

Lokale Aktionsplanung

Eine Aktion hat immer ein konkrete Ziele: 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: hohe Breitenwirkung, denn viele Menschen überall im Land können mitmachen.

Einige 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 von Hartz IV.
- Demonstrationen machen die Masse der Menschen hinter einem Anliegen sichtbar.
- "Besuche" und individuelle Anrufe bei politischen Gegnern wie Banken oder 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 bei int. Gipfeln 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 -> lebendige Demokratie!
- spektakuläre Aktionen können ein starkes Bild erzeugen, das unser Anliegen in die Öffentlichkeit transportiert. Ein Bild, auf dem die politische Forderung (z.B. „Steuerschlupflöcher schließen“) an symbolträchtigem Ort (Finanzministerium) präsentiert wird, ist ein Aufmacher, den Medien gerne aufgreifen und dabei auch über Anlass und Hintergründe berichten. Solche Aktionen sollten in Kampagnen eingebunden sein, um nicht aktionistisch zu wirken.
- Internet-Aktionen wie „Mailomat“ an die Bundestagsabgeordneten
- Verfremdung von bekannten Motiven (a la Adbuster), s. die Plakate zur Agenda 2010 oder zur Bundestagswahl („SPD – zukunftsgerecht“ wurde zu „SPD – zu ungerecht“).
- Bürgerbegehren, öffentliche Streitgespräche, Widerstandslesungen, globalisierungskritische Stadtrundgänge und vieles mehr.

Demonstrationen und andere legale Aktionen im öffentlichen Raum (Straße, Fußgängerzone, etc.) sind grundsätzlich erlaubt, müssen aber angemeldet werden. Ausnahme: es handelt sich um eine spontane Demonstration anlässlich eines aktuellen Themas. Dann kann innerhalb von 48 Stunden auf eine Anmeldung verzichtet werden, bzw. diese kann vom Ort der Demonstration aus nachgeholt werden.

Auf der Attac-Homepage findet sich ein Merkblatt zum Thema „Rechtsfragen bei Aktionen“ unter dem entsprechenden Schlüsselwort im FAQ „Gruppenunterstützung“.

Schritte zur Vorbereitung einer Aktion

1. **Konkretes und erreichbares Ziel** festlegen: Was wollen wir mit der Aktion erreichen? Das ist für die eigene Motivation wichtig und auch für die Auswertung: was kann man noch lernen?

- Aufmerksamkeit der Medien/allg. Öffentlichkeit wecken, das Thema in die Diskussion bringen
- Menschen über komplexe Zusammenhänge informieren (z. B. Bolkestein-Richtlinie, etc.)
- Beteiligung der Menschen ermöglichen (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**: dem Anlass angemessen, den Kapazitäten und den Fähigkeiten/Ressourcen in der Gruppe angemessen?

- Infotisch/Flugblätter verteilen/Unterschriften sammeln: wenig spektakulär, aber immer wieder notwendig, niedrigschwellig
- 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 Konfrontation: wer ist der Gegner, wo ist der richtige Ort? Übertreten wir die Grenze der Legalität? Ist jeder Teilnehmende sich über evtl. Folgen bewusst?

3. **Pressearbeit** vorbereiten

Essentiell bei jeder Form von Aktion ist eine gute Pressearbeit. Regionale Zeitungen sind für schöne Bilder meist dankbar. Wichtig: Überlegt euch die Optik der Aktion: ist alles Wesentliche auf dem Bild zu sehen? Unser Anliegen, die Forderung, der Absender?

Gute Chancen, öffentlich wahrgenommen zu werden, hat eine Aktion im entsprechenden politischen Umfeld: stehen auf lokaler Ebene wichtige politische Entscheidungen an, sind andere Handelnde in der Sache aktiv, stehen wichtige Termine auf der Tagesordnung? Wenn das Thema bereits in aller Munde ist, egal von welcher Seite, wird eher berichtet, als wenn man es selbst auf die Agenda bringen muss!

Konkrete Vorbereitungen

- bei der Stadtverwaltung (meist Ordnungsamt) oder Polizei den Ort der Aktion, Standplatz oder Marschroute anmelden
- Transparente/Banner und andere Aktionsmittel herstellen oder besorgen, Infomaterial/U-Listen vorbereiten (Infos zum Banner herstellen auf der Attac-Homepage unter „Aktionen“)
- Argumentation üben, z. B. als Rollenspiel in der Gruppe
- gutes inhaltliches Briefing aller Teilnehmenden - jedeR muß in der Lage sein, Sinnvolles zum Thema in ein Mikrofon zu sagen (oder – falls nicht – an Andere verweisen)
- wichtig: Planung der begleitenden Pressearbeit: mind. 1- 2 Tage im Voraus die lokalen JournalistInnen informieren, am besten persönlich/telefonisch; Mails und Faxe gehen oft in Papierstapeln auf den Schreibtischen unter
- Pressemappe erstellen: diese enthält eine gut formulierte Presseerklärung (max. 1 Seite!) zur Aktion, unsere Haupt-Forderungen, allg. Infos über Attac, Hintergrundinfos zum Thema.

Holt euch **Unterstützung und Beratung**:

- durch lokale Bündnisse oder bei benachbarten Attac-Gruppen
- im Bundesbüro: Stephanie Handtmann, Tel. (069) 900 281-22, handtmann@attac.de oder für Pressearbeit: Frauke Distelrath, Tel: (069) 900 281-42, presse@attac.de
- wird's finanziell eng: Antrag an den Feuerwehrtopf, bei Sabine Leidig (leidig@attac.de).