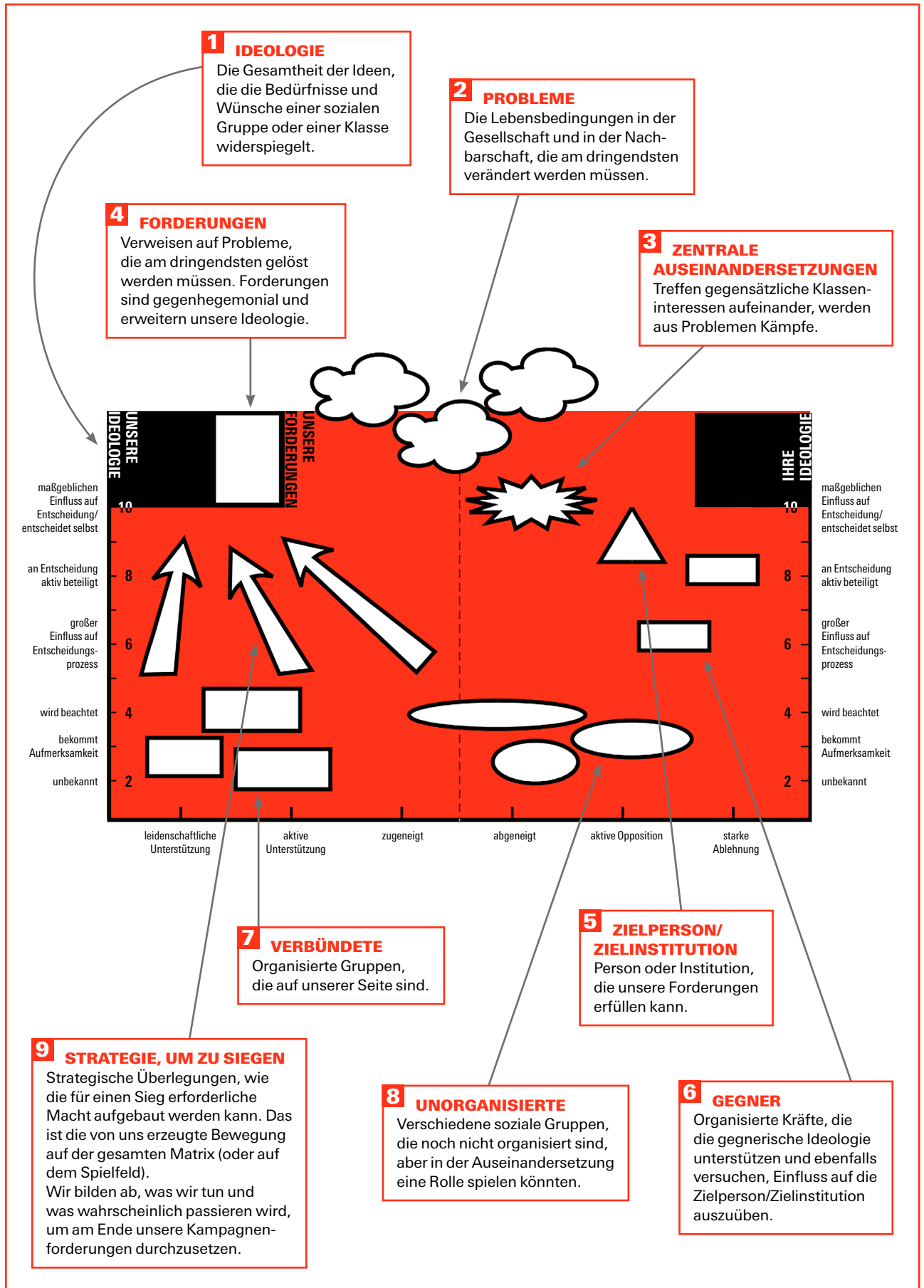


Arbeitsmaterial 17: Macht und Organizing

Macht = die Fähigkeit oder Kapazität,
ein kollektiv vereinbartes Ziel zu erreichen.

Organizing = der Prozess des Organisationsaufbaus
und ein Handwerk, das aus Systematik und Können besteht.

Arbeitsmaterial 18: Machtanalyse. Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung

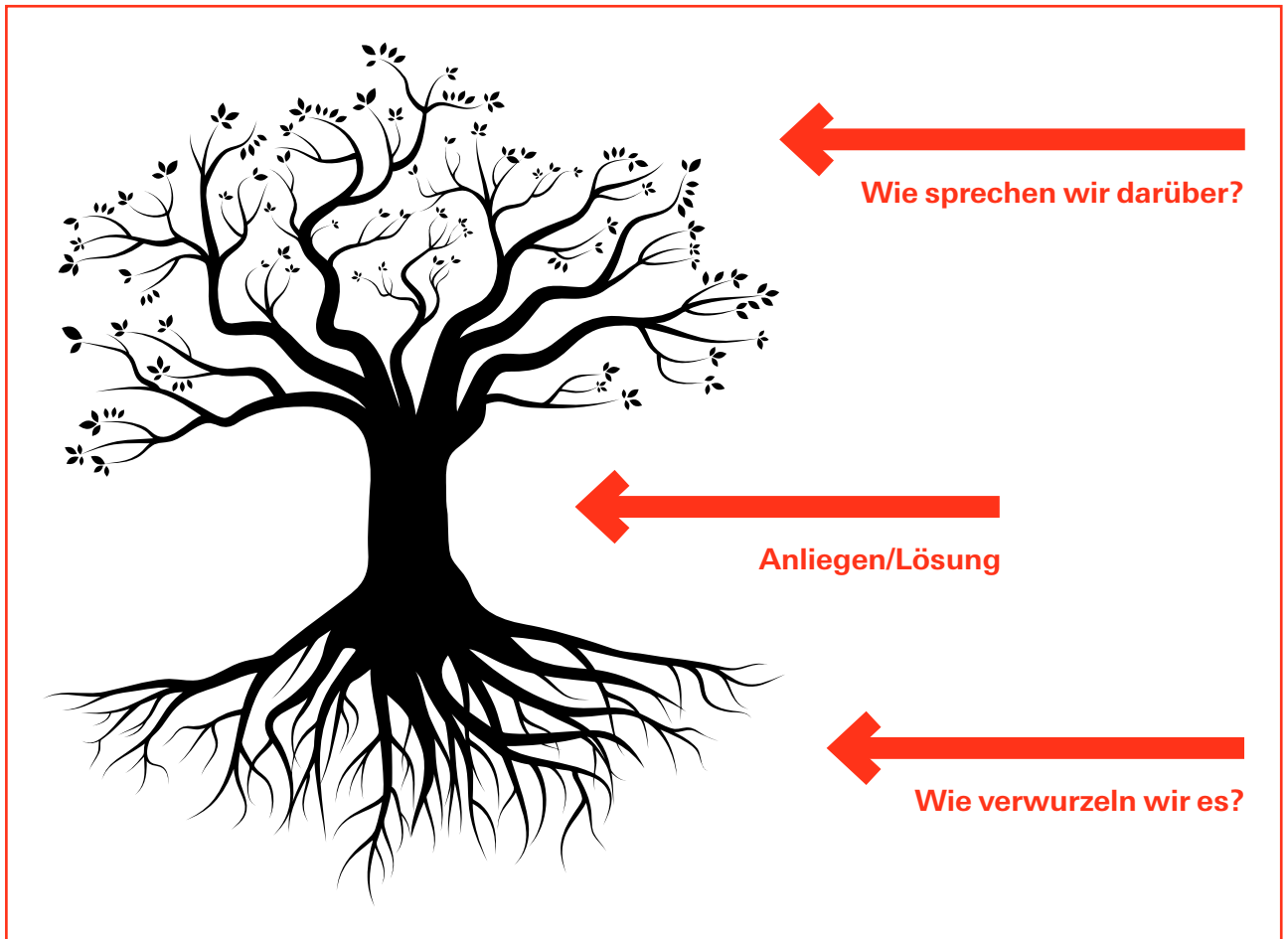


Arbeitsmaterial 19: Kriterien für gute Kampagnenthemen

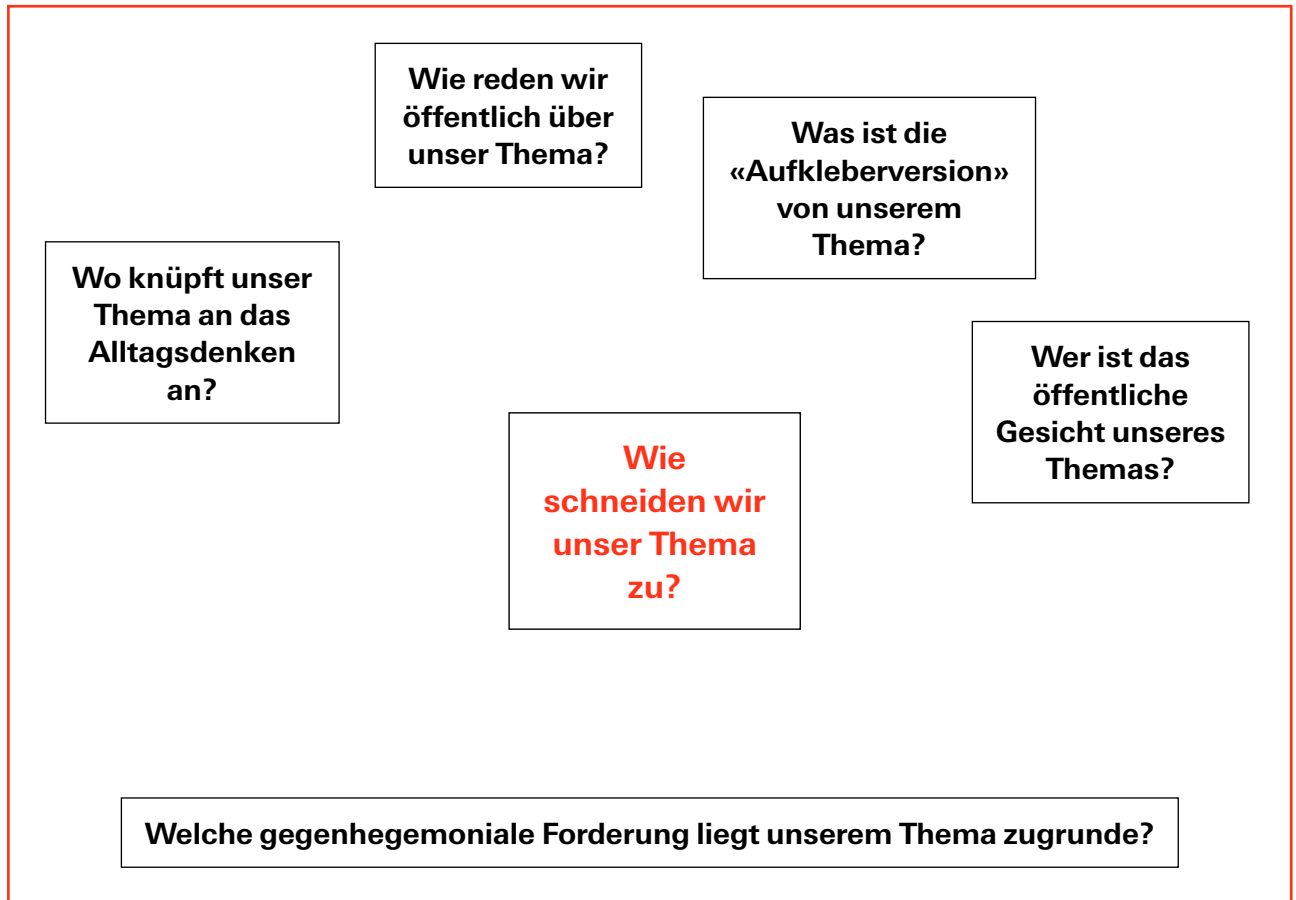
Kampagnen mit guten Themen ...

- bringen reale Lebensverbesserungen für die Leute,
- geben Leuten ein Gefühl von *Eigenmächtigkeit*,
- *verändern* die Machtverhältnisse,
- sind es wert,
- vermitteln ein *starkes* Gefühl,
- werden von vielen gefühlt,
- sind einfach zu *verstehen*,
- haben ein *klares Ziel*,
- haben einen klaren *zeitlichen* Rahmen, der zu unseren Voraussetzungen passt,
- müssen Kernaktive *aufbauen und entwickeln*,
- müssen vorbereitend auf die *nächste Kampagne* bzw. den *Aufbau einer Organisation* sein,
- führen *nicht* zur Spaltung.

Arbeitsmaterial 20: Überprüfungsfragen für Kampagnenthemen



Arbeitsmaterial 21: Wie sprechen wir über unser Thema?



Arbeitsmaterial 22: Kampagnenebenen

Ebene 1: Aktivierende Ansprache und Mobilisierung: Macht aufbauen!

- Es ist eure Aufgabe, kontinuierlich aktiv auf Menschen zuzugehen und sie anzusprechen. Je nach Möglichkeit könntet ihr beispielsweise zweiwöchentlich von Tür zu Tür zu gehen und neue Mitstreiter*innen rekrutieren.
- Strebt eskalierende Mobilisierungen an! Zum einen, um den Konflikt am Ende gewinnen zu können, zum anderen aber auch, um eure *eigene Macht* zu testen: Habt ihr mehr Leute organisiert, verstehen sie den Konflikt, übernehmen sie Verantwortung? Wichtig: Geht alle Eskalationsschritte gemeinsam und trifft keine einsamen Entscheidungen!

Ebene 2: Weiterentwicklung von Kernaktiven (*leadership development*):

- In vielerlei Hinsicht ist es die primäre Aufgabe von Organizer*innen, Menschen zu finden, die Verantwortung übernehmen wollen und diese bei ihrer Weiterentwicklung zu unterstützen. Das gilt auch in Kampagnen. Themen und Probleme kommen und gehen, aber wenn eure Kernaktiven politische Klarheit über die Ziele der Organisation erlangt haben, dann kann die Organisation besser auf Veränderungen in der Stadt oder der Region reagieren. Übernimmt jemand Verantwortung und wird zur Anführer*in, kann sie oder er Nachbar*innen dazu mobilisieren, ihre Sichtweisen einzubringen. Oder anders ausgedrückt: Anführer*innen haben Leute, die ihnen folgen.
- Leadership development* beginnt dort, wo ihr Leute findet, die bereit sind, sich weiterzuentwickeln. In Trainings und durch die Übernahme von Verantwortung in den Kampagnen festigt sich ihre politische Sichtweise und die Organisation wird zu *ihrer* Organisation.
- Leadership development* geschieht vor allem in persönlichen Gesprächen.

Ebene 3: Verbündete organisieren (*institutional organizing*) und Bündnisse aufbauen: Gemeinsam seid ihr stark!

Verbündete Organisationen können eure Anliegen verstärken und am Ende ein wertvoller Teil der Kampagne werden. Folgende Erfahrungswerte solltet ihr beachten:

- Auf welcher politischen Grundlage arbeitet ihr zusammen? Bündnisse mit Organisationen, die eure politischen Ziele nicht teilen, können oft zu Schwierigkeiten führen.
- Unterscheidet daher zwischen taktischen (kurzfristigen, konkreten) und strategischen (langfristigen, politischen) Partnern.
- Bündnisse aufzubauen braucht Zeit. Macht euch bewusst, was ihr von anderen Organisationen wollt, bevor ihr sie ansprecht.
- Findet den richtigen Zeitpunkt, Gespräche abubrechen. Ihr habt nur begrenzt Zeit. Fordert konkrete Beteiligung von jeder Organisation ein. Wenn sie mitarbeiten, arbeiten sie mit, wenn nicht, dann nicht. Dann könnt ihr euch anderen Organisationen zuwenden.
- Bündnisse kommen zuletzt. Eine Basis aufbauen, Leuten helfen, sich zu entwickeln, Verantwortung zu übernehmen und die Kampagne mitzugestalten hat Priorität. Ihr könnt in Bündnissen nicht mit der nötigen Klarheit agieren, wenn ihr euch selbst noch nicht gefunden habt.

Ebene 4: Kommunikation: Wen müssen wir bewegen, um zu gewinnen?



- Wie rahmt ihr eure Kampagne ein (*framing*) bzw. was ist eure Erzählung in Bezug auf eure Basis und in Bezug auf die städtische oder regionale Öffentlichkeit?
- Wie nutzt ihr die Medien, um eure Botschaft und eure Forderungen zu verbreiten?
- Medien können sehr dabei helfen, den Druck auf eure Gegner bzw. auf die Zielperson zu vergrößern. Positive Berichterstattung ist hilfreich, um der Kampagne Glaubwürdigkeit zu vermitteln. Es geht darum, die öffentliche Debatte und die allgemeine Erzählung in unsere Richtung zu verschieben.
- Kommunikation schließt Social Media und andere offline Kommunikationsebenen wie Flyer und Plakate mit ein. Social Media kann bei der Mobilisierung eine große Rolle spielen. Aber: Verwechselt Social Media nicht mit Organizing!
- Kommunikation fokussiert auf die Grundidee linken Organizing. Wie alles, was ihr tut, laufen eure Kommunikationsstrategien auf das Ziel hinaus, Macht aufzubauen: Wen wollt ihr erreichen, was ist eure Zielgruppe, welche Medien erreichen sie, wie messt ihr euren Erfolg?

Ebene 5: Recherche/Juristisches/Richtlinien und Umsetzungen:

Verliere am Verhandlungstisch nicht das, wofür du auf der Straße gearbeitet hast!

- Denkt schon zu Beginn der Kampagne daran, wer sich am Ende darum kümmert, Gesetzesentwürfe, Bebauungspläne, Richtlinien, Ausführungsvorschriften, Tarifverträge oder sonstige Entscheidungen zu überprüfen. Diese Aufgabe ist wichtig, weil ihr sonst am Verhandlungstisch das verliert, was ihr auf der Straße erkämpft habt.

Arbeitsmaterial 23: Kampagnenphasen

ZEIT 					
I. Analyse & Vorbereitung	II. Ortsgruppen gründen	III. Anliegen identifizieren	IV. Eskalierende Aktion	V. Konfronta- tion & Verhandlung	VI. Erfolg
					Was haben wir erreicht? Kommunika- tion und Nachbereiten Analyse und Evolution der Kampagne PARTY!

