

# Kampagnenplanung - Aktionen strategisch denken

Seminarreihe „Bewegungen Bewegen 2022 - 2023“

**Werkstatt für Gewaltfreie Aktion**

Jessica Aboubakari, Laura Plönnigs &  
Sara Fromm

18.30 – 20.30 Uhr

31. Januar 2023



Online Seminarreihe 22/23

Werkstatt für Gewaltfreie Aktion Baden

## Bewegungen bewegen

- 18. Oktober 22: Gewaltfreie Aktion
- 15. November 22: Intersektionalität
- 13. Dezember 22: Medienwirksame Bilder
- 17. Januar 23: Kampagnenplanung
- 21. Februar 23: Theorie des Wandels
- 21. März 23: Organizing



18:30 - 20:30 Uhr  
Online  
Big Blue Button

Mehr Infos unter [www.wfga.de](http://www.wfga.de)  
Anmeldung: [veranstaltungen@wfga.de](mailto:veranstaltungen@wfga.de)

 [collocall.de/faq](http://collocall.de/faq)  
für mehr Hilfe

 Präsentation  
minimieren 

Jetzt basierend auf  
BigBlueButton 2.3

# collo call

  
 Interaktive  
Notizen

 Menü →   
 Einstellungen →  
 Daten sparen

 Chat-Nachricht  
schreiben 

 Mikrophon &  Kamera  
an/aus  

 Präsentation  
wiederherstellen 

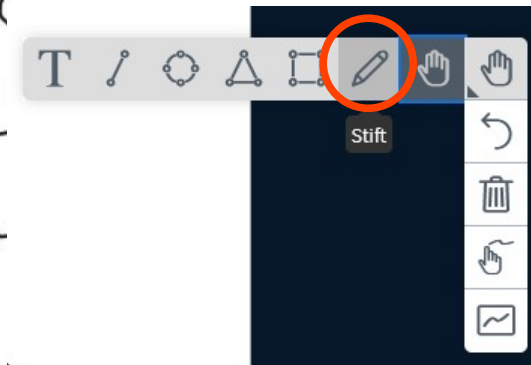
# Werkstatt für Gewaltfreie Aktion, Baden

- Friedensorganisation seit 1984
- Aus- und Fortbildungen, Trainings und Seminare, Unterstützung von Gruppen
- Unsere Schwerpunkte:  
Gewaltfreie Aktion,  
konstruktive  
Konfliktbearbeitung & Konsens
- [www.wfga.de](http://www.wfga.de)

# Check-In

---

Von wo seid  
ihre gerade mit  
dabei?



Anderswo

# Check-In

---

Hast du dich schon mit Kampagnen auseinandergesetzt?

Noch  
nie ←————→ Sehr  
oft

## Aufklärungskampagnen

---

- Sichtbarkeit für ein gewisses Thema schaffen durch breitflächige Streuung und Verbreitung von Informationen  
-> via Social Media, E-Mail, Funk & Fernsehen, Brief/Postkartenaktionen
- Ziel: Aufmerksamkeit schaffen, Informationsvermittlung, Verhaltensänderung (alles auf individueller Ebene)
- Beispiele: Impfkampagne (Covid), Kampagnen zu „Dont text and drive“, Kampagne „Kenn dein Limit“

## Druckkampagnen

---

- Gezieltes Einsetzen für politische Veränderung, durch eskalierend aufgebaute Aktionen im öffentlichen Raum  
-> Druckausübung auf die Entscheidungsträger:innen durch:
  - kollektives Handeln & direkte Aktionen wie Lobbying, politische / öffentliche Aktionen, Mobilisierung der Öffentlichkeit
- Ziel: Gesellschaftliche Strukturelle / gesetzliche Veränderung
- Beispiele: „Aktion Aufschrei- Stoppt den Waffenhandel“, „atomwaffenfrei.jetzt“

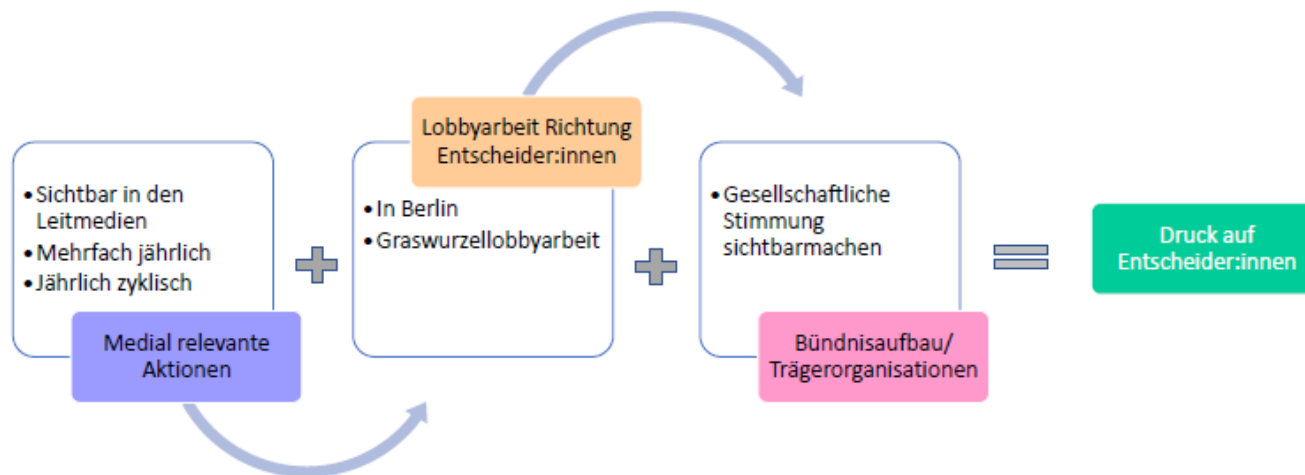
## Wann sind Druckkampagnen sinnvoll?

---

- Sobald sich ein „externer“ Trigger ereignet
  - Sobald ein Thema „manifest“ ist und wir darauf aufbauend Druck aufbauen können (Rüstungsexport).
  - Wenn das Thema bei den „Reformern“ reif ist und wir noch eine Druckkampagne brauchen um eine Entscheidung zu „erzwingen“
- > Voraussetzung ist immer eine kompetente und stark aufgestellte Organisation

# Wie funktioniert eine Druckkampagne?

---





# Formen von Druckausübung auf Politik und Wirtschaft (Beispielhaft)

---

## Politik

- Petitionen
- Graswurzellobbying
- Ziviler Ungehorsam  
(gewaltfreie Blockaden,  
öffentliche Plätze besetzen  
etc.)
- Juristische Prozesse

## Wirtschaft

- Boycott/Buycott
- Alternative Produkte
- Anbieterwechsel
- Produktaufklärung
- Streiks

## Phasen der Druckkampagne

---

### Planungsphase:

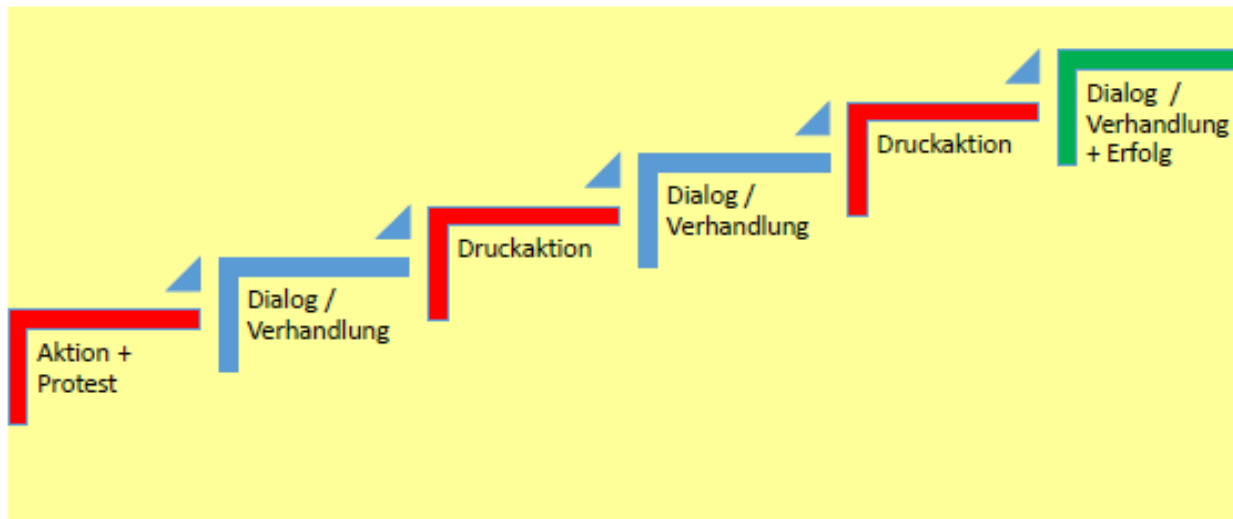
- Themenfindung -> sinnvoll wenn für Thema bereits öffentliche Betroffenheit und mediale Aufmerksamkeit besteht
- Festlegung der Ziele & Kampagnenforderungen
- Vorbereitende Maßnahmen wie Aufbau soziales Netz, umfangreiche Informationssammlung, Klärung von Ressourcen
- Planung der Aktionen

## Phasen der Druckkampagne

---

### Aktionsphase

- Aktionen eskalierend & stufenweise angelegt mit Dialogsangeboten an die Entscheider:innen



## Phasen der Druckkampagne

---

### Durchsetzungsphase

- Überprüfung der Vereinbarungen
- Auswertung der Aktionen (Wirksamkeit, Reichweite etc.)
- Erfolgsbilanz ziehen

Zum Schluss: Neuplanung u. Anschlusskampagne?

# Kampagne „Tempo 100“

---

- Aktuelle Studien des Bundesumweltamts (Jan 2023) zeigt auf, dass Tempolimit noch größere Effekte auf CO<sub>2</sub>-Einsparung hätte als bisher angenommen
- 2/3 der Deutschen befürworten allgemeines Tempolimit
- ➔ Wir wollen mit einer Kampagne die Einführung von einem allgemeinen Tempolimit 100/km durchsetzen.

## Kampagnenforderungen:

1. Gesetzgeber beschließt eine Höchstgeschwindigkeit von Tempo 100 ohne Ausnahmen auf Autobahnen bis Ende 2023
2. Ab Juli 2024 wird dieses allgemeingültige Tempolimit durch verstärkte Geschwindigkeitskontrollen und/oder verschärft Sanktionen auch in der Praxis durchgesetzt.
3. Ab Juli 2024 werden Sanktionsgelder aus den Geschwindigkeitsübertretungen exklusiv in den Strukturwandel des ÖPNV im ländlichen Raum investiert
4. Ab Mitte 2024 steht in allen existierenden Raststätten eine kostenlos zugängliche, gepflegte Toilette zur Verfügung

# Gruppe 1 – „Vom Ende her denken“

---

- Denkt die Kampagne „vom Ende her“: Welche Entscheidung(en) müssen von den Entscheidungsträger\*innen gefällt werden, damit die Kampagne ein Erfolg ist?
- Beantwortet dazu verschiedene Fragen (s.Pad)
  - WO findet die Entscheidung statt?
  - WANN findet die Entscheidung statt?
  - WER entscheidet?
  - Etc.
- Nutzt euer Wissen zu dem Thema oder recherchiert gemeinsam

## Gruppe 2 - Akteurslandkarte

---

- Identifiziert Akteure die euch bei der Kampagne unterstützen könnten
- Sortiert sie dabei nach geschätztem Einfluss und Nähe zum Thema auf der Akteurslandkarte ein
- Es ist hilfreich auch die Gruppen/Akteure miteinzubeziehen, die ihr persönlich ansprechen könnt bzw. der Kontakt schon besteht

## Gruppe 3 - Aktionszeitstrahl

---

- Sammelt 10 eskalierende Druckaktionen für die Kampagne „Tempo 100“
- Achtung, am 08.10.2023 findet in Bayern und Hessen die Landtagswahl statt
- Zeitraum: ab Startpunkt der Kampagne (diesen entscheidet ihr) bis November 2023 nach den Landtagswahlen



# Vielen Dank!

## Nächster Termin:

Dienstag, 21. Februar  
18:30 bis 20:30 Uhr

„Theorie des Wandels“

Anmeldung: per Mail bei  
[veranstaltungen@wfga.de](mailto:veranstaltungen@wfga.de)

Online Seminarreihe 22/23

## Bewegungen bewegen

- 18. Oktober 22:  
Gewaltfreie Aktion
- 15. November 22:  
Intersektionalität
- 13. Dezember 22:  
Medienwirksame Bilder
- 17. Januar 23:  
Kampagnenplanung
- 21. Februar 23:  
Theorie des Wandels
- 21. März 23:  
Organizing



@Joe Pohl

18:30 - 20:30 Uhr  
Online  
Big Blue Button

Mehr Infos unter [www.wfga.de](http://www.wfga.de)  
Anmeldung: [veranstaltungen@wfga.de](mailto:veranstaltungen@wfga.de)

# Vielen Dank!

---

**Wir freuen uns über Spenden!**

Gewaltfrei Leben Lernen e.V.

IBAN: DE68 4306 0967 7007 0207 01

BIC: GENODEM1GLS

GLS-Bank, Bochum

# Vielen Dank!

---

## Werkstatt für Gewaltfreie Aktion, Baden

Sara Fromm: [sara.fromm@wfga.de](mailto:sara.fromm@wfga.de)

Laura Plönnigs: [laura.ploennigs@wfga.de](mailto:laura.ploennigs@wfga.de)

Jessica Aboubakari: [jessica.aboubakari@wfga.de](mailto:jessica.aboubakari@wfga.de)

[www.wfga.de](http://www.wfga.de) und auf Instagram [@werkstattfuergewaltfreieaktion](https://www.instagram.com/werkstattfuergewaltfreieaktion)