

Kampagnen und Medienarbeit

für gesellschaftlichen Wandel

Protest gegen #IAA21

Kampagnen

- **Zielgerichtet** 
- **Thematisch fokussiert** 
- **Zeitlich begrenzt** 
- **Dramaturgisch angelegt** 
- **Streben große Reichweiten an** 
- **Integrieren zahlreiche (Kommunikations)Maßnahmen/-Instrumente** 

Kampagnen

- **unterschiedliche Arten der Kampagnen:**
 - Aufklärungskampagnen
 - Druckkampagnen
- **eine längerfristig angelegte Serie von Aktivitäten, mit einer strategischen Herangehensweise, um eigene Ziele zu erreichen**
 - sind also nicht per se ‚gut‘, auch unsere politischen Gegner:innen machen Kampagnen
- **3 wichtige Dinge: Ziel, Umfeld, Taktik**

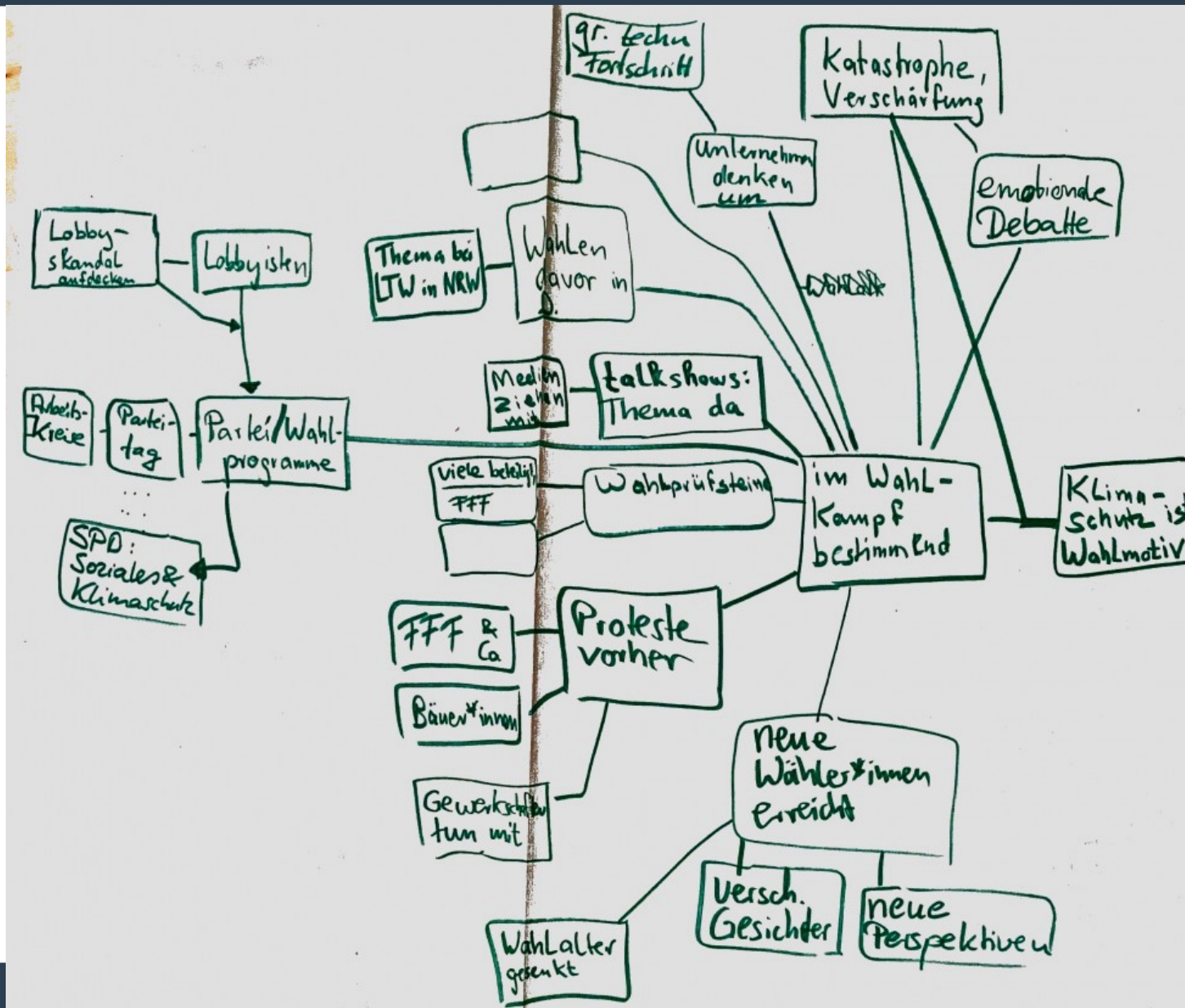
Methoden für die Kampagnenarbeit

- **Kritischer Pfad**
- **Umfeldanalyse**
- **Strategie finden**

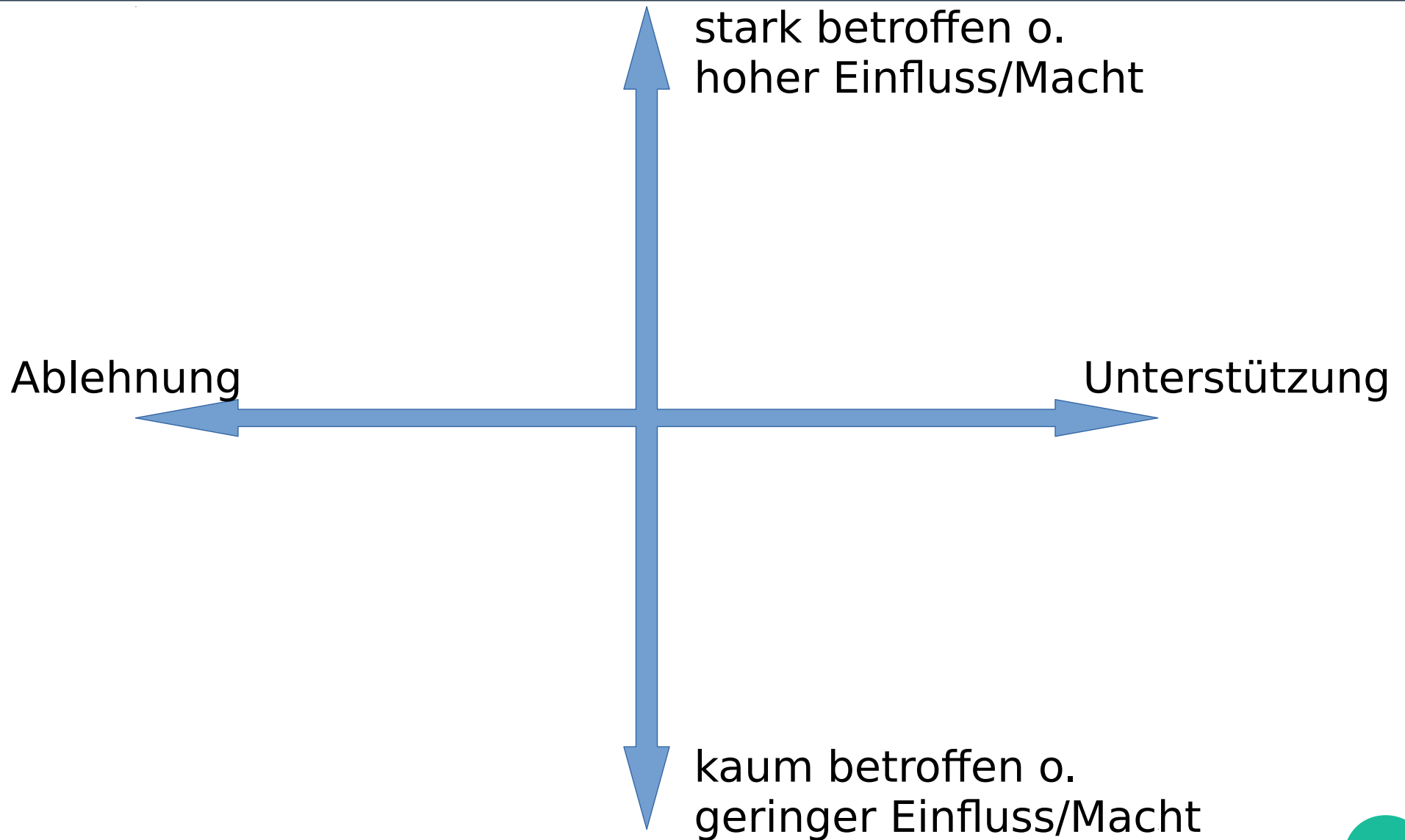
- **wichtige Unterscheidung:
Gegner:in \neq Adressat:in**

The diagram shows the text 'Gegner:in \neq Adressat:in' with two blue arrows pointing downwards. The arrow under 'Gegner:in' points to the text 'RWE' in red. The arrow under 'Adressat:in' points to the text 'Bundesregierung' in black.

Kritischer Pfad



Umfeldanalyse



So wird eine ~~Strategie~~ Schuh daraus



Ansätze z.B.
aus Krit. Pfad

Hebel ?
[angreifbar, erreichbar]

→ Adressat * in

Window of opportunity

↳ akt. Entscheidungsprozess

↳ Großevent, Gipfeltreffen

↳ Skandal, Kalashoppe, Umbruch

↳ Entschlossener Protest am richtigen Ort

TOC formulieren

CRISITUNITY

strategische Entscheidungen:

Eigene Rolle & Ressourcen

Eskalation / Spannungsbogen

Strategie finden

Botschaften in die Medien bringen

- **Welche Medien:**

- klassische Medien (Zeitung, TV, Radio)
- Social Media
(Twitter , Facebook , Instagram )

- **Warum?**

- um einen Diskurs zu setzen oder zu verschieben
- um Handlungsdruck auf Adressat:innen der Kampagne aufzubauen

Wie komme ich in die Medien?

- **Aktionen (Kundgebungen, Demos, Bannerdrops, ziviler Ungehorsam etc.)**
- **Studien, Anzeigen**
- **Hintergrundgespräche mit Journalist:innen**



Quelle: System Change, not Climate Change, „11. November, Wien: Demonstration für mehr Klimaschutz und gegen Klimawandelleugner in der Regierung“



Quelle: Pay Numrich/Kohle erSetzen! (CC 4.0)

Wie komme ich in die Presse?

- **Bilder zum Inhalt liefern**
 - Vorsicht: möglichst einfache Bildsprache
 - Einfacher bei einem gegebenen Anlass/Debatte
- **Inhalt zu den Bildern liefern und Journalist:innen auf das Thema aufmerksam zu machen**
 - Presseeinladungen und -mitteilung dazu an klassische Medien rausschicken, evtl. Pressekonferenzen veranstalten
 - Vorsicht: aufs Framing achten

Eigene Social-Media-Kanäle

- **Accounts aufbauen und pflegen**
- **Zielgruppenspezifische Ansprache**
- **Inhalt & Unterhaltung**

- **Für Twitter: gut laufende Hashtags nutzen; gemeinsam mit Anderen z.B. Twitterstorms machen, evtl. direkte Kommunikation mit Politiker:innen**

Teil einer Bewegung

- **Kampagnen als eine Form des Wirkens von Bewegungsakteuren**
- **Botschaften in Medien bringen → bei Bewegungen durch einzelne Akteure und darüber hinaus**



Quelle: Pexels (CC0)