

AKTIV KREATIV DEMONSTRATIV

HANDBUCH DER IDEEN UND TIPPS
FÜR POLITISCHE STRAßENAKTIONEN



TOGETHER, WE CAN MAKE **IT FAIR** - FOR PEOPLE EVERYWHERE!

IMPRESSUM

Autor: Jochen Dallmer, unter Mitarbeit von Lukas Groten

Redaktion: Cornelia Heydenreich

Herausgeber: Germanwatch e.V.



Büro Bonn

Dr. Werner-Schuster-Haus
Kaiserstraße 201
D-53113 Bonn
Telefon: +49 (0) 228 / 60492-0,
Fax: +49 (0) 228 / 60492-19

Büro Berlin

Schiffbauerdamm 15
D-10117 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 / 288 8356-0,
Fax: +49 (0) 30 / 288 8356-1

E-Mail: info@germanwatch.org

www.germanwatch.org

Bestellnummer: 11-4-02

ISBN 978-3-939846-80-2

Mai 2011

ILLUSTRATION / LAYOUT
www.fraugroeschke.de

Sabrina Gröschke

Diese Publikation kann im Internet abgerufen werden unter:

<http://www.germanwatch.org/corp/it-aktion.htm>

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung des Evangelischen Entwicklungsdienstes und des Katholischen Fonds hergestellt. Die Verantwortung für diese Publikation liegt allein bei Germanwatch. Der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Förderer angesehen werden. Für Aktionen, die in Anlehnung an diese Publikation durchgeführt werden, übernimmt Germanwatch keine Verantwortung. Insbesondere schließt Germanwatch ausdrücklich jede Haftung für Aktionen aus, die den Rahmen des gesetzlich Zulässigen verlassen.



INHALTSVERZEICHNIS

WILLKOMMEN ZUM MAKE IT FAIR

AKTIONSBUCH

4

Wer wir sind |

Warum sind Aktionen zum Thema faire IT nötig |

Unsere Aktionen | Fakten

WIE UND WARUM

Warum | Wie

KREATIVE METHODEN EINSETZEN

10

METHODEN 12

Kreatives Nachfragen in Geschäften 13 | Feedback oder KundInnenkarten 14 |

Fairer Apfelkuchen versus unfaires iPhone 15 | Infostand und Unterschriften sammeln 16 |

Flashmob 17 | Theater - Statuentheater, Freeze, Menschenmaschine ... 19 |

Straßentheater 21 | Verstecktes Theater 22 | Falsche Demonstration 23 |

Spenden für Unternehmen sammeln 24 | Konsumtempelanbetung 25 | „Radioballett“ 26 |

Puppenspiel 27 | Clownerie, Jonglieren, Stelzen laufen 28 | Öffentliche Installation - Elektroschrott als

öffentliche Installation 29 | Großbilder mit Straßenkreide 30 | Öffentliche Lesung 31 | Filmvorführung 31 |

Quiz, Glücksrad 32 | Blumenaktion 33 | Bildung für Alle – in der Fußgängerzone 34 | Musik macht die Aktion

schön 34 | Adbusting, Aufkleber, etc. 35 | Kunst weckt immer Interesse 35

TIPPS & TRICKS FÜR EURE AKTION 36

Botschaft | Was würde Euch ansprechen? | PassantInnen ansprechen |

Recht & Ordnung | Öffentlichkeitsarbeit | Vorbereitung und Nachbereitung |

Planung: Ort, Zeit, Anlass, Bezug, Partner

INFORMATIONEN

42

Internet | Filme | Videos



WILLKOMMEN ZUM MAKE IT FAIR AKTIONSHANDBUCH

Eine Welt ohne Elektronik können wir uns alle kaum mehr vorstellen.

Wir sind von der Informationstechnologie (IT) abhängig - jeden Tag, in der Schule & Uni, bei der Arbeit und in der Freizeit. IT hat unser Leben in vielen Bereichen leichter gemacht und verbessert, aber global auch neue Probleme geschaffen.

Mit kreativen Aktionen setzt sich makeITfair gemeinsam mit jungen Menschen aus ganz Europa für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen der ArbeiterInnen in Entwicklungsländern ein. Dieses Aktionshandbuch soll Euch dabei helfen, eigene Aktionen zu planen und umzusetzen. Die inhaltliche Botschaft ist dabei genauso wichtig wie der Spaß bei der Aktion und das positive Erlebnis, zusammen etwas zu bewegen.

Gemeinsam können wir es schaffen, die IT-Branche fair werden zu lassen – fair für alle Menschen!



WER WIR SIND

makeITfair ist ein europäisches Projekt, das sich mit der Elektronikindustrie, insbesondere mit der Produktion von elektronischen Konsumgütern wie Mobiltelefonen und Laptops kritisch auseinandersetzt.

Wir informieren junge Leute aus Europa über die miserablen Arbeitsbedingungen und die massiven Umweltprobleme, die weltweit mit der Herstellung unserer Elektronikgeräte verbunden sind.

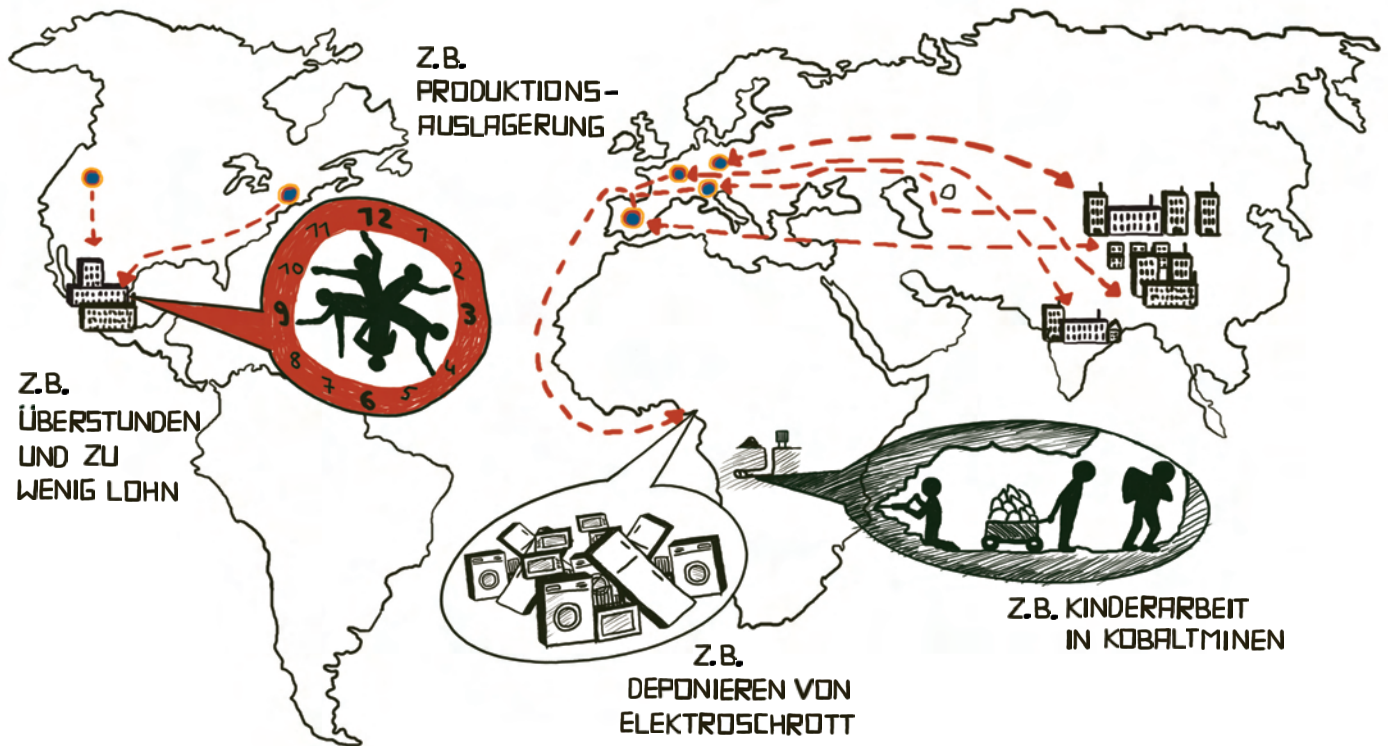
Die Projektpartner von makeITfair sind SwedWatch und Fair Trade Center aus Schweden, FinnWatch und Repu-Pro Fair Trade aus Finnland, Germanwatch aus Deutschland, ACIDH aus der Demokratischen Republik Kongo, CIVIDEP aus Indien, Workers Assistance Center (WAC) auf den Philippinen und Civil Society Research and Support Collective (CSRSC) aus Südafrika. Die niederländische Organisation SOMO (Zentrum für Recherche zu Multinationalen Unternehmen) koordiniert das gesamte Projekt.

Wir wollen den gesamten Lebenszyklus von IT-Geräten fair und ökologisch gestalten – vom Design der Geräte bis zum Abbau der Rohstoffe, von der Produktion der Einzelbauteile bis zur Entsorgung des Elektroschrotts.

Wir wollen Elektronikunternehmen dazu bringen, faire und nachhaltige Standards umzusetzen. Wir wollen junge Menschen dazu motivieren, selbst aktiv zu werden, um diese Missstände zu beheben. Zusammen können wir die großen Elektronikunternehmen dazu bringen, ihre Verantwortung wahrzunehmen und die Arbeitsbedingungen in ihrer Produktionskette zu verbessern und die Umweltbelastungen zu verringern.

WARUM SIND AKTIONEN ZUM THEMA IT NÖTIG

Ein Blick hinter die glanzvollen Kulissen der IT-Branche.



DIE SCHATTENSEITEN DES IT-BOOMS

Um die Preise so niedrig wie möglich zu halten, haben Elektronikfirmen ihre Produktion in Länder ausgelagert, in denen die Löhne niedrig und Umweltgesetze weniger streng sind.

Die großen IT-Hersteller haben oft nur einen geringen Überblick über die Fertigungsbedingungen in ihrer Produktionskette. Schlechte Arbeitsbedingungen und Umweltverschmutzung sind dort an der Tagesordnung.

Bislang tun die Markenhersteller noch zu wenig, um die Probleme zu beheben.

RESSOURCENGWINNUNG – Lebensgefahr, Landvertreibung

Die Probleme beginnen bereits beim Rohstoffabbau: Arbeiter in Afrika riskieren ihr Leben in Minenschächten, wo sie Metalle abbauen, die für unsere Elektronikgeräte benötigt werden.

In der Demokratischen Republik Kongo arbeiten ca. 50.000 Kinder im Bergbau. Manche von ihnen sind erst sieben Jahre alt. Täglich schuften sie ohne Schutzkleidung in Kupfer- und Kobaltminen. Während viele Bergarbeiter kaum genug verdienen, um den Lebensunterhalt ihrer Familien zu bestreiten, häufen die Bergbaufirmen und Rohstoffhändler immer mehr Geld an. Denn die Nachfrage nach Mineralien steigt.

In manchen Regionen werden ganze Dörfer umgesiedelt, um Platz für den Bergbau zu schaffen.

ARBEITSBEDINGUNGEN – Niedrige Löhne, Überstunden

In Ländern wie Indien, China und Mexiko stellen ArbeiterInnen der Elektronikbranche die Handys, MP3-Player, Spielekonsolen und Laptops her, die wir täglich benutzen. Dabei müssen sie mit langen Arbeitszeiten und gefährlichen Arbeitsbedingungen kämpfen. Zudem sind sie gefährlichen Chemikalien ausgesetzt und ihr Lohn reicht kaum, um ihren Lebensunterhalt zu sichern.

Oftmals schufteten sie zwischen zehn und zwölf Stunden am Tag in den Fabriken, an sechs bis sieben Tagen in der Woche für nur 35 Cent pro Stunde. Wer etwas Geld für seine Ausbildung zurücklegen oder seine Familie finanziell unterstützen will, muss monatlich bis zu 150 Überstunden leisten.

Bei Fehlern werden die ArbeiterInnen mit Gehaltsabzügen oder Entlassungen bestraft.

ENTSORGUNG – Umweltschäden, Gesundheitsrisiko

Jedes Jahr entstehen weltweit bis zu 50 Millionen Tonnen Elektroschrott. Dazu gehören neben Handys auch Computer, Radios, Drucker, Kühlschränke und Waschmaschinen. Wenn man diesen Schrott in Müllwagen laden würde, ergäbe dies eine Schlange um die halbe Erde.

Nur ein kleiner Teil der elektronischen Geräte, die wir jedes Jahr wegwerfen, wird ordnungsgemäß entsorgt. Viele Millionen Tonnen gehen nach Afrika oder Asien.

Obwohl ArbeiterInnen dort beim Recycling von Elektroschrott hochgiftigen Substanzen ausgesetzt sind, tragen viele keine Schutzkleidung und erleiden deshalb ernsthafte Gesundheitsschäden. Sie verdienen an einem guten Tag umgerechnet 0,80 Euro, aber manchmal auch gar nichts.

Das illegale Deponieren und Verbrennen von Elektroschrott schädigt nicht nur die Gesundheit, sondern vergeudet auch unsere Ressourcen. Wenn alte Mobiltelefone ordnungsgemäß entsorgt würden, könnten viele der wertvollen Metalle recycelt und wieder verwendet werden.

Alte IT-Geräte wie Handys sind eine wahre Fundgrube für Gold, Silber und andere Edelmetalle. Auch wenn der Anteil in jedem einzelnen Handy sehr gering ist, so enthalten zum Beispiel alle 1,6 Milliarden im Jahr 2010 verkauften Mobiltelefone etwa 38 Tonnen Gold. Mehr als 95 Prozent dieses Goldes und anderer Edelmetalle können durch Spezialrecyclingfirmen zurück gewonnen werden.

Somit müssen weniger neue Rohstoffe abgebaut werden.

Weitere Informationen sowie detaillierte Berichte & Studien findest Du auf www.makelTfair.org

H A L L O _ _ _ _ _

Dein Handy verbindet Dich mit Deinen FreundInnen – aber auch mit anderen Teilen der Welt, wo es produziert und entsorgt wird. Hier hast Du die Möglichkeit, positiv Einfluss zu nehmen – nutze sie!

...teile Unternehmen mit, dass Du ihre Geschäftspraktiken nicht billigst.

...setze Dich dafür ein, dass Deine Stadt/Universität/Schule möglichst nachhaltige und faire IT nutzt.

...informiere viele Menschen über die Zusammenhänge und Probleme der IT-Branche.

...werde aktiv! Gemeinsam mit anderen. Mit Unterstützung durch dieses Aktionshandbuch.

GOLD

SILBER



PALLADIUM

*UND ÜBER 50
WEITERE ROHSTOFFE
SIND IM HANDY



FREUNDE

SCHULE

ELTERN

BLOG

FACEBOOK

TWITTER

UNSERE AKTIONEN

Seit 2007 informiert makeITfair mit seinem Bildungs- und Informationsmaterial über die Probleme in der IT-Branche und hat durch Kampagnen und kreative Aktionen zehntausende VerbraucherInnen in ganz Europa mobilisiert. Damit hat makeITfair eine klare Botschaft an die Hersteller von Handys und Laptops gesandt: Die VerbraucherInnen wünschen faire und grüne IT-Produkte.

- ✓ makeITfair hat aufgezeigt, dass die Elektronikindustrie ein Hauptabnehmer von vielen Metallen wie Kobalt, Platin und Zinn ist. Daraufhin haben Elektronikunternehmen anerkannt, dass sie eine Mitverantwortung für die Auswirkungen des Rohstoffabbaus in Ländern wie der Demokratischen Republik Kongo tragen.
Die Unternehmen haben mit Pilotprojekten begonnen, ihre Lieferkette transparenter zu gestalten. Bislang hat jedoch noch keine dieser Firmen die Arbeits- und Umweltbedingungen beim Rohstoffabbau wirklich verbessert.
- ✓ In China, Thailand und den Philippinen hat makeITfair Missstände in Zulieferbetrieben von Markenfirmen aufgedeckt. Die Zulieferer wurden über unsere Forderungen informiert. Auf Druck ihrer großen Markenabnehmer haben sie daraufhin einige Verbesserungen im Management und bei den Arbeitsbedingungen in den Firmen vorgenommen.
- ✓ Als Reaktion auf makeITfair-Aktivitäten wurde in China ein Pilotprojekt zu Arbeitsrechtsschulungen für ArbeiterInnen gestartet. Zudem entstand eine Multi-Stakholder-Initiative mit vielen Elektronikunternehmen.
- ✓ Im Mai 2011 beteiligten sich Tausende Menschen an über 15 Orten weltweit am makeITfair Aktionstag unter dem Motto „Time to bite into a fair Apple. Call for sustainable IT“. Darunter waren auch AktivistInnen in Mexiko, Taiwan und Hong Kong.
- ✓ Bereits zum dritten Mal in Folge vertrat makeITfair auf der IT-Messe CeBIT 2011 in Hannover die Stimme derer, die in dieser Branche sonst kein Gehör finden.
- ✓ Im Dezember 2010 hat makeITfair mit Unterstützung des Nikolaus über 7.000 Unterschriften an die großen Mobilfunkanbieter in Europa übergeben. Mit der Aktion „Ich will ein faires und grünes Handy“ forderten VerbraucherInnen ihren Mobilfunkanbieter zu fairem Handeln auf.
- ✓ Beim Jugendworkshop 2010 in Berlin kamen junge Menschen aus ganz Europa zusammen um drei Tage lang in verschiedenen Workshops zum Thema faire IT zu arbeiten.
- ✓ Allein im Jahr 2009 nutzten 2.380 LehrerInnen in Europa das makeITfair-Unterrichtsmaterial und 13.350 SchülerInnen haben am internetbasierten Lernmodul teilgenommen.

...es ist also bereits einiges angestoßen, aber es bleibt noch viel zu tun!



FAKTEN

▶ In Deutschland besitzen **95%** der Jugendlichen zwischen **12** und **19** Jahren ein Handy.

▶ Im Jahr 2010 wurden weltweit **1600 000 000** Mobiltelefone verkauft.

▶ Darin stecken **38,4** Tonnen Gold, was einem Wert von ca. **1310 000 000** Euro entspricht.

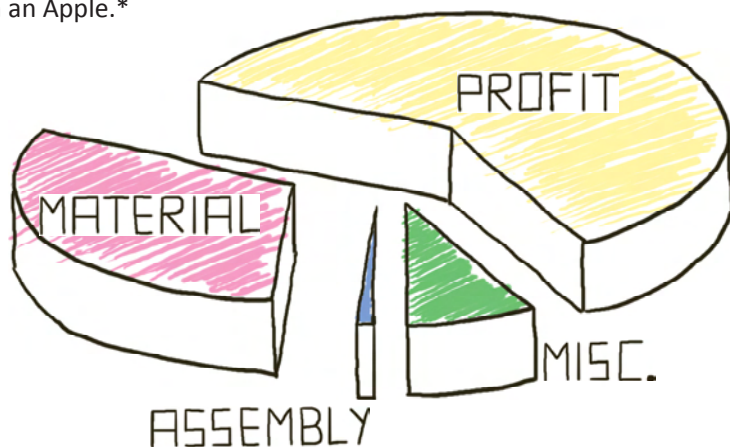
▶ Mehr als **50%** aller Laptops und fast die Hälfte der Handys werden in China produziert.

▶ Jedes Jahr werden allein in Europa **100 000 000** Handys ausrangiert, oft wurden sie nur für ein oder zwei Jahre genutzt.

▶ ArbeiterInnen in der Handyproduktion in China arbeiten durchschnittlich **10-12** Stunden täglich an **6-7** Tagen pro Woche.

▶ Es gibt **KEIN EINZIGES** fair hergestelltes IT-Produkt auf dem Markt.

▶ Von den 600 US-Dollar Verkaufspreis eines iPhones werden nur 6,54 Dollar (1%) für das Zusammenbauen in China aufgewendet. 360 Dollar (60%) fließen an Apple.*



WIE UND WARUM

KREATIVE METHODEN EINSETZEN

Auf den vorangegangenen Seiten haben wir gesehen, welche Probleme mit unseren IT-Konsumgütern verknüpft sind: Von ihrer mineralischen Herkunft aus kongolesischen Coltanminen, über die Produktion in chinesischen Fabriken bis zu ihrem Ende in indischen Hinterhöfen der Elektroschrottverwerter. Aber wir haben auch gesehen, was zu tun ist.

Mit Kreativität ist vieles besser zu bewegen. Warum und wie, das erfährst Du in diesem Handbuch.

Die wichtigsten Punkte in Kürze:

WARUM? KREATIVE AKTIONEN...

...BEKOMMEN MEHR AUFMERKSAMKEIT

Am Infostand einen Flyer zu bekommen – das ist für viele Passanten uninteressant.

Laut rufende Protestierende mit großen Transparenten ernten schnell genauso viel Ablehnung wie Aufmerksamkeit. Kreative Aktionen machen die Menschen dagegen neugierig und bieten etwas, das auch unabhängig vom Inhalt erst einmal interessant ist.

...MACHEN DEN BETEILIGTEN AKTIVEN MEHR SPAß

Sich für die gute Sache am Infostand die Beine in den Bauch zu stecken ist o.k., wenn denn Leute kommen und Informationen haben wollen. Wesentlich mehr Freude aber macht es, selber eine Aktion zu planen und durchzuführen. Dabei können eigene Talente eingebracht und neue Sachen gelernt werden. Wenn es erfolgreich läuft und viele Leute darauf reagieren, gibt das erst recht ein gutes Gefühl.

...SIND FÜR ALLE EIN EINPRÄGSAMES ERLEBNIS

Sowohl die Aktiven, die mitgemacht haben, also auch die ZuschauerInnen und PassantInnen werden sich viel eher an eine spannende, spaßige oder ergreifende Aktion erinnern als an einen Infostand in der Fußgängerzone. Entsprechend haben Leute Lust, auch in Zukunft wieder mitzumachen und diejenigen, die euch gesehen haben, erzählen es weiter.

...BIETEN EINE FRISCHE KOMMUNIKATION

PassantInnen, PolitikerInnen und Unternehmen sind auf kreative Weise leichter ansprechbar und so kann ein frischer Kontakt geschaffen werden.

...SIND EINE GUTE ERGÄNZUNG ZU KAMPAGNEN UND INFOAKTIONEN

Eine kreative Aktion bringt Eurem Anliegen die verdiente Aufmerksamkeit. Allerdings kann sie nicht immer viel Inhalt transportieren. Daher ist es lohnenswert, eine gute Verknüpfung von Aktion und Inhalt zu finden.

WIE?

GUTE PLANUNG

Gerade eine kleine, gezielte Aktion braucht gute Vorbereitung und beste Planung. Alles muss stimmen, um den gewünschten Effekt zu erzielen. So lassen sich Irritationen bei der Zielgruppe und Frustrationen bei den Aktiven vermeiden.

LIEBE ZUM DETAIL

Eine Kleinigkeit kann Aufmerksamkeit erzeugen, eine besondere Stimmung schaffen und Eurer Botschaft eine besondere Aussagekraft geben.

ANLASS DER AKTION AUSWÄHLEN

Ein aktueller Anlass oder ein bestimmter Ort verhilft der Aktion zu einem passenden Rahmen und macht es für die zuschauenden Menschen schlüssiger.

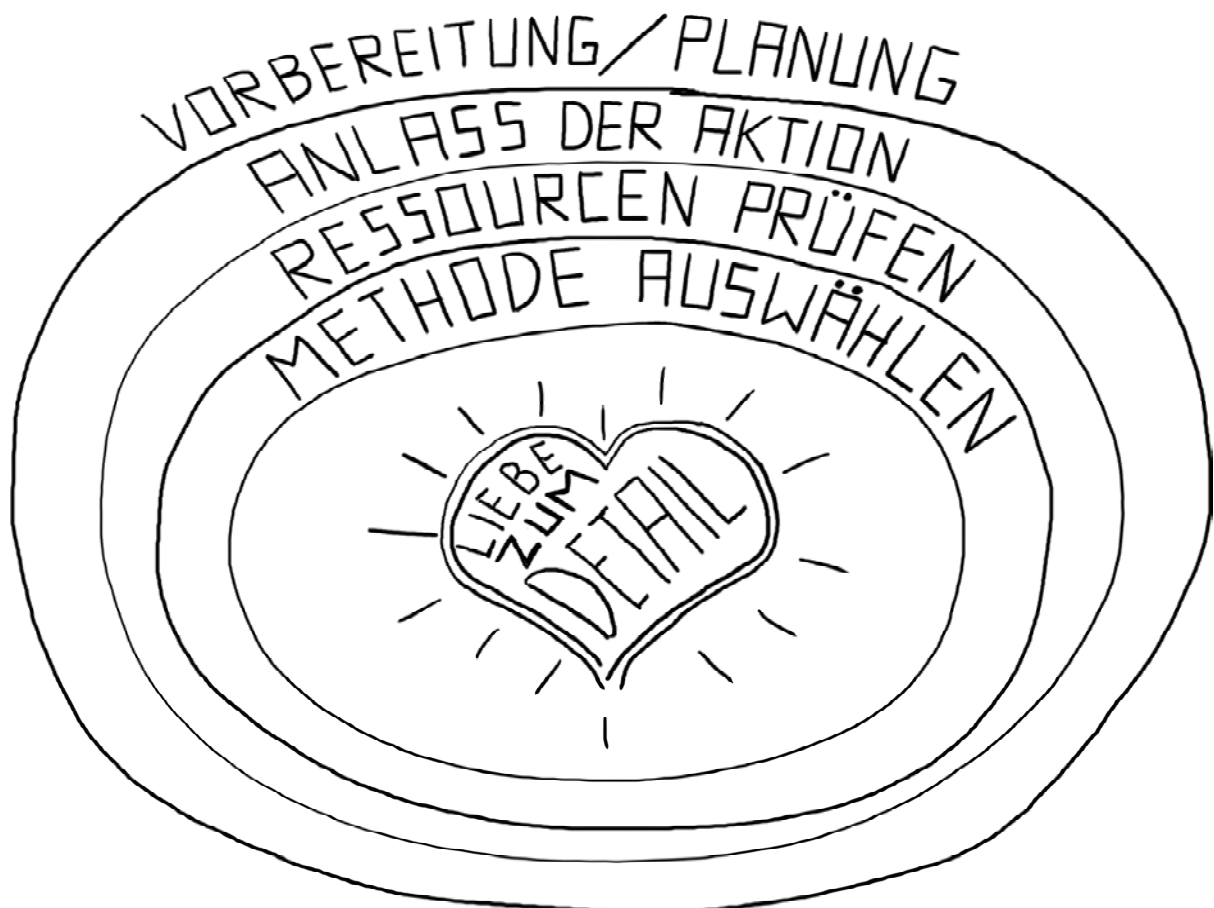
METHODEN WÄHLEN

Eine kreative Methode braucht Vorbereitung und einen geeigneten Rahmen – daher ist die Methode passend auszuwählen.

RESSOURCEN PRÜFEN

Wen könnt Ihr mobilisieren, welche Materialien sind vorhanden, wie viel Zeit ist für die Vorbereitung ...?

Dies alles sind wichtige Punkte, um Aktionen effektiv und erfolgreich werden zu lassen.



METHODEN

Auf den folgenden Seiten haben wir für Euch eine ganze Reihe von Methoden zusammengestellt, mit denen Ihr Euer Projekt bereichern könnt.

Die Aktionen und Methoden sind so dargestellt, dass sie Euch für Euer Anliegen die bestmögliche Unterstützung bieten sollen. Natürlich sind dies nur Vorschläge und Ihr seid herzlich eingeladen, diese weiterzuentwickeln, zu kombinieren oder ganz eigene Ideen einzubringen. Die Methoden sind auch leicht auf andere Themenbereiche wie zum Beispiel Probleme in der Textil- oder Lebensmittelindustrie übertragbar.

Viel Erfolg und Spaß beim Planen, Organisieren und Durchführen wünscht Euch
Euer makeITfair Team

P.S. Wir freuen uns über Rückmeldungen und neue Aktionsideen!

ACH, KÖNNTE ICH DAZU NOCH ETWAS...
GUTEN TAG, HABEN SIE DAS AUCH IN...
HALLO, ICH HÄTTE GERNE...

FEEDBACK
CARD

- ... Faire Rohstoffgewinnung
- ... Faire Arbeitsbedingungen
- ... Faires Gehalt für ArbeiterInnen
- ... Umweltfreundliche Entsorgung/Recycling
- ...

KREATIVES NACHFRAGEN IN GESCHÄFTEN

Diese einfache Aktion könnt Ihr als Gruppe machen oder auch PassantInnen dazu einladen. Es geht darum den Geschäften und Firmen deutlich zu machen, dass sich Menschen für die Probleme der IT-Produktion interessieren und verantwortungsvolles Handeln fordern.

So geht's: Ihr geht in das ausgewählte Geschäft und sucht das Gespräch mit dem Verkaufspersonal. Ihr habt Euch eine bestimmte Frage, ein Thema ausgesucht, zu dem Ihr weitere Informationen nachfragt oder aber Ihr habt eine bestimmte Forderung, die Ihr den Geschäften mitteilen wollt.

Beispiel für eine Frage: Woher kommen eigentlich die Rohstoffe für dieses Handy?
Kann ich sicher gehen, dass keine Konfliktrohstoffe aus dem Kongo verwendet werden?

IHR BRAUCHT

- Eine klare Botschaft an die Geschäfte oder Firmen ist wichtig, damit sie entweder beantwortet oder eben weitergeleitet werden kann.
- Informiert Euch vorher gut über das Thema zu dem Ihr Fragen stellt oder die Diskussion sucht, sonst gehen Euch vielleicht schnell die Argumente aus oder Ihr werdet mit einfachen Antworten weg geschickt.

BITTE BEACHTEN

- ! Überlegt, welche Tageszeit passend ist. Zu Feierabend oder am Samstag ist eventuell sehr viel los und Eure „Erkundigung“ wird stärker als Störung wahrgenommen. Das kann auch mehr Aufmerksamkeit erzeugen, aber seid darauf vorbereitet, eventuell mehr Widerstand zu erleben.
- ! Denkt dran, dass die Angestellten in den Geschäften nicht zwangsläufig die Strategie ihres Arbeitgebers vertreten. Sie wissen vielleicht auch nicht alle Antworten, insbesondere wenn es um die Herstellungsbedingungen bei den Zulieferern ihrer Produkte geht. Ein direktes „Beschuldigen“ hilft wenig weiter. Seid also freundlich, aber hartnäckig. Lasst Euch nicht allzu schnell mit simplen Antworten abspeisen.

AUCH MÖGLICH

- ? Ihr könnt die Aktion in verschiedenen Geschäften durchführen und die Reaktionen vergleichen und dokumentieren.
- ? Ihr könnt KundInnenkarten nutzen, um andere Menschen zum Mitmachen zu motivieren (siehe nächste Seite).



- ? Grundsätzlich lohnt es sich auch, außerhalb konkreter Aktionen jeweils beim Kauf eines Produktes zu fragen, wo es herkommt und wie es hergestellt wurde.

FEEDBACK ODER KUNDINNENKARTEN

Feedbackkarten oder KundInnenkarten sind kleine Kärtchen, die beim Einkauf im Geschäft abgegeben werden können. Auf ihnen steht eine kleine Nachricht und Information, z.B. „Ich kaufe gerne bei Ihnen ein, würde aber noch lieber faire Artikel kaufen.“ Sie können ganz nach Wunsch eher fordernd oder freundlich formuliert sein.

Die Karten sollten einen Hinweis auf die Organisation oder die Initiatoren haben und einen Verweis, wo es mehr Informationen zum Thema gibt. So können sich sowohl die EmpfängerInnen im Geschäft, als auch die PassantInnen, welche die Karte zum Überreichen erhalten haben, mehr Infos holen.

Was bringt das denn? Eine einzelne Karte bringt keine Aufmerksamkeit und vielleicht landet sie sogar im Papierkorb. Wenn aber mehrere Karten abgegeben werden, wird die Botschaft weitergereicht. Gerade große Unternehmen und Handelsketten sind sehr sensibel und um die Interessen der KundInnen bemüht.

IHR BRAUCHT

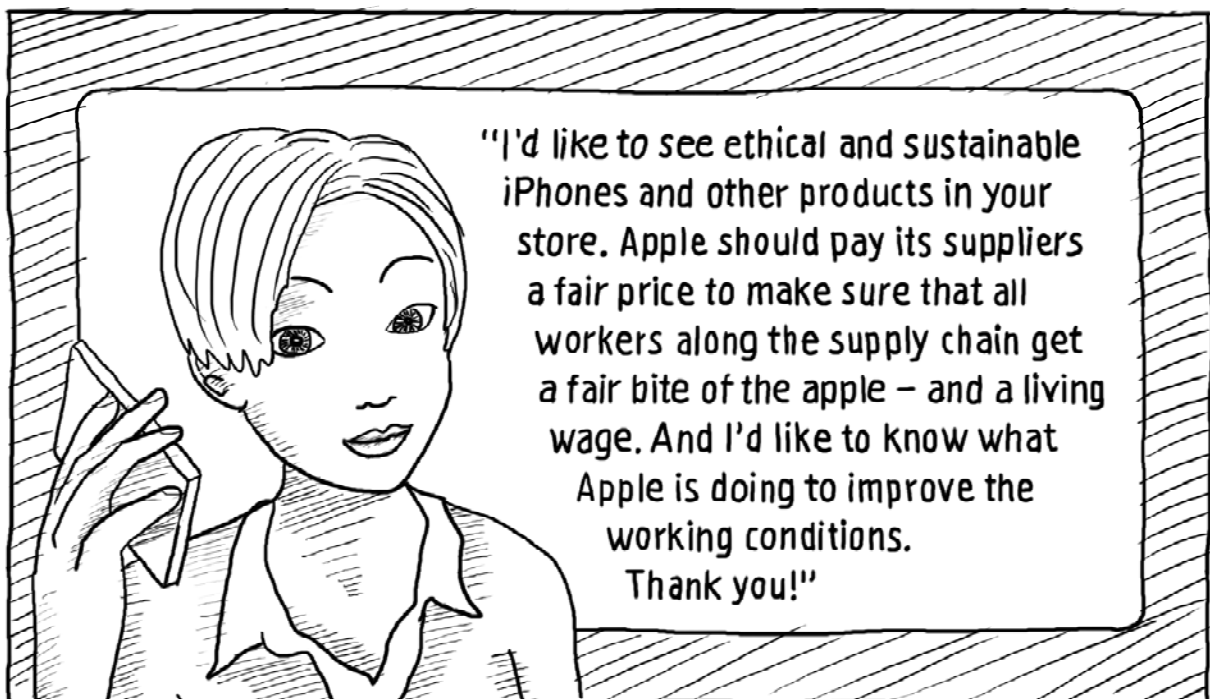
- Einen Drucker und dickes Papier, um die Karten zu drucken.
(Ein Beispiel für solche Karten ist die Apple-Feedbackkarte auf makeITfair.org)
- Viele Leute die mitmachen – je mehr Karten an einem Tag abgegeben werden, desto mehr Aufsehen erregt Ihr.

BITTE BEACHTEN

- ! Wenn Ihr eigene Karten gestalten wollt, nehmt Euch dafür genügend Zeit – eine schöne aber klar verständliche Botschaft und Gestaltung macht die Karte attraktiver!

AUCH MÖGLICH

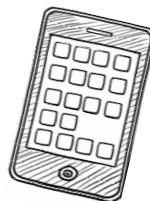
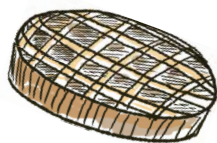
- ? Das ganze lässt sich auch mit anderen Aktionen verbinden, etwa einem Flashmob, bei dem am Ende alle eine solche Karte abgeben.
- ? Oder eine Schlange von Menschen, die im Geschäft etwas Kleines kaufen und alle die Karte abgeben.



FAIRER APFELKUCHEN

VERSUS

UNFAIRES IPHONE



Wer bekommt wie viel vom Kuchen der IT-Industrie?

Die Frage lässt sich schön an einem echten Kuchen aufzeigen und thematisiert so die Probleme der IT-Industrie. Hier eignet sich natürlich Apple besonders, wenn ein Apfelkuchen gebacken wird, aber es geht ebenso gut mit anderen Unternehmen.

Ihr baut vor dem Geschäft einen Infotisch mit dem Kuchen und Euren Forderungen und Informationen auf. Der Kuchen kann wie ein Tortendiagramm aufgeschnitten werden, um anhand der Größe der Stücke deutlich zu machen, was wer an einem Handy verdient.

IHR BRAUCHT

- Kuchen, Tisch, Infomaterial, einige Leute, Messer, Servietten wenn der Kuchen auch verteilt wird.
- Die Aufteilung des Kuchens solltet Ihr kennzeichnen: mit Schildern für jedes Stück, oder mit Beschriftung durch Zuckerguss, oder mit einem ausgedruckten Tortendiagramm daneben.
- Mehr Kuchen! Dann kann es auch Kuchen zum Probieren geben, damit gewinnt man immer die Herzen der Menschen.
- Stand organisieren und anmelden.

BITTE BEACHTEN

- Um dem unfairen iPhone konsequent etwas gegenüberzustellen, sollte der Kuchen aus biologischen und bei Bedarf fairen (Zucker, Kakao) Zutaten hergestellt worden sein.
- Achtet darauf, dass alles sehr sauber ist und der Kuchen auch wirklich ein Genuss ist. Sonst gucken die Leute komisch und Eure Aktion geht nach hinten los.
- Für das Verteilen von Lebensmitteln gibt es bestimmte Auflagen. Informiert Euch vorher!

AUCH MÖGLICH

- ? Die Kuchenaktion lässt sich gut mit den Feedback- bzw. KundInnenkarten oder Unterschriftenaktionen kombinieren.



SUGAR



FLOUR



CINNEMON



SALT



BUTTER



EGG



LEMON



SUGAR

INFOSTAND UND UNTERSCHRIFTEN SAMMELN

Viele kreative Methoden sind bei unserer Arbeit ein Mittel, um Aufmerksamkeit zu bekommen. Zumeist wollen wir den Menschen aber weitere Informationen vermitteln oder sie zum Mitmachen einladen. Dafür sind Informationsmaterialien hilfreich.

Vielleicht gibt es auch eine aktuelle Unterschriftenkampagne zu Eurem Anliegen.

Unterschriften zu sammeln ist weiterhin eine klassische Methode der Kampagnenarbeit. Sie zeigt, welche breite Unterstützung ein Anliegen hat. Allerdings gibt es einige Haken: es gibt viele Kampagnen und die Lust zu unterschreiben ist begrenzt. Die Diskussion um Datenschutz und Missbrauch lässt Leute vorsichtig werden.

Viele Organisationen sammeln auch Spenden und werben Mitglieder auf offener Straße – hier gilt es sich abzugrenzen. Dafür eignet sich eine Kombination mit einer kreativen Aktion, die macht Euren Infostand interessant und attraktiv!

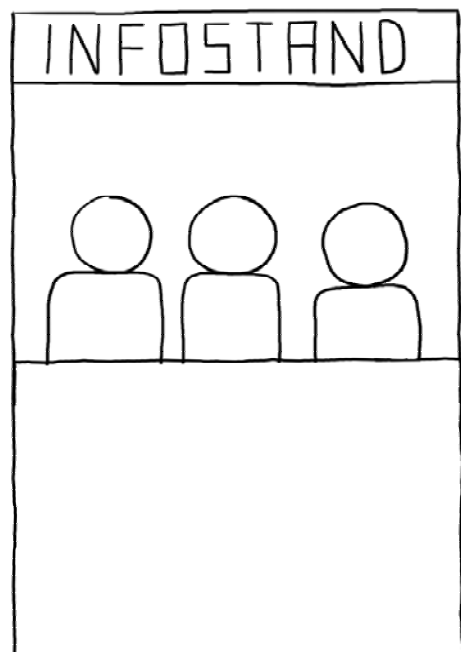
IHR BRAUCHT

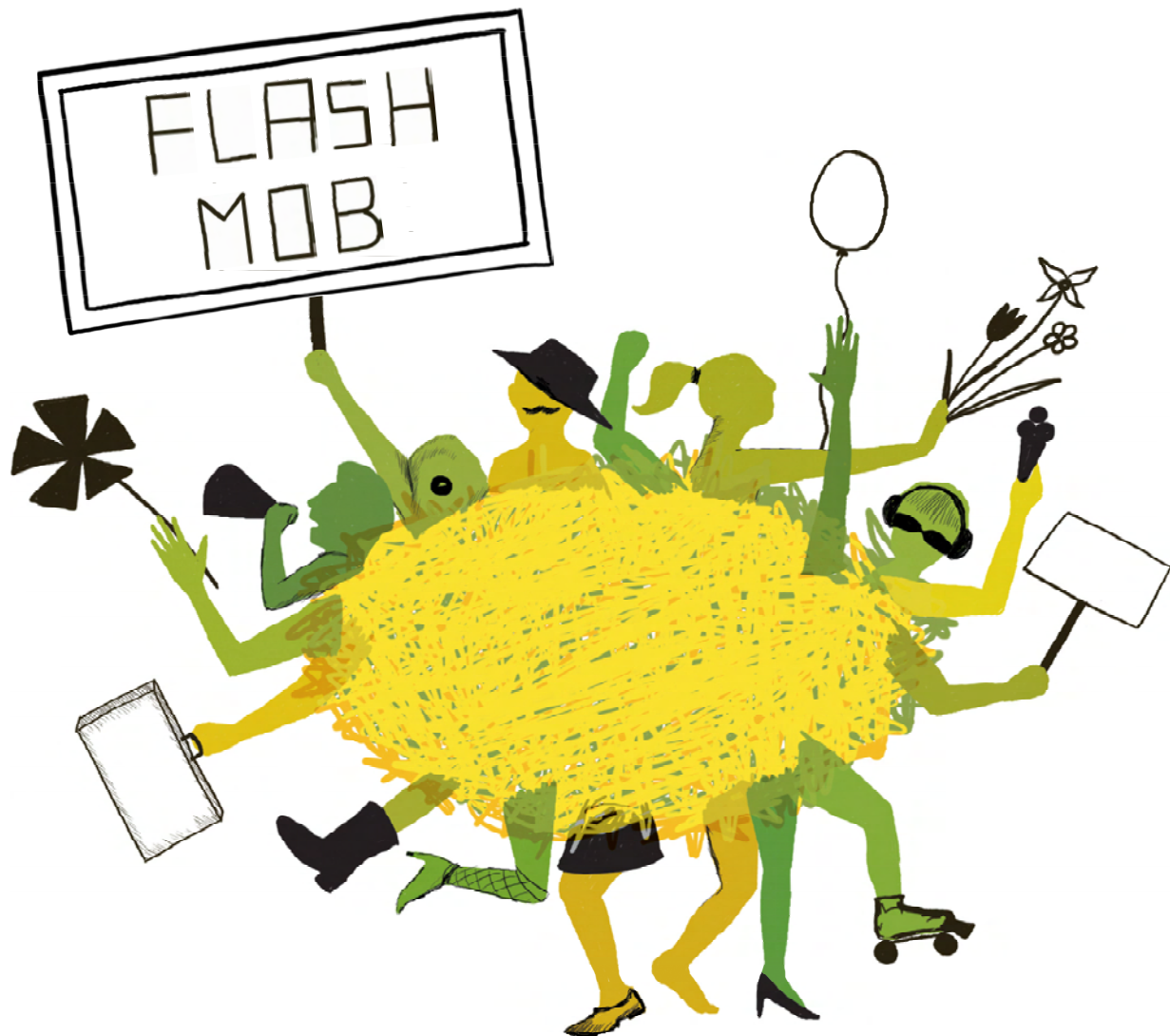
- Eine klare Ansprache der PassantInnen.
- Eine klare Aussage auf einem großen Poster oder Banner.
- Eine Frage die Aufmerksamkeit erregt, Interesse weckt, einlädt.
- Eine Person, die moderiert und einlädt und vor (!) dem Stand steht.

BITTE BEACHTEN

- ! Verschanzt Euch nicht hinter dem Informationsstand.
Habt lieber weniger Materialauswahl als eine unübersichtliche Flut.

SOOOO
NICHT ▶





Seit einigen Jahren sind „Flashmobs“ bekannt und beliebt. Wie aus dem nichts erscheinen Menschen für kurze Zeit vereint in einer Tätigkeit. Oft sind Flashmobs mit Spaßaktionen verbunden. Aber häufig haben sie auch ein politisches Anliegen. Dann wird von einem Smartmob gesprochen: einem ‘intelligenten’ Flashmob.

Beispiele für einen IT-Flashmob:

- alle halten ihr Handy in die Luft und lassen es eine Minute lang klingeln
- alle frieren rund um einen Handyladen in einer Position ein, mitten in der Bewegung
- alle machen eine Geste des Protestes in Richtung des Geschäfts
- alle halten eine der KundInnenkarten hoch
- alle haben ein Computerkabel um den Hals gewickelt
- ...

Am Ende des Flashmob ist der Moment für eure Botschaft. Alle Teilnehmenden können mit Schildern versehen werden, die sie in die Luft halten. Oder alle rufen zusammen einen Spruch. Dieser sollte einfach und klar sein - ein Satz.

Wenn die Aktion mit einem Geräusch verbunden ist, etwa beim Telefonklingeln, kann die Stille danach auch gut für eine Ansage genutzt werden.

Beim Flashmob wird meist nicht klar, von wem die Aktion angeleitet wird, daher ist er schwer zu stoppen. Wenn in einem Elektronikgroßmarkt 50 Leute einen Flashmob machen, kann das Personal kaum was unternehmen und eigentlich nur abwarten, um nicht noch mehr Chaos zu stiften.

IHR BRAUCHT

- Eine Gruppe von Aktiven, eine klare Anleitung, eine klare Aufgabe. Im Idealfall lässt sich der Flashmob innerhalb von einer Minute an die Mitmachenden erklären.
- Eine gute Vorbereitung, aber vor Ort nur wenig Zeit: Ein Flashmob hat einen gemeinsamen Start auf die Sekunde und ein ebenso klares Ende. Er dauert nur wenige Minuten.
- Jemand der/die dokumentiert.
- Ein Team, das die Aktion vorbereitet und vor allem viele Menschen dazu einlädt. Das Internet ist dafür ideal.
- Weiteres Infomaterial, wenn Ihr dies nach der Aktion an Interessierte verteilen wollt.

BITTE BEACHTEN

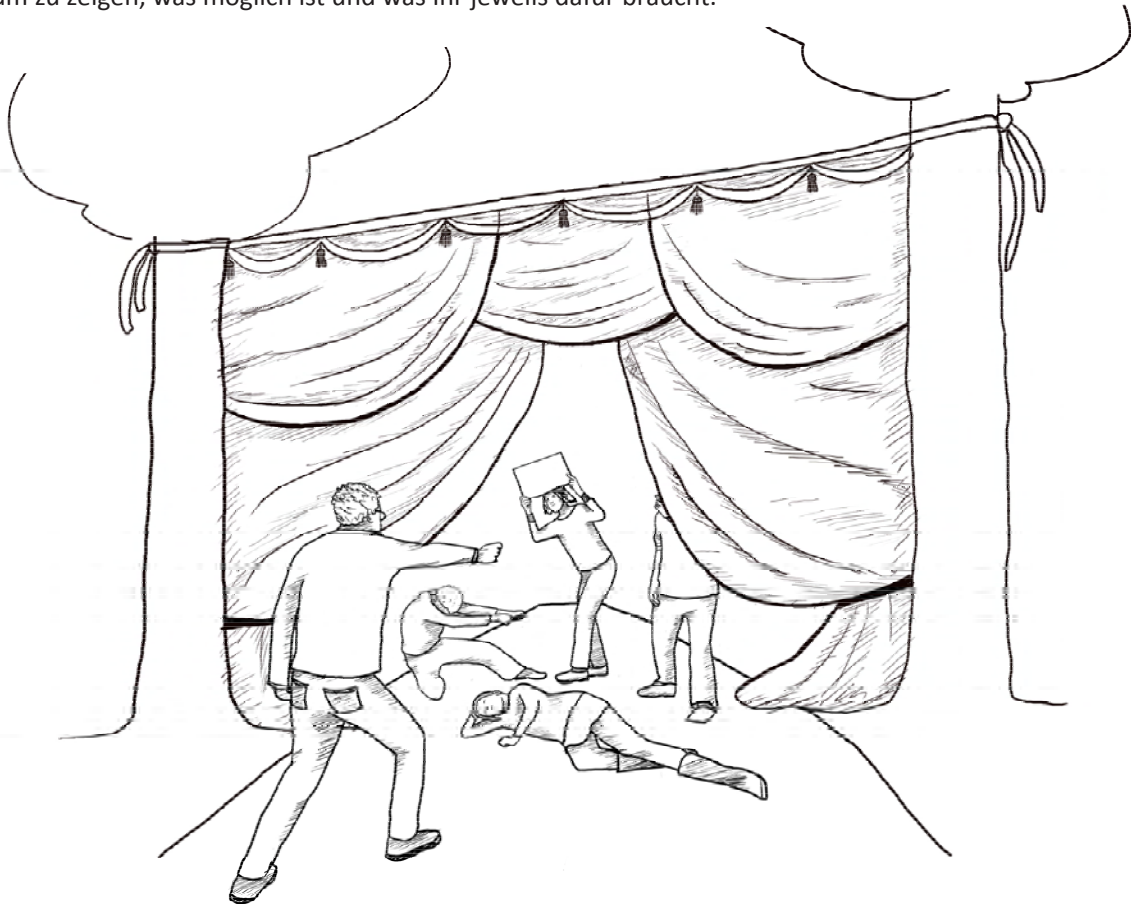
- ! Prüft, wie alle zu dem Ort kommen und ob es bei Aktionen in Gebäuden Probleme geben könnte, reinzukommen.
- ! Freundliche Kommunikation hilft enorm bei erforderlicher Deeskalation.
Wenn es genügend Leute in Eurem Team gibt, lohnt es sich, eine Person als neutrale BeobachterIn zu benennen, der/die nur zuguckt und gegebenenfalls auf die Angestellten erklärend zugeht und beschwichtigt.
Hierzu eignen sich Erwachsene oder ältere Leute gut, da sie meist mehr Respekt genießen und höflicher behandelt werden.



THEATER THEATER

Theater ist seit jeher ein Medium, um sich mit aktuellen Themen und Problemen auseinander zu setzen. Es spricht Menschen an und bietet vielfältige Möglichkeiten, etwas darzustellen – entsprechend ist es ein ideales Mittel für öffentliche Aktionen. Allerdings ist Theatermachen auch anspruchsvoll und nicht zu unterschätzen.

Wir stellen Euch auf den folgenden Seiten verschiedene Methoden aus dem Theaterbereich vor, um zu zeigen, was möglich ist und was Ihr jeweils dafür braucht.



STATUENTHEATER, FREEZE, MENSCHENMASCHINE

Etwas einfacher als ein ganzes Straßentheaterstück ist es, mit kleinen Elementen und Übungen zu arbeiten, die den AkteurInnen mehr Struktur geben und etwas weniger Können und Erfahrung verlangen. Viele dieser Methoden verzichten auf Sprache und drücken die Botschaft durch die Körpersprache und die Relation der AkteurInnen zueinander aus. Standbilder können dabei ein sehr klares Bild erzeugen und Probleme verdeutlichen.

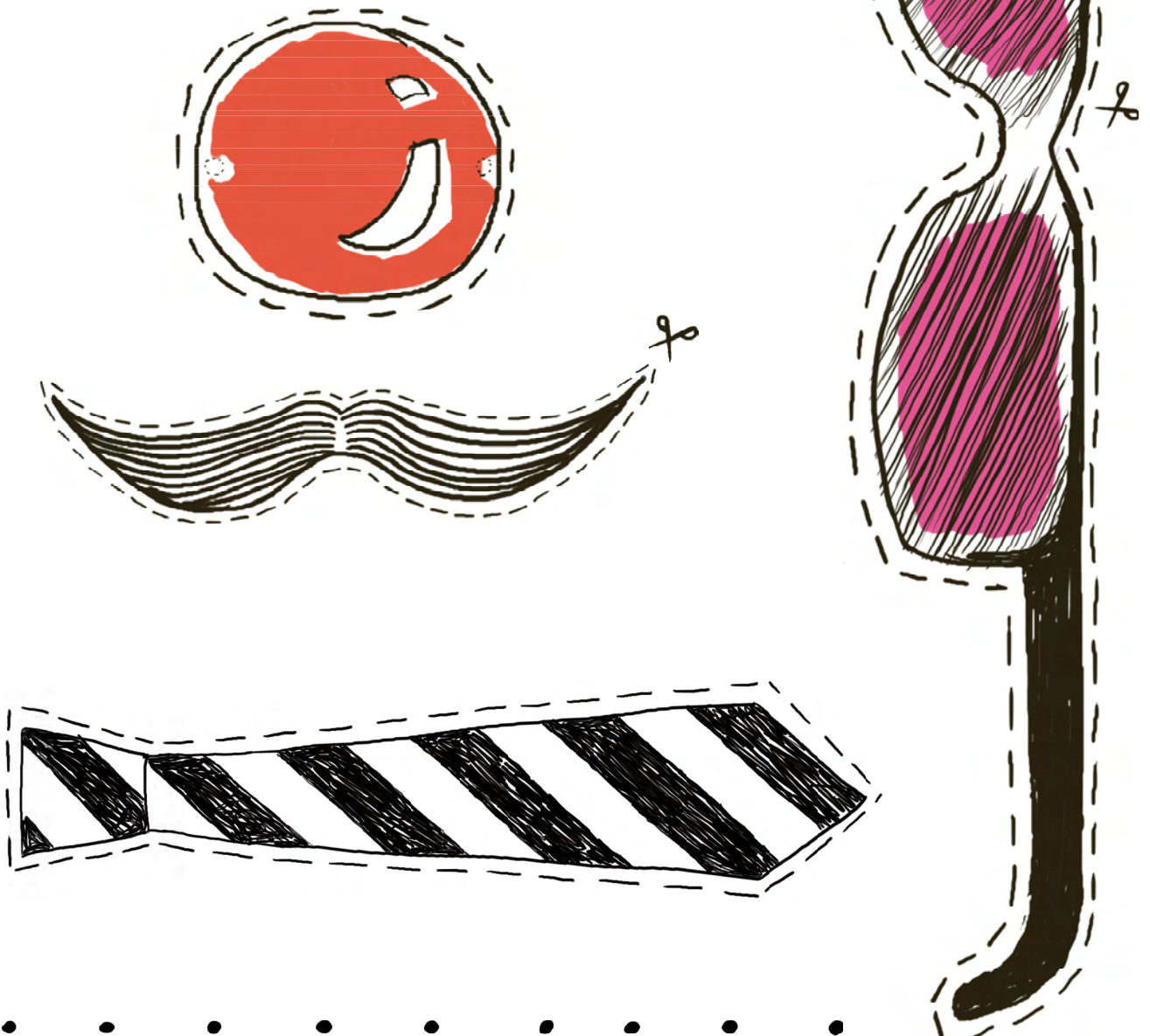
- ▶ Eine Gruppe kann aus ihren Körpern eine „Maschine“ bauen und so Zusammenhänge aufzeigen. Eine Person fängt mit einer Bewegung oder Tätigkeit an und weitere kommen hinzu und bauen diese 'Maschine' aus, so dass jede Person ein Teil der großen Maschine ist und mit den anderen interagiert.
- ▶ Standbilder, bei denen ein deutlicher Wechsel zwischen Bewegung und dem Einfrieren ('freeze') besteht. Dies lässt sich als Flashmob organisieren (siehe vorne) oder aber auch in einer Sequenz, wenn sich etwa eine Gruppe einem Geschäft annähert und alle paar Meter einfriert. Das Einfrieren kann mitten in der Bewegung geschehen oder in besonderen Posen, z.B. von Protest.
- ▶ Skulpturen bauen. Ein Teil der Gruppe ist das „Skulpturenmaterial“ und die anderen arbeiten mit ihnen, bringen sie in bestimmte Posen, setzen sie in Bezug zueinander. So können spontan tolle Bilder entstehen und Ihr könnt auch mit Requisiten arbeiten (Geldscheine, Handys, Firmenlogos, Aktentaschen, Sonnenbrillen, etc.).

IHR BRAUCHT

- ☐ Eine Idee, was Ihr darstellen wollt, welches Thema, welches Bild
- ☐ Nach Bedarf Requisiten wie Handys, Aktentaschen, Sonnenbrillen, Kleidung, etc.
- ☐ Einen guten Ort, der erlaubt, dass Leute stehen bleiben können

BITTE BEACHTEN

- ! Statuen und Maschinen sehen gut aus, bieten aber wenig Möglichkeit für Informationstransfer und komplexere Botschaften. Achtet darauf, die Darstellung durch Informationen zu ergänzen.
So könnten einige von Euch in der Umgebung bereit stehen, um Fragen zu beantworten und Material zu verteilen. Allerdings sollten sie auch weit genug weg stehen, um die schöne Szene nicht zu stören.



STRAßENTHEATER

Eine Szene aus einer Fabrik oder die Darstellung der ganzen Produktionskette – Straßentheater kann viele Formen haben. Theater kann verfremden und eine Geschichte auf 100 Arten erzählen – entsprechend komplex ist es als Methode. Eine „selbst gebastelte“ Szene kann unter Umständen unattraktiv wirken und nur wenige Menschen zum Stehen bleiben und Zugucken einladen.

IHR BRAUCHT

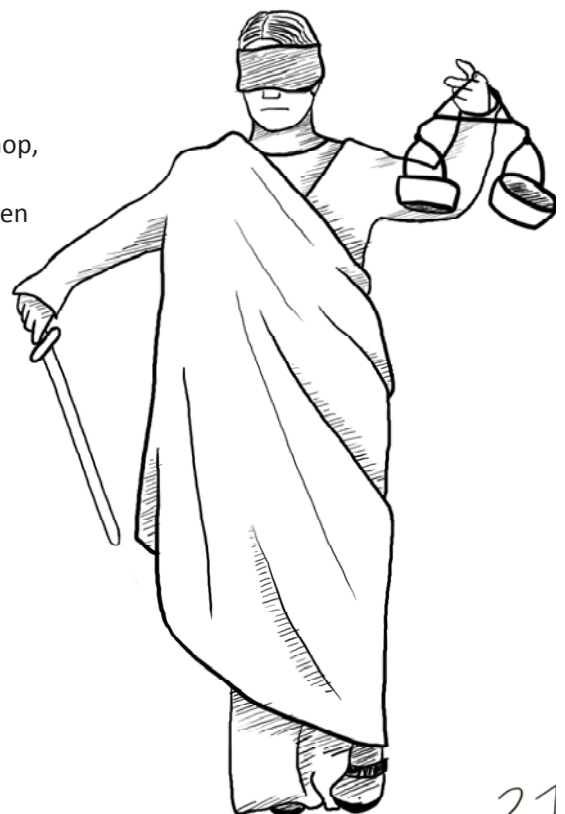
- Es braucht einige Vorbereitung und in der Regel auch Personen, die bereits etwas Theatererfahrung haben (Wie stehe ich, wie spreche ich, wie erzeuge ich die Präsenz die ein öffentlicher Raum braucht?).
- Eine Szene mit einem inhaltlichen Fokus, einer Geschichte, einem Spannungsbogen und einer Botschaft für das Publikum.
- Einen guten Ort für die Aufführung und die „Bühne“. Kündigt die Aufführung vorher an und markiert (z.B. mit Kreide oder einem Seil auf dem Boden) den Bühnen- und Zuschauerbereich.
- Es hilft, wenn jemand Regie führt, die Übungen anleitet und ein Auge auf die Wirkung hat. Sonst könnt Ihr Euch leicht in Diskussionen verstricken und am Ende ein unbefriedigendes Ergebnis und Erlebnis haben.

BITTE BEACHTEN

- ! Wir empfehlen die Zusammenarbeit mit einem Theaterpädagogen oder einer anderen Person, die Erfahrung mit Straßentheater hat, damit die Aktion Spaß macht und ein Erfolg wird.
- ! ...Das ist relativ viel Aufwand, aber Ihr erarbeitet etwas solides, dass mehrmals gezeigt werden kann. Natürlich lernt Ihr dabei auch eine Menge über das Theaterspiel und Euch selbst.

AUCH MÖGLICH

- ? Nehmt Euch mehr Zeit und veranstaltet einen Workshop, um Euer Theaterstück bzw. Eure Szene zu erarbeiten. Dabei könnt Ihr auch noch ausführlicher zu den Inhalten recherchieren.
- ? Straßentheater lässt sich gut mit dem Verteilen von Informationen und dem Einladen zu Mitmachaktionen verbinden, z.B. Unterschriften, KundInnenkarten, etc.



VERSTECKTES THEATER

In einem Geschäft fragt eine Person nach den Arbeitsbedingungen, eine zweite Person mischt sich ein. Es entsteht ein lebendiges Gespräch, das ganz spontan erscheint und doch inszeniert ist, um Aufmerksamkeit zu erzeugen.

Verstecktes Theater eignet sich auch gut bei Messen, Ausstellungen und anderen Orten, wo viel Publikum unterwegs ist. Der Vielfalt der Rollen sind hier keine Grenzen gesetzt.

IHR BRAUCHT

- Einen guten Ort, ein Thema und Schlagworte, die für andere leicht verständlich sind.
- Wählt Eure Rollen und sucht dazu passende Kleidung und Accessoires.
- Überlegt Euch auch provokante Thesen, um das Gespräch für andere „interessant“ zu machen und Leute zu reizen, sich einzumischen.

BITTE BEACHTEN

- ! Prüft vorher, wie authentisch Ihr in Euren Rollen auftreten könnt: Jugendliche Geschäftsleute, die über ihre Erfahrung im internationalen Rohstoffhandel diskutieren, wirken vielleicht nicht ganz glaubwürdig.



FALSCHER DEMONSTRATION

Es sieht aus wie eine Demonstration: Menschen, Plakate, laute Rufe.

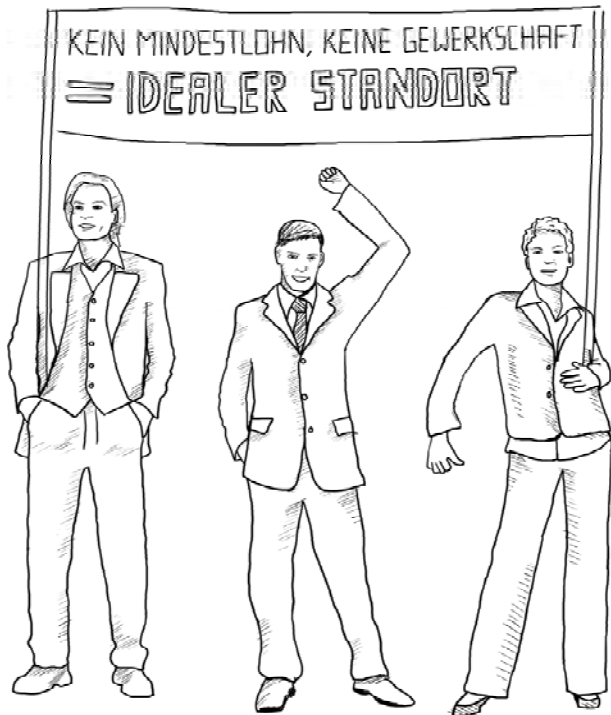
Aber irgendetwas stimmt nicht. Die Leute und die Forderungen passen nicht so recht ... an diesem Ort, mit solch direkten Aussagen ... meinen die das wirklich ernst?

Genau von dieser Irritation lebt eine „falsche Demonstration“ und hat somit Anleihen vom versteckten Theater. Ein paar Ideen als Beispiel:

a) Männer und Frauen in Businesskleidung fordern: „Geringere Löhne und höhere Gewinne!“

b) Verkäufer aus Handyläden fordern: „Mehr kaufen und weniger nachfragen!“

c) Ominöse VertreterInnen von Botschaften buhlen mit Schautafeln um die Gunst der Investoren: „Kein Mindestlohn. Keine Meinungsfreiheit. Keine Gewerkschaften – idealer Standort!“



IHR BRAUCHT

- Requisiten und Kleidung, damit Ihr leicht als bestimmter Charakter erkannt werdet
- Möglichst viele TeilnehmerInnen

BITTE BEACHTEN

- ! Je besser Ihr die Aktion inszeniert, umso anhaltender wird die Irritation oder gar Empörung der PassantInnen sein.
- ! Habt weitere Informationen zu Eurem Anliegen parat, um die neugierig gewordenen Menschen anzusprechen.
- ! Achtet darauf, dass neben all dem Spaß Euer Anliegen nicht zu kurz kommt.

AUCH MÖGLICH

- ? In Nebensätzen können sehr gut Informationen zu den eigentlichen Problemen gegeben werden. Beispiel: „Kommen Sie rein, kaufen Sie ein neues Telefon. Fragen Sie nicht nach und haben Sie keine Sorgen. Die ganzen Nachrichten mit dem Tantal aus dem Kongo, das einen Bürgerkrieg finanziert, sind erlogen, wir wissen nicht einmal wo der Kongo liegt...“
- ? Es kann auch eine lautstarke Diskussion zwischen den „falschen DemonstrantInnen“ und „falschen PassantInnen“ oder Eurem Infostand-Team geben.

SPENDEN FÜR UNTERNEHMEN SAMMELN

Eine kreative Aktion für die Straße: Spenden sammeln für die Unternehmen, damit diese bessere Löhne zahlen können.

Das Problem: Die meisten Unternehmen zahlen gerade einmal die in den Produktionsländern geltenden „gesetzlichen Mindestlöhne“, die aber meist kein Auskommen sichern. Daher werden Existenz sichernde Löhne gefordert, aber diese werden bislang nicht gezahlt. Für ein iPhone z.B. ist der Lohnkostenanteil des Zusammenbaus mit etwa ein Prozent des Verkaufspreises zu veranschlagen.

Selbst wenn also der Lohn für die Handymontage verdoppelt würde, wäre damit kaum eine Verteuerung des Gesamtproduktes verbunden.

Um diese unsäglichen Zustände, dass wesentlich mehr für Marketing ausgegeben wird als für die Löhne, zu thematisieren, ist ein ironischer Ansatz möglich. Hier wird um Spenden geworben, weil die armen Unternehmen, die ja all ihr hart verdientes Geld für andere Dinge brauchen, keine besseren Löhne zahlen können.

IHR BRAUCHT

- Spendendosen und Hinweisschilder
- Informationsmaterial zum Verteilen
- Formuliert knackige Aussagen, um Spenden zu erbitten – aber macht damit auch deutlich, dass Ihr keine gewöhnliche Spendensammelorganisation seid, sondern dass es eine ironische Aktionsform ist.

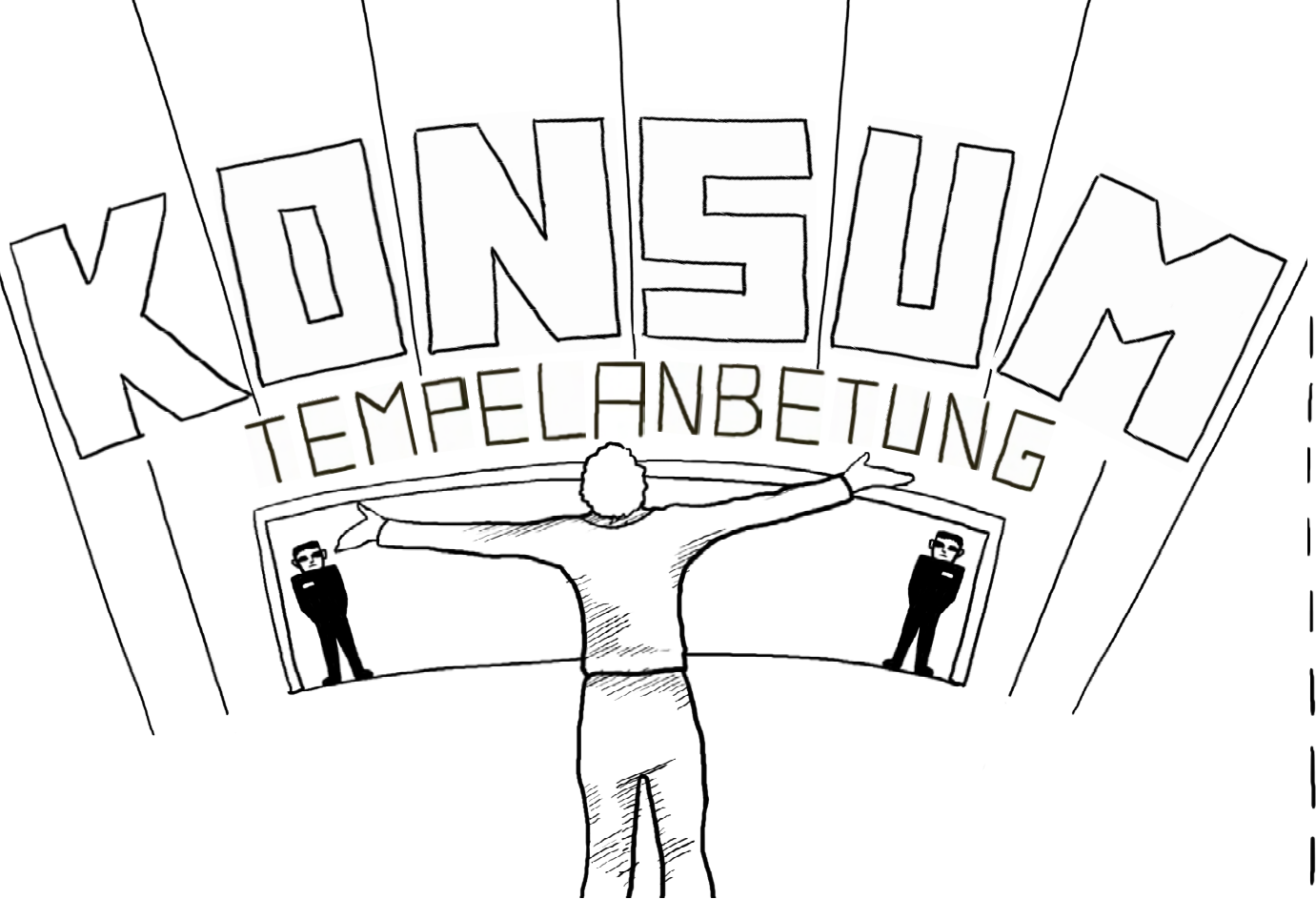
BITTE BEACHTEN

- ! Plant vorher, was mit dem Geld geschieht und teilt dies auf Nachfrage auch mit. So bringt Ihr Eure Aktion nicht in dubioses Licht.
- ! Geld sammeln ist nicht Eurer Hauptziel. Es geht darum, Menschen über das Thema zu informieren. Also immer das Gespräch suchen und nicht nur die Münzen!

AUCH MÖGLICH

- ? Wenn Ihr eine größere Aktion daraus machen wollt, ist es denkbar, die gesammelten Gelder tatsächlich an ein (oder mehrere) Unternehmen zu übergeben und das zu dokumentieren.





Kaufhäuser und Einkaufscenter werden nicht ohne Grund als Konsumtempel bezeichnet – in ihnen wird der Konsum zelebriert. Es bietet sich also bestens an, dies ein wenig weiter zu treiben und eine öffentliche Anbetung der Waren zu zelebrieren. In der Predigt könnt Ihr auf ein bestimmtes Thema besonders eingehen, z.B. IT und Arbeitsbedingungen.

IHR BRAUCHT

- Einen Tempel: sucht Euch ein Kaufhaus oder ein Geschäft aus, vor dem Ihr Euch niederwerft, das Ihr anbetet.
- Eine/n PriesterIn: Mit starker Stimme und großer Geste, gerne auch mit passender Verkleidung.
- Eine Predigt: Ein Text der vorgetragen wird. Die Predigt sollte einfache, einprägsame Sätze enthalten, die die teilnehmenden Gläubigen gemeinsam wiederholen können.

BITTE BEACHTEN

- ! Religion ist für viele Menschen eine sensible Angelegenheit. Ahmt daher in Eurer Form der Anbetung keine bestimmte Glaubensrichtung nach, sondern wechselt Euch mit Händefalten, Hinknien, auf den Boden werfen und weiteren Anbetungsformen ab. Schließlich wollt Ihr die Konsumgesellschaft kritisieren und nicht die Religion.

AUCH MÖGLICH

- ? Die Konsumtempelanbetung kann eine Prozession sein, die einmal durch die Fußgängerzone führt und vor verschiedenen Geschäften halt macht.
- ? Am Ende des Gebets lautet die frohe Botschaft: Verbreitet das Wort unter den Ungläubigen! Und alle Teilnehmenden wenden sich an PassantInnen.
- ? Die Anbetung der Ware ist auch im Geschäft möglich und wird für Aufsehen und Irritation sorgen. Allerdings lässt sich eine Aktion im Geschäft schwieriger mit anderen Formen der Informationsweitergabe verbinden.

"RADIOBALLETT"

Das sogenannte „Radioballett“ ist eine besondere Performance, bei der Menschen einer Radioshow durch die Stadt folgen. Mittels eines Radiosenders wird ein eigenes Programm zur Aktion ausgestrahlt.

Die Teilnehmenden haben Radioempfänger mit Kopfhörern und folgen der Geschichte sowie den Anweisungen. So kann eine Tour durch die ganze Stadt erfolgen oder aber eine Bewegungsperformance an einem Ort entstehen.

Die Teilnehmenden können vor dem Handyladen die Telefone in die Luft halten, alle einzeln im Geschäft nachfragen, andere PassantInnen ansprechen, in bestimmten Posen einfrieren.

IHR BRAUCHT

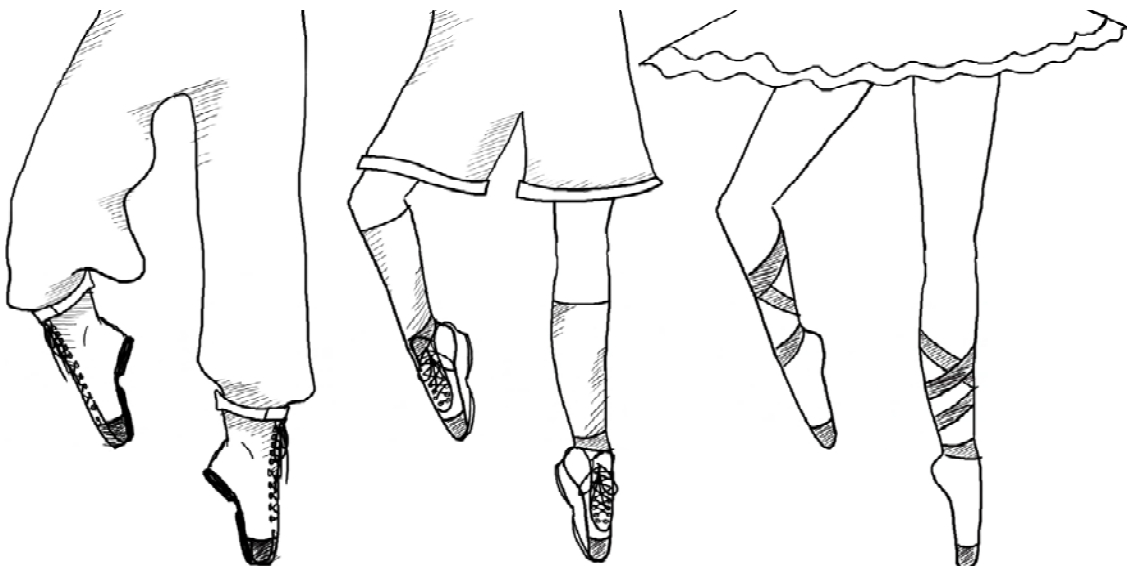
- Radioempfänger für alle Teilnehmenden, am besten mit Kopfhörern.
- Es gibt auch die Möglichkeit, den Text per MP3-Spieler zu verteilen. Dann kann allerdings nicht spontan etwas geändert werden und Ihr müsst alle gleichzeitig auf „Start“ drücken.
- Ein Programm für Eure Sendung und die Aktion. An welchen Orten soll was passieren? Welche Inhalte wollt Ihr mitteilen? Wie lange soll die Aktion dauern?
- Ein Radiosender: Arbeitet entweder mit einem Lokalradio zusammen oder verwendet einen mobilen Kleinsender.
- Am besten arbeitet Ihr mit jemanden zusammen der/die bereits ein Radioballett durchgeführt hat. Informationen findet Ihr im Internet z.B. unter <http://ligna.blogspot.com>, dort nach „Radioballett“ suchen. Bei Youtube finden sich einige schöne Beispiele.

BITTE BEACHTEN

- ! Radiofrequenzen sind staatlich vergeben. Wenn Ihr einen kleinen mobilen Sender für Eure Aktion nutzen wollt, erkundigt Euch nach den gesetzlichen Bestimmungen!
- ! Diese Aktionsform bedarf einiger Vorbereitung, erzielt aber beeindruckende Bilder und ist für die Teilnehmenden sehr erlebnisreich.

AUCH MÖGLICH

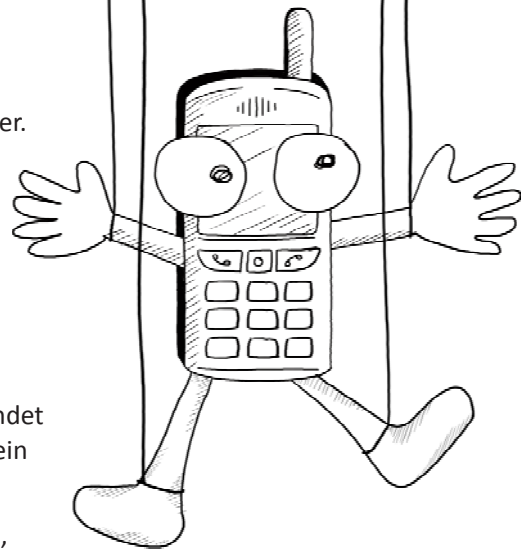
- ? Das Radioprogramm kann neben den Handlungsanweisungen auch inhaltliche Beiträge senden. Für die Teilnehmenden eröffnet sich die Möglichkeit auch einiges über das Thema zu erfahren.



PUPPENSPIEL

Das Spiel mit Puppen (Handpuppen wie Großpuppen) ist ein klassisches Element des politisch motivierten Theaters. Im deutschsprachigen Raum wird Puppentheater vor allem mit Kindern assoziiert, aber auch auf Erwachsene wirken Puppen immer.

Puppen haben Narrenfreiheit, sie können Dinge sagen, die Menschen (auch auf der Bühne) so nicht sagen könnten. Deshalb werden Puppen gern für politische Aktionen genutzt.



IHR BRAUCHT

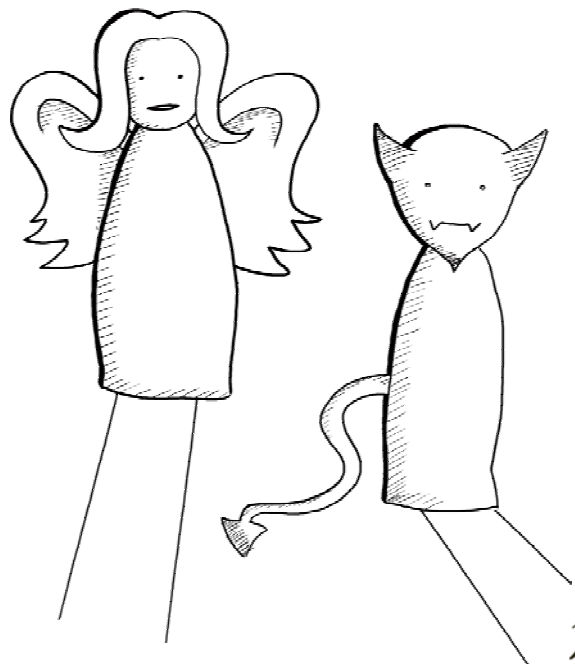
- Puppen könnt Ihr relativ leicht selber basteln, etwa mit Pappmaché oder aus anderen Materialien. Im Internet findet Ihr Hinweise und Bauanleitungen, vielleicht gibt es auch ein Buch in der Bücherei zum Puppenbau und -spiel.
- Ein Stück für Euer Puppenspiel. Vom klassischen Kasperle, der Gerechtigkeit in der IT-Industrie einfordert, bis zur schön inszenierten Geschichte.
- Einen Text bzw. den Dialog für die Puppen und vielleicht eine Erzählerin oder einen Erzähler für die Geschichte an sich und die Einleitung.
- Je nach Größe braucht Ihr eine kleine Bühne (Handpuppen), am besten mit Vorhang und vielleicht mit einem Hintergrundbild zur Szene.

BITTE BEACHTEN

- ! Puppen zu bespielen ist nicht allzu schwer, es gut zu machen, ist aber eine Kunst. Nehmt Euch Zeit zum Üben und besucht, wenn möglich, vorher einen Workshop, damit Euer Puppenspiel auch schön wird.
- ! Bei Großpuppen braucht es zum Teil mehrere Menschen, um sie zu bedienen und Erfahrung in der Konstruktion, aber sie machen mächtig Eindruck.

AUCH MÖGLICH

- ? Puppen können auch mit Menschen in einer Theaterszene spielen. Sie können besondere Akzente setzen und gewinnen schnell die Sympathie des Publikums.
- ? Ihr könnt auch mit Marionetten arbeiten - also mit Gliederpuppen, die mit Fäden bewegt werden.
- ? Bauchsprechen ist für Handpuppen ein toller Effekt – aber es ist nicht leicht zu lernen und braucht Übung, damit es gut aussieht.



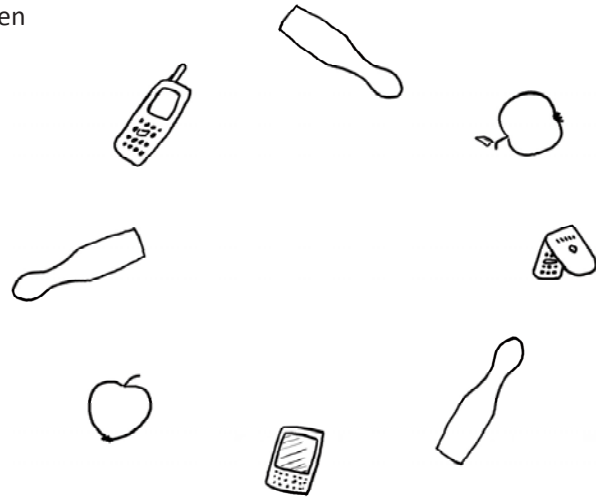
CLOWNERIE

Clowns bringen seit jeher Menschen zum Lachen, aber auch zum Nachdenken. Das Bild des Clowns ist positiv besetzt und Menschen werden auf Euch reagieren. Entsprechend ist es wichtig, wie der Clown auftritt. Er kann bei einer Aktion einfach für Aufmerksamkeit sorgen oder aber auch thematische Inhalte erkunden.

Wenn der Clown den Problemen der IT-Industrie auf den Grund geht, kann er auf eindringliche und naive Weise nachfragen, untersuchen und feststellen. Zwei Clowns können im Dialog das Thema erörtern und es somit den PassantInnen näher bringen.

Eine ganze Gruppe von Clowns kann in einem Handy-laden die Telefone putzen, um den „Schmutz der Produktionsweise“ weg zu wischen.

- Clownspiel ist mehr als eine rote Nase aufzuziehen.
- Besucht vorher einen Workshop oder arbeitet mit einem erfahrenen Clown zusammen, damit Euer Auftritt auch Erfolg hat.



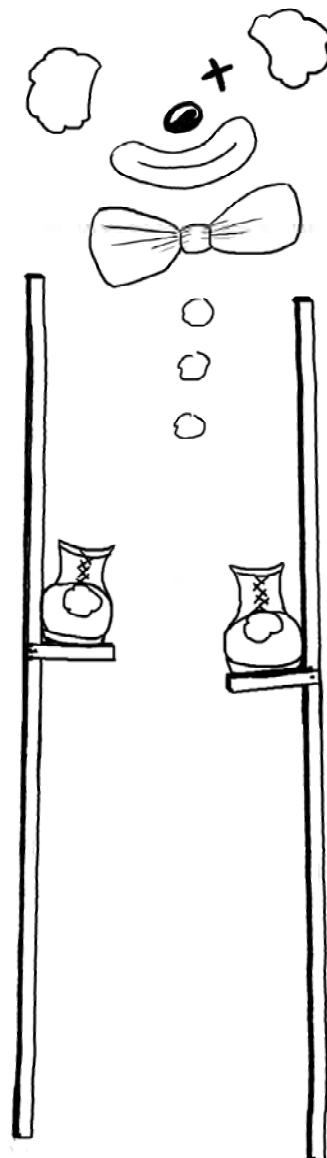
JONGLIEREN

Du kannst jonglieren? Prima!
Mit Handys oder Computerteilen zu jonglieren schafft garantiert Aufmerksamkeit. Vorher gut üben und dann nur Teile nehmen, die auch mal herunter fallen können.

STELZEN LAUFEN

Du kannst Stelzen laufen? Super!
Auf Stelzen hast Du eine besondere Position und kannst sie nutzen um Informationen zu verbreiten, etwa in Form von Flyern oder auch Gesprochenem.
Am besten wähle eine passende Verkleidung dazu, vor allem eine lange Hose, die die Stelzen verdeckt und Dich so wirklich 3 Meter groß aussehen lässt.

- Du musst sehr sicher auf Stelzen sein, damit Du nicht Dich und andere in Gefahr bringst, wenn Du bei einer Aktion auf Stelzen auftrittst.



ÖFFENTLICHE INSTALLATION

Mit Gegenständen im öffentlichen Raum zu arbeiten kann sehr interessant sein, vor allem wenn es unerwartete Kontraste bietet. Wer erwartet schon Computer in der Fußgängerzone oder Handys, die im Park von den Bäumen hängen und klingeln?

Solche „Installationen“ sind ein „Hingucker“ und nicht nur für kunstinteressierte Menschen attraktiv. Leichte Irritationen wecken meist die Neugier von PassantInnen. Auf den zweiten Blick sollte dann schon mehr zu sehen sein, etwa Information zum Thema. Oder es wird klar, mit welchen anderen Gegenständen das Objekt im Zusammenhang steht.

Ein Beispiel findet Ihr hier zum Thema Elektroschrott:

ELEKTROSCHROTT ALS INSTALLATION

Das Thema der Entsorgung ist ein wichtiges Aktionsfeld und eines bei dem fast alle Menschen leicht aktiv werden können. Während die Anschaffung eines Handys mit größter Sorgfalt erfolgt, mangelt es bei der Entsorgung schnell an Wissen und Motivation. Das Thema Elektroschrott lässt sich gut darstellen indem ausgemusterte Geräte öffentlich ausgestellt werden. Dabei kann dann über die Probleme und die Handlungsmöglichkeiten informiert werden. Beispiele für Installationen zu IT-Themen:

a) Computer könnten mit einem Schild versehen werden:

„Ich bin erst 4 Jahre alt, bring mich zurück nach Hause.“

b) Handys und Computer können als Berg oder Haufen oder Fläche auf einem Platz stehen oder als Kette einen Teil des weltweiten Elektronikschrotts zeigen

(Siehe Abschnitt Elektroschrott vorne). Dazu braucht es dann Informationen zum Problem.

IHR BRAUCHT

- Einige Altgeräte, die nicht mehr funktionieren und gut für die Aktion geeignet sind.
- Einen guten Ort, an dem die Installation einerseits gesehen wird, gut zur Geltung kommt, aber wo auch niemand aus Versehen drüber stolpert.
- Eine klare Botschaft und ergänzende Information für interessierte PassantInnen.

BITTE BEACHTEN

- ! Falls Ihr kaputte Geräte verwendet, müsst Ihr aufpassen, dass Ihr keinen Müll, also etwa herausfallende Teile, Glas oder Gehäusesplitter, hinterlasst. Auch sollten die Teile keine gefährlichen Stellen haben, an denen sich Leute verletzen könnten. (Diejenigen, die Euch beim Aufbau helfen ebenso wie spielende Kinder).
- ! Macht klar, was Ihr später mit den Geräten macht. Habt klare Informationen für interessierte Menschen, wo und wie Elektroschrott vor Ort korrekt entsorgt werden kann. Hier kann Euch die Stadtverwaltung bzw. der kommunale Recyclinghof weiterhelfen.

AUCH MÖGLICH

- ? Wenn Ihr vor Ort Strom habt, lassen sich mit alten Computern natürlich tolle Installationen kreieren: auf den Monitoren können Bilder laufen und Informationen erscheinen. Dies kann versetzt geschehen oder einheitlich. Ihr könnt auch mit Sound arbeiten.
- ? Kombiniert die Installation mit einer Sammelaktion für Althandys. Dies kann z.B in Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe e.V. stattfinden und Ihr könnt sogar 1,50 Euro pro Handy für Euer Projekt bekommen. Weiter Infos auf: <http://www.duh.de/handy-sammelgruppe.html>

GROßBILDER MIT STRAßENKREIDE

Wie wäre es, das Thema Eurer Aktion in einem großen Bodengemälde zu illustrieren?

Ihr könnt es gemeinsam entwerfen und dann malen oder auch direkt beim Malen entwickeln. Große Bilder bieten sich dafür an, viele verschiedene Ideen zu einer Komposition zu vereinen. JedeR von Euch kann sich also etwas zum Thema der Aktion ausdenken und dann setzt Ihr es zu einem großen Bild zusammen und malt es.

Ein Bild zum Thema Handy könnte zum Beispiel Coltan-Minen im Kongo, eine Fabrik in China, Elektroschrott der verbrannt wird, schöne Handys und funkelnde Firmenzentralen vereinen. Eventuell dazu noch KonsumentInnen, die sich mit großen Augen das Geschehen anschauen.

IHR BRAUCHT

- Straßenkreide in vielen Farben
- Einen guten Ort, an dem der Untergrund zum Bemalen geeignet ist (glatt und hell)
- Für große Bilder empfiehlt es sich vorher einen Entwurf auf Papier zu malen.

BITTE BEACHTEN

- Wenn Ihr die Möglichkeit, habt eine Hauswand zu bemalen oder eine Holzwand für die Aktion aufzustellen, könnt Ihr auch mit richtiger Farbe, Sprühdosen oder Paintbrush arbeiten.
- Ihr könnt ein ganzes Projekt daraus machen und ein Wochenende lang ein Wandgemälde kreieren und malen.
- Am Rande des Gemäldes könnt Ihr auch PassantInnen einladen, mit zu malen und ihren Beitrag zu leisten. Es werden sich vermutlich nur wenige trauen, aber für Kinder ist es z.B. attraktiv – und derweil könnt Ihr den Eltern von der Aktion erzählen! :o)
- Die Leute werden erst einmal gucken & hören, aber wollen vielleicht nicht direkt angesprochen werden! Erst wenn das Interesse geweckt ist, sollten weitere Informationen bereit stehen bzw. solltet Ihr mit weiteren Informationen auf Sie zugehen.

KEIN MUNDSCHUTZ



HANDY SHOP



HANDY SCHROTT



ÖFFENTLICHE LESUNG

Es gibt einige Bücher und zahlreiche Geschichten zur IT-Industrie - die Probleme und die Schicksale der Menschen sind ausreichend dokumentiert. Wie wäre es die Geschichten zu nutzen und eine Lesung zur Aktion zu machen – eine Lesung im öffentlichen Raum?

IHR BRAUCHT

- Ein kleines Podium mit Tisch oder einfach nur ein Lesepult. Dazu evtl. ein paar Stühle, die zum Sitzen und Zuhören einladen.

BITTE BEACHTEN

- ! Die Person sollte auch gut vorlesen können. Vielleicht könnt Ihr jemanden gewinnen der oder die so etwas auch professionell betreibt oder gar eine Autorin von Berichten zum Thema.



FILMVORFÜHRUNG

Eine öffentliche Filmvorführung in der Fußgängerzone! Wählt einen Film zum Thema Eurer Aktion (im Anhang sind zwei Beispielfilme aufgeführt) und einen geeigneten Ort und los geht es mit Eurem Open-Air-Kino. Es sollte ein halbwegs ruhiger Ort sein, an dem Menschen zusehen und -hören können und nicht in völliger Eile sind. Es hilft natürlich, wenn auch der Ort einen Bezug zum Thema hat.

IHR BRAUCHT

- Einen starken Projektor oder ihr solltet auf die Abenddämmerung warten.
- Ein geeigneter Ort, der ein wenig Ruhe bietet, aber doch einen Bezug zum Thema hat, also zum Beispiel vor einem Geschäft oder der Zentrale eines Computerunternehmens.
- Denkt an den Stromanschluss und die Anmeldung der Aktion.

BITTE BEACHTEN

Erkundigt Euch, wie es mit den Lizenzrechten der Filme ist, es darf also keine kommerzielle Vorführung sein.

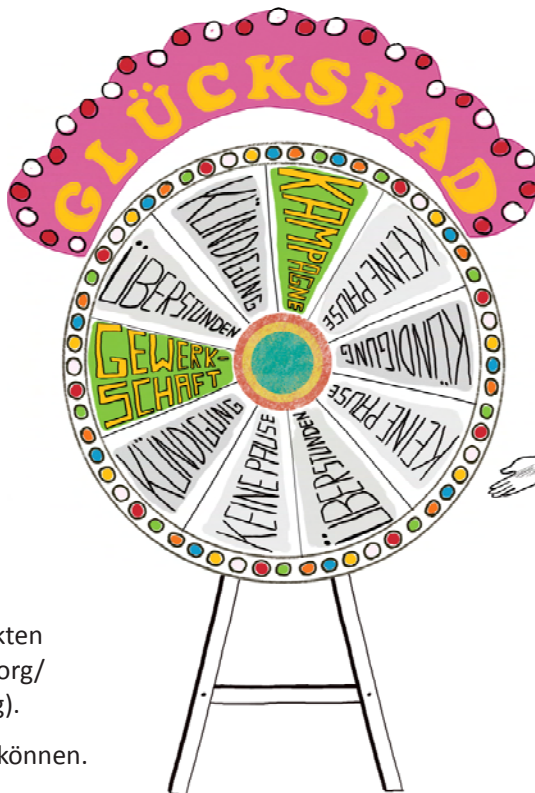


QUIZ UND

Bekannt, beliebt und garantiert ein Erfolg: ein Quiz funktioniert immer.

In diesem Quiz sind Fragen rund um das Thema IT zu beantworten.

Mit einem „Glücksrad“ lässt es sich ansprechend gestalten und dieses zieht immer Menschen an.



IHR BRAUCHT

- Genügend Quizfragen und die korrekten Antworten (auf www.germanwatch.org/makeITfair findet Ihr einen Vorschlag).
- Preise, die Teilnehmende gewinnen können. Am besten eine Menge Trostpreise (Stifte, Bonbons, etc.) parat haben.
- „Glücksrad“/Quizrad mit Feldern z.B. für Fragen zu verschiedenen Themenbereichen.

BITTE BEACHTEN

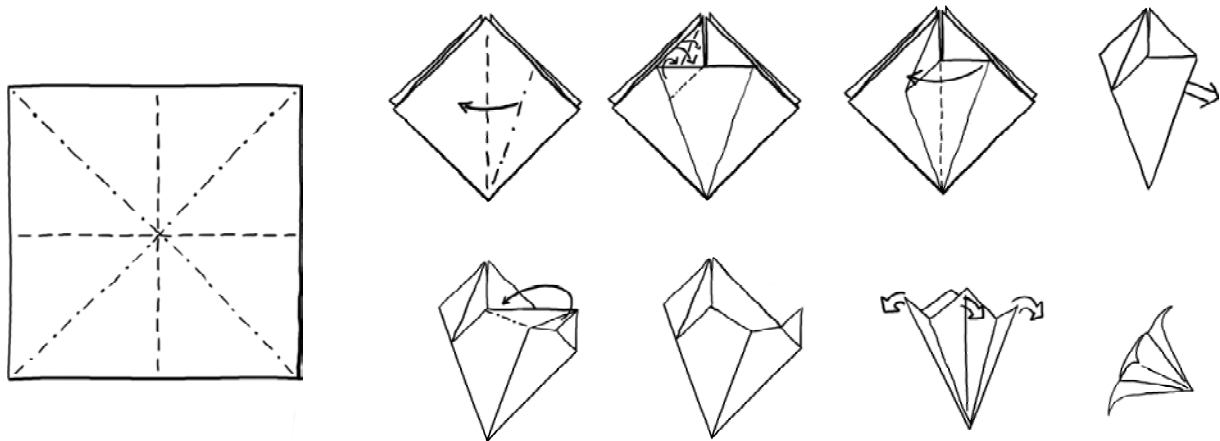
- Macht klar, wie die Regeln sind, was zu gewinnen ist und wie die richtige Antwort lautet. Leute sind sehr sensibel, wenn sie den Eindruck haben, dass keine fairen Spielregeln herrschen.
 - Achtet darauf, dass die Gewinne auch fair produziert sind, die Leute werden sich sonst wundern und nachfragen. Ökofaire Schokoladentäfelchen bieten sich zum Beispiel an.
 - Auch wenn wir hier den geläufigen Begriff „Glücksrad“ verwenden, solltet Ihr bei einer Aktion im öffentlichen Raum bei der Anmeldung darauf achten, es als Quizrad oder ähnlich zu bezeichnen. Behörden werden bei Gewinnspielen schnell hellhörig. Darum stellt immer den Inhalt Eurer Aktion und Eure Ziele in den Vordergrund – Preise sind Nebensache.
- Das ganze soll nur eine Methode sein, um über Euer Anliegen zu informieren!

AUCH MÖGLICH

- ? Macht das Quiz so absurd und willkürlich, dass es klar als Konzept der Aktion deutlich wird. Dann werden vielleicht immer noch Leute schimpfen, dass es unfair zugeht, aber genau so ist es ja auch in der IT-Industrie, so könnt Ihr es thematisieren. (Und im Nachhinein doch noch ein kleines Geschenk vergeben, damit die Leute zufrieden sind und Ihr euch vorbildlich verhaltet).
- ? Das Glücksrad kann auch verfremdet werden. Zum Beispiel werden alle Mitspielenden am Rad als ArbeiterInnen angesprochen, die auf bessere Arbeitsbedingungen hoffen. Der Chef dreht am Rad und die meisten Felder sind mit „Überstunden“, „Kündigung“, „Keine Pause“ etc. beschriftet. Es sollte natürlich auch ein paar positive Felder geben, bei denen tatsächlich was gewonnen wird, etwa weil sich eine Gewerkschaft gründen konnte oder weil eine internationale Kampagne für Aufregung gesorgt hat und nun die Löhne erhöht werden.

BLUMENAKTION

Lasst Blumen sprechen! Ihr ladet PassantInnen ein, mit Euch Origami-Blumen zu basteln und diese mit einer Botschaft versehen jemandem (im Geschäft, beim Unternehmen) zu schenken.



Als Einladung zum Teilnehmen werden die mit ein wenig Blumenerde gefüllten Becher (z.B. recycelte Coffee-To-Go-Becher) als Geschenk angeboten.

Am Stand können die TeilnehmerInnen dann den Becher bepflanzen. Dabei werden sie eingeladen, eine Origami-Blume unter Anleitung selber zu basteln, während der/die jeweilige AkteurIn über die Produktionsbedingungen von Unterhaltungselektronik in Fernost informiert.

Anschließend wird die Blume in den Pappbecher gepflanzt und mit einem Aufkleber „makeITfair“ beklebt, der neben dem Logo die Internetadresse der Organisation bzw. einen Zettel mit weiteren Informationen zeigt. Der „Blumenpate“ wird eingeladen, den Becher mit der Blume weiterzuschicken an eine Person der Zielgruppe (Firmen/ Angestellte im Geschäft). Mit dem Geschenk können Fragen an das beschenkte Personal verbunden werden, wie:

„Wo werden Ihre Produkte gefertigt?“ „Welchen Stundenlohn erhalten die Menschen?“
„Was können Sie über die gesundheitlichen Aspekte der Produktionsbedingungen sagen?“

IHR BRAUCHT

- Pappbecher und Erde zum Pflanzen der Blumen.
- Papier für Blumen und einfache Anleitung, am besten einige Blumen schon vorher produzieren zur Ansicht und für „eilige“ Mitmachende.
- Gute Anleitungen zum Falten gibt es im Internet.
- Stand für die Floristen.
- Ausrüstung für die Floristen: grüne Schürze, Gartenhandschuhe und Hut.

BITTE BEACHTEN

- Habt einen klaren Adressaten: Wer soll die Blumen bekommen und mit welcher Botschaft?
- Dokumentiert, wie viele Blumen überreicht wurden.
- Besorgt Euch torffreie Blumenerde, um den umweltschädlichen Torfabbau nicht weiter voranzutreiben.



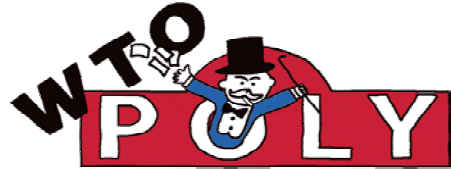
BILDUNG FÜR ALLE IN DER FUßGÄNGERZONE

Eigentlich wolltet Ihr Euch erst noch ein bisschen mehr über das Thema IT-Produktion informieren?

Kein Problem, das lässt sich prima mit der ersten Aktion verbinden: Lasst Eure Informationseinheit einfach direkt vor einem Handygeschäft in der Fußgängerzone stattfinden. Dabei bleiben bestimmt einige PassantInnen stehen und lernen auch gleich noch etwas dazu. Außerdem könnt Ihr direkt im Geschäft nach Beispielen gucken oder freundlich nachfragen, welche Informationen und Alternativen es gibt.

IHR BRAUCHT

- Eine Methode, die Ihr durchführen wollt.
- Eine Person, die moderiert oder anleitet.
- Ein oder zwei Personen, die mit zusätzlichen Informationen bereit stehen, um den interessierten PassantInnen oder den LadenmitarbeiterInnen mit Erklärungen weiter zu helfen.



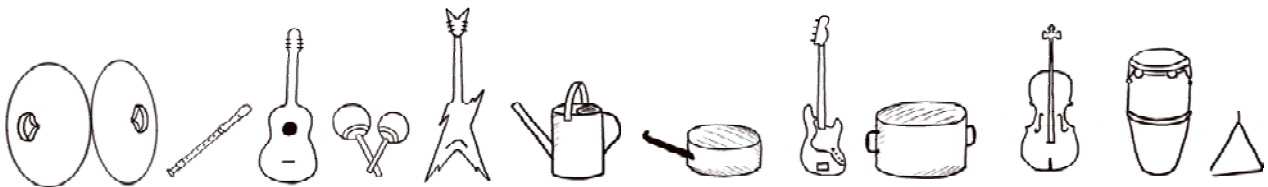
BITTE BEACHTEN

- ! Die Teilnehmenden sollten ebenso motiviert sein, als wenn es eine Theateraktion wäre, denn sie stellen sich natürlich auch zur Schau.

AUCH MÖGLICH

- ? Ihr könnt ein großes Spiel zum Thema IT entwickeln, angelehnt an das WTOPoly der BUNDjugend: Auf einem überdimensionierten Spielfeld bewegen sich echte Menschen als Spielfiguren, dazu gibt es eine Spielleitung und Aktionskarten. Das Spiel schafft viel Aufmerksamkeit, allerdings braucht es auch einiges an Vorbereitung. www.wtopoly.de
- ? Die Stadtrundgänge von WELTbewusst behandeln auch das Thema Handy und IT. Ihr könntet diesen Teil übernehmen oder auch einen Rundgang nur zu Elektronik gestalten. www.weltbewusst.org

MUSIK macht die Aktion schön



Eine bisschen Musik kommt bei den meisten Leuten gut an. Wenn Ihr musikalische Talente im Freundes- und Bekanntenkreis habt, ladet sie ein, für Euch ein Lied zu schreiben und aufzutreten. Es reicht ein einziges Instrument, es kann aber auch eine ganze Band oder ein Orchester oder ein Chor sein. Es gibt auch Sambabands, die für größere Aktionen zu gewinnen sind - damit wird richtig für Aufsehen gesorgt!

Es gilt der alte Satz „Kunst kommt von Können“. Wenn Ihr ein mit Krampf gereimtes Lied schief intoniert, rennen die Leute eher weg als dass sie Euch unterstützen. :o)

Adbusting ist das Verfremden von Werbung.
 Es braucht ein bisschen künstlerisches Geschick.
 Aus einer Werbebotschaft wird durch eine kleine Verfremdung genau das Gegenteil: eine entlarvend-wahrheitsgemäße Botschaft. Dabei ist es wichtig, die Gestaltungsweise der Originalwerbung beizubehalten, damit die Irritation beim Betrachtenden erzeugt wird.

ADBUSTING
 AUFKLEBER
 ETC

Beispielidee: Für das iPhone 4 warb Apple mit dem Spruch: „Das ändert alles. Wieder einmal.“
 Die Adbusting-Version könnte nun lauten: „Es ändert sich nichts. Wieder einmal.“



§ Vorsicht, das Verändern von Plakatwänden und das Bekleben von Verpackungen ist rechtlich nicht erlaubt und kann von den Firmen strafrechtlich verfolgt werden. Eine genaue rechtliche Beurteilung der verschiedenen möglichen Aktionsformen ist nicht pauschal, sondern nur bezogen auf den konkreten Einzelfall möglich.

Wir raten dazu, im Zweifelsfall geplante Aktionen (ggf. auch anwaltlich) prüfen zu lassen, um sicherzustellen, dass rechtliche Grenzen, die sich beispielsweise aus dem Markenrecht ergeben können, nicht überschritten werden.

Wenn Ihr Euch für eine Adbusting-Aktion entschieden habt:
 Dokumentiert Eure Aktion unbedingt mit Fotos und verbreitet die Adbusting-Entwürfe im Internet!



Quelle: <http://www.publiceye.ch> | Juli 2011

KUNST

weckt immer Interesse

Eine Aktion mit Straßenkreide, das Basteln von Blumen, kreative Installationen – Kunst bringt viele interessierte Leute zu Euch. Überlegt, was Euch Spaß macht und welche Materialien Ihr habt. Alles, was Eure Aktion bunter und schöner macht, ist willkommen!



TIPPS & TRICKS FÜR EURE AKTION

BOTSCHAFT

Was und wen wollt Ihr mit Eurer Aktion erreichen?

Die meisten Aktionen haben zwei Adressaten und es ist wichtig, dass beide Zielgruppen entsprechend angesprochen werden.

1. die Unternehmen, die Ihr zum Handeln auffordert
2. die Öffentlichkeit (PassantInnen), die Ihr mit der Aktion anspricht, um Euer Anliegen zu unterstützen

Ihr braucht eine klare Botschaft, die präzise aber nicht platt ist. Wenn Ihr eine Forderung aufstellt :

"FÜR FAIRE HANDYS!" sollte auch benannt werden, wer was bis wann ändern soll :

"FIRMA SUNNYPHONE SOLL IN 3 JAHREN FAIRE HANDYS PRODUZIEREN!"

WAS WÜRD EUCH ANSPRECHEN?

Es gibt einen einfachen Trick, um die Botschaft und Aufmachung Eurer Aktion zu prüfen:
Überlegt, was Euch selber auch ansprechen würde.

- ▶ Bei welchen Aktionen seid Ihr in letzter Zeit stehen geblieben?
- ▶ Welche Botschaften/ Sprüche/ Slogans sind Euch jüngst im Gedächtnis geblieben?
- ▶ Wann geht Ihr auf Leute zu und fragt sie etwas? Wann wollt Ihr gerne angesprochen werden, wann und wo seid Ihr offen für Botschaften und Aktionen?

Wenn Ihr Euch darüber gemeinsam austauscht, bekommt Ihr schnell eine Liste mit wertvollen Hinweisen für Eure Aktion. Haltet die Ergebnisse schriftlich fest.

Dieser Perspektivwechsel ist immer (!!!) wertvoll, auch wenn Ihr schon erfahrene AktivistInnen seid! Seid kritisch mit Euch, aber konstruktiv, so könnt Ihr Eure Aktionen immer verbessern!

Prüft Eure Kommunikation, indem Ihr sie an FreundInnen und Bekannten „testet“, ohne ihnen die Hintergründe zu vermitteln. Wenn es vieler Erklärungen bedarf, ist Eure Kommunikation nicht klar genug.

...PASSANTINNEN ANSPRECHEN

Eure Aktion läuft gut und Leute bleiben stehen, sind aufmerksam, werden neugierig?

Dann ist jetzt die Chance gekommen, um weitere Informationen zu verteilen oder zum Mitmachen, Unterschreiben, etc. einzuladen. Das ist der kritische Moment, da die erste Ansprache entscheidend sein kann...

Ihr könnt mit einer Frage ins Gespräch kommen:

**WAS WISSEN SIE ÜBER DIE PRODUKTION
IHRES HANDYS?**

Ihr könnt zur Information einladen:

**KOMMEN SIE NÄHER UND ERFAHREN SIE MEHR
ÜBER DIE PRAKTIKEN DER HANDYFIRMEN!**

Ihr könnt direkt zur Aktion auffordern:

**UNTERSCHREIBEN SIE HIER FÜR
BESSERE ARBEITSBEDINGUNGEN!**



- ▶ Körpersprache und Erscheinung machen mindestens so viel aus wie die Worte: Ein sympathischer Auftritt mit einem Lächeln und einer positiven Ausstrahlung lädt definitiv mehr Leute ein!
- ▶ Falls Ihr den Infostand mit einer kreativen Aktion verbindet, ist es hilfreich, am Ende der Aktion eine Ansage mit Hinweis auf den Infostand zu haben, z.B. eine Sprecherin oder ein Sprecher nach der kleinen Theaterszene, die/der mit zwei Sätzen erläutert, worum es geht und wie Menschen sich einbringen können.
- ▶ Wenn Ihr die Möglichkeit habt, nehmt Euch die Zeit für ein kleines Rollenspiel, bei dem Ihr die Ansprache von PassantInnen übt. Das macht Euch fit für die Aktionen auf der Straße.



RECHT UND ORDNUNG



Eure kreative Aktion im öffentlichen Raum fällt in der Regel unter das Versammlungsrecht.

Nach § 1 Absatz 1 Versammlungsgesetz hat jedermann das Recht, öffentliche Versammlungen und Aufzüge zu veranstalten und an solchen teilzunehmen.

Versammlungen unter freiem Himmel sind lediglich anmeldepflichtig. Sie bedürfen keiner besonderen Erlaubnis, weil sie unter dem Schutz des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung stehen. Eure Aktion darf nur verboten werden, wenn sie unmittelbar die öffentliche Sicherheit und Ordnung gefährden würde.

Zur Anmeldepflicht nach § 14 Versammlungsgesetz die wichtigsten Informationen in Kürze:

Demonstrationen und Versammlungen sind bei der zuständigen Behörde mindestens 48 Stunden vorher anzumelden. Wenn Ihr zur Aktion öffentlich einladen wollt, gilt diese Frist entsprechend vor der Bekanntmachung der Demonstration. Wegen möglicher weiterer Genehmigungen empfiehlt sich jedoch eine längere Vorlaufzeit.

Anzugeben sind Versammlungsgrund, VersammlungsleiterIn, Datum, Ort, Dauer und ggf. die Anzahl der erwarteten Teilnehmenden sowie häufig Demonstrationsmittel, die zum Einsatz kommen (Transparente, Musikinstrumente, Fahrräder etc.).

Der/ die VersammlungsleiterIn hat dafür zu sorgen, dass die Veranstaltung wie angemeldet durchgeführt wird. Sie ist die Ansprechperson für die Polizei, die ggf. vorbeikommt.

Die zuständige Behörde und die lokalen Regelungen finden sich zumeist im Internet auf den Seiten der Stadt oder der Polizei. Ein „Anmeldeformular für Versammlungen und Aufzüge“ und weitere Hinweise und/oder „Merkblätter“ für Versammlungen und Demonstrationen gibt es auch oft online. Ansonsten einfach bei der Stadtverwaltung oder Polizeidienststelle anrufen und nachfragen.

Bei der Durchführung der Aktion: Wenn Ihr eine Demonstration angemeldet habt, wird die Polizei voraussichtlich vor Ort sein oder vorbei schauen. (Anmeldebestätigung dabei haben!)

An sensiblen Orten, vor allem solchen von politischer Bedeutung, gibt es zum Teil so genannte „Bannmeilen“. Dort werdet Ihr kaum eine Genehmigung für eine Veranstaltung bekommen. Der Bundestag in Berlin ist das populärste Beispiel, aber auch Landtage und sogar Rathäuser können dazu zählen. Informiert Euch rechtzeitig, bevor die Planungen auf dem Weg sind oder sogar der Ort schon kommuniziert ist, bevor sichergestellt ist, ob Ihr eine Genehmigung erhaltet.

Reine Infostände gelten in der Regel nicht als Versammlung. Sie erfordern eine „Sondernutzungserlaubnis“ und sind beim Ordnungsamt anzumelden. Dort kann eine Standgebühr verlangt werden. Auch habt Ihr kein Recht auf einen Infostand (anders als auf eine Versammlung) und Ihr könnt Euch den Platz nicht immer aussuchen.

Achtung: Hier gibt es je nach Amt Bearbeitungsfristen von bis zu einem Monat. Die schriftliche Genehmigung muss bei eventuellen Polizeikontrollen am Stand vorliegen.

Je nach Art der geplanten Aktion kann es sich als sinnvoll erweisen, sowohl eine Demonstration als auch einen Infostand anzumelden, da ein Infostand im Rahmen einer Versammlung mitunter weitergehende Rechte bekommt (z.B. in welchem Umkreis vom Infotisch man aktiv werden darf).

Erkundigt Euch rechtzeitig vorher, welche Bedingungen vor Ort gelten.

Wenn es nicht klar ist, wie die Gesetzeslage ist, fragt nach. Entweder direkt bei den Behörden – oft beraten sie, wo eine Demonstration unproblematisch durchführbar ist – oder bei den Experten in Eurer Organisation bzw. bei einem der Partner.

Dies ist keine rechtsverbindliche Auskunft.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

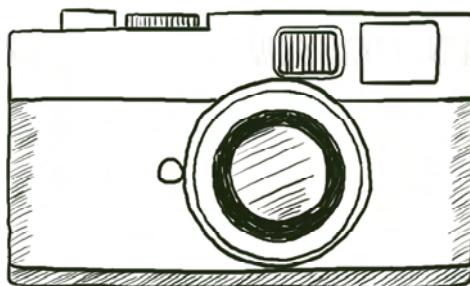
Die tollste Aktion ist für Eure Arbeit wenig wert, wenn niemand davon mitbekommt.

Kreative Aktionen lohnen sich sehr für Public Relation (PR)-Arbeit und die Medien sind meist dankbar für bunte Bilder und ungewöhnliche Aktionen, erst recht wenn junge Leute aus der eigenen Stadt aktiv werden. Entsprechend gilt es unbedingt daran zu denken, die Medien einzuladen.

Nutzt dafür bestehende Kontakte oder fragt vorher bei den Zeitungen und Radios nach, wer eine passende Ansprechperson für das Thema ist.

Wichtigste Punkte hierbei:

- Genügend Vorlauf für Pressemitteilung, damit Journalisten die Aktion einplanen können.
- Beschreibt Euer Vorhaben, damit deutlich wird, wie interessant es ist.
- Gebt eine Kontaktperson an und deren Handynummer, damit Euch Journalisten vor Ort und spontan erreichen können.
- Uhrzeit und Ort müssen sehr präzise angegeben sein und dann auch stimmen, Journalisten sind viel beschäftigt und kommen oft nur kurz vorbei.
- Falls niemand von der Presse vorbeikommen kann, könnt Ihr ihnen auch Eure Fotos und Texte anbieten.
- Verweist auf die gesamte Kampagne, Eure Website, bzw. die Website der Organisation oder des Projektes, an dem Ihr Euch beteiligt, z.B. www.makeITfair.org
- Wenn es eine überraschende Aktion sein soll, ist dies durch eine Sperrfrist zu kennzeichnen, damit nicht vorher darüber informiert wird.
- Zur Medienarbeit gehört auch eine kleine Dokumentation von Eurer Aktion zu erstellen. Das ist für Euch nicht nur eine schöne Erinnerung, sondern kann auch andere zum Nachmachen motivieren.
- Im Internet findet Ihr Tipps und Hinweise für eine erfolgreiche Pressemitteilung.



VOR & NACHBEREITUNG

Bei den einzelnen Aktionen haben wir bereits erwähnt, welche Vorbereitung erforderlich ist.

Generell gilt, dass eine gute Vorbereitung die Aktion deutlich entspannter und effektiver macht!
Nehmt Euch genügend Zeit, um genau zu planen.

WAS WO WIE WANN WER MIT WEM ?

Die Grundlagen sind immer wichtig und sollten auf ein Blatt Papier passen. Wenn die Aktion kompliziert zu erklären ist, wird sie noch komplizierter durchzuführen sein und die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass sie weder funktioniert noch verstanden wird!

Habt einen Plan B, falls Ihr auf gutes Wetter oder andere unberechenbare Faktoren angewiesen seid.
Das verhindert peinliche Momente, Chaos und den Frust der Beteiligten.
Zur Checkliste für die Planung siehe nächste Seite.

Nehmt Euch auch Zeit, die Aktion nachzubereiten. Das gibt Euch die Chance, viel zu lernen und die nächste Aktion noch besser zu machen. Falls bei Eurer Aktion etwas nicht geklappt hat, könnt Ihr analysieren, was und warum. Falls es in Eurer Gruppe während der Aktion Stress oder Ärger gab, ist es wichtig, dies im Nachhinein und in Ruhe noch mal zu klären.

Zur Nachbereitung gehört auch die Dokumentation und Sicherung der Ergebnisse. Macht die Aktion auf Eurer Website präsent und sammelt die besten Fotos, damit sie später für Berichte und andere Dokumente zur Verfügung stehen.

Danke. Ein kleines Wort, aber enorm wichtig. Gebt allen Beteiligten ein Wort des Dankes oder auch mehr. Ein gemeinsames Essen, eine kleine Party, all das ist zum einen ein netter Ausklang der Aktion, zum anderen bringt es die Gruppe zusammen, um gemeinsam das Erreichte zu feiern.
Auch wenn etwas nicht geklappt hat, ist es gut, das gemeinsame Bestreben anzuerkennen und die AkteurInnen für eine nächste Aktion motiviert zu halten.

PLANUNG ORT ZEIT PARTNER BEZUG...

Wenn Ihr die Aktion als Teil Eurer Aktivitäten plant und damit etwas erreichen wollt, muss die Planung gut eingebunden sein.

- Überlegt Euch einen guten Ort. Gibt es einen bestimmten Bezug zwischen dem Ort und dem Thema – ein Handygeschäft, ein Firmensitz, eine politische Institution?
- Welche Zielgruppe wollt Ihr erreichen? Direkt in der Innenstadt sind es eher Menschen, die auf dem Weg zur Arbeit sind und eventuell wenig Zeit und Lust auf Gespräche haben. Direkt in der Einkaufsmeile der Stadt sind die Menschen meist mit Einkaufen beschäftigt und oft gestresst. Öffentliche Plätze, die auch zum Verweilen einladen oder als Treffpunkt dienen, sind ein besserer Ort.
Für Installationen und kreative Aktionen eignet sich auch ein Park oder ein beliebter Platz, an dem viele ihre freien Stunden verbringen. Dann sollte es allerdings nicht zu aufdringlich sein, sonst fühlen sich Leute in ihrer Erholung gestört.
Wenn Ihr junge Menschen erreichen wollt, eignet sich ein Ort nahe der Universität oder einer Schule.

- Überlegt Euch Datum & Uhrzeit der Aktion: Gibt es einen bestimmten Anlass (Tag der Menschen rechte, etc.) dafür? Soll es unter der Woche oder am Wochenende sein? Morgens oder abends?
- Was ist der Anlass der Aktion? Gibt es einen aktuellen Aufhänger – eine Nachricht aus den Medien, einen Jahrestag, eine internationale Kampagne?
- Gemeinsam seid Ihr stark! – Sucht Euch Partner, mit denen Ihr die Aktion durchführen könnt. In aller Regel ist eine Aktion stärker, je mehr Menschen und Organisationen mit dabei sind. Gemeinsam könnt Ihr mehr Öffentlichkeit erreichen, bessere PR-Arbeit machen, mehr Aktive mobilisieren, etc.
O.K., manchmal sind kleine kreative Aktionen alleine einfacher durchzuführen, weil nicht alles abgestimmt werden muss. Aber wenn Ihr etwas erreichen wollt, ist die Forderung bedeutender, je mehr Menschen dahinter stehen!

AKTIONSTITEL _____	ORT: _____	ZEIT: _____
AKTIONSFORM _____	DAUER: _____	KOSTEN: _____
FORDERUNG: _____		
MATERIALIEN	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> _____
<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> _____
WER MACHT MIT	▶	▶
▶	▶	▶
MEDIENKONTAKTE:	WERBUNG:	
PLAN B:		
NOTIZEN/MINDMAP/DETAILS:		

INFORMATIONEN

- Augusto Boal: Theater der Unterdrückten. Übungen und Spiele für Schauspieler und Nicht-Schauspieler, Frankfurt 1979 und 1989.
- Bundesverband Theater in Schulen e.V.: Fokus Schultheater 09. Spielraum.Stadtraum. 2009.
- Luther Blisset & Sonja Brünzel: Handbuch der Kommunikationsguerilla, 2001.
- Marc Amman (Hrsg.): go.stop.act: Die Kunst des kreativen Straßenprotests 2005.
- Südwind: Clean-IT AktivistInnen-Handbuch. Im Internet über www.clean-it.at
- WEED e.V. und Germanwatch e.V.: Der Weg eines Computers. Von der globalen Produktion bis zur Verschrottung: Materialien für die Bildungsarbeit. [CD-ROM]

INTERNET

- www.go-stop-act.de Website zum gleichnamigen Buch mit weiteren Tipps und Dokumenten und Terminen für Workshops und Trainings.
- <http://kreativerstrassenprotest.twoday.net> Portal mit zahlreichen Beispielen von kreativem Protest und aktuellen Berichten.
- <http://kommunikationsguerilla.twoday.net> Portal der Kommunikationsguerilla mit aktuellen Berichten von Aktionen und zahlreichen Tipps zu Aktionen.
- <http://theyesmen.org> Website des bekannten Aktionsduos The Yes Men. Informationen zu ihren Aktionen und ihrem Ansatz.
- www.harald-hahn.de Theaterpädagoge mit dem Germanwatch bereits zusammengearbeitet hat.
- www.adbusters.org Englischsprachige Website zu Adbusting, inklusive regelmäßiges Magazin.
- Wikipedia gibt einen guten Einblick in die Formen von Flashmob und Theaterformen.

FILM

- Blutige Handys – Wie Handyrohstoffe den Bürgerkrieg im Kongo finanzieren – 42 min
- Die Yes Men regeln die Welt – Eine neue Generation von PolitaktivistInnen machen mit kreativen Aktionen auf Missstände aufmerksam – 84 min
- Gnadenlos billig - der Handyboom und seine Folgen – 28min, kostenlos erhältlich bei Germanwatch

VIDEO

Auf www.makeitfair.org gibt es eine Playlist von verschiedenen Youtube Videos kreativer Aktionen.



.....
.
.
"HINSEHEN, ANALYSIEREN, EINMISCHEN"
.
.
.....

– unter diesem Motto engagiert sich Germanwatch für Nord-Süd-Gerechtigkeit sowie den Erhalt der Lebensgrundlagen und konzentriert sich dabei auf die Politik und Wirtschaft des Nordens mit ihren weltweiten Auswirkungen.

Die Lage der besonders benachteiligten Menschen im Süden bildet den Ausgangspunkt des Einsatzes von Germanwatch für eine nachhaltige Entwicklung. Unseren Zielen wollen wir näher kommen, indem wir uns für faire Handelsbeziehungen, für einen verantwortlich agierenden Finanzmarkt, für die Einhaltung der Menschenrechte und für die Vermeidung eines gefährlichen Klimawandels stark machen.

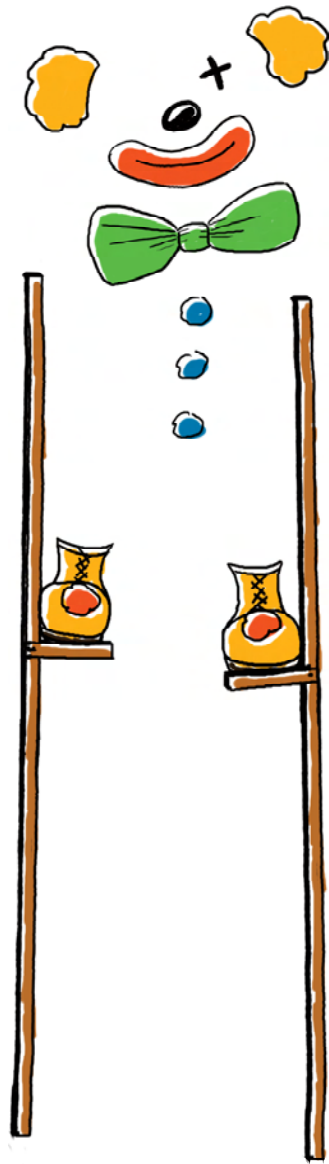
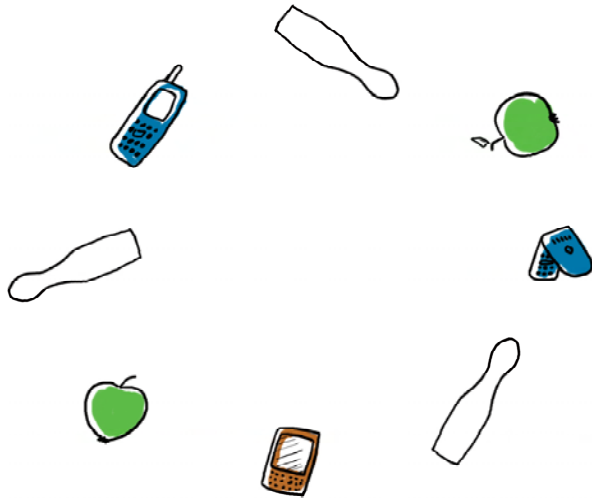
Germanwatch finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen, Spenden und Zuschüssen der Stiftung Zukunftsfähigkeit sowie aus Projektmitteln öffentlicher und privater Zuschussgeber.

Möchten Sie die Arbeit von Germanwatch unterstützen? Wir sind hierfür auf Spenden und Beiträge von Mitgliedern und Förderern angewiesen. Spenden und Mitgliedsbeiträge sind steuerlich absetzbar.

E-mail: info@germanwatch.org

Internet: www.germanwatch.org

Bankverbindung / Spendenkonto:
Konto Nr. 32 123 00,
BLZ 100 205 00,
Bank für Sozialwirtschaft AG



www.germanwatch.org www.makeitfair.org

