

"If there is a genius in organizing, it is the capacity to sense what it is possible for people to do under given conditions, and to then help them do it."

Frances Fox Piven and Richard Cloward

Projektskizze:

»Movement Action Success Strategy« (MASS)

Ein Handbuch für erfolgreiche politische Kampagnen von
Bürgerinitiativen, Verbänden und sozialen Bewegungen.

Inhalt

0. Zusammenfassung

1. Ziele des MASS

2. Gliederung und Inhalt des MASS

Kapitel 1: Ein Modell des Erfolgs politischer Kampagnen

Kapitel 2: Die politischen Ressourcen von Kampagnen

Kapitel 3: Der Politikprozess

Kapitel 4: Sechs Wege zu politischer Veränderung

Kapitel 5: Der gesellschaftliche Kontext politischer Kampagnen

Kapitel 6: Von Gorleben nach Seattle: Beispiele politischer Kampagnen

Kapitel 7: Zusammenfassung

Glossar, Index und kommentiertes Literaturverzeichnis

Bewegungswerkstatt e.V.

Artilleriestr. 6

27283 Verden

<http://www.die-bewegungswerkstatt.de>

Die Bewegungsstiftung

Artilleriestr. 6

27283 Verden

<http://www.bewegungsstiftung.de>

0. Zusammenfassung

Mittlerweile ist es Normalität geworden, dass sich Menschen nicht nur in den politischen Parteien, sondern auch in sozialen Bewegungen, Verbänden oder Bürgerinitiativen engagieren, um politischen Einfluss auszuüben. Unumstritten ist, dass diese Formen politischer Partizipation manchmal zu den erhofften Veränderungen führen, aber doch häufiger weit hinter den Erwartungen zurückbleiben. Es ist ein tragischer und doch verbreiteter Trugschluss dies als unabänderliche Tatsache zu begreifen – als Ausdruck politischer Strukturen oder ökonomischer Machtverhältnisse. Zwar soll die generelle Ungleichverteilung politischer Macht nicht geleugnet werden, aber andererseits verfügen soziale Bewegungen, Verbände und Bürgerinitiativen über ein erhebliches Potential, ihren Einfluss zu vergrößern. Ziel des *MASS* ist es einen Beitrag zur Erschließung dieses Potentials zu leisten. Dazu soll die deutsche und englischsprachige sozialwissenschaftliche Forschung zu sozialen Bewegungen, Verbänden und Bürgerinitiativen aufgearbeitet werden. Kern des Handbuches ist die Entwicklung eines Modells, wie soziale Bewegungen politische Erfolge erzielen können. Dieses Modell wird als Ausgangspunkt zu Überlegungen über die effektive Organisation von politischen Kampagnen genutzt. Das *MASS* schließt damit auch eine schon lange vorhandene Lücke in der Reihe von Handbüchern für politisch engagierte Menschen. Die Kernannahmen des Modells lassen sich in vier Punkten kurz zusammenfassen:

1. Politische Kampagnen können verschiedene Kombinationen vier unterschiedlicher politischer Ressourcen mobilisieren.
2. Politische Kampagnen können an ganz verschiedenen Punkten den Politikprozess beeinflussen.
3. Der Einfluss von politischen Ressourcen auf den Politikprozess lässt sich durch sechs verschiedenen Pfade darstellen.
4. Das Zusammenwirken von politischen Ressourcen, den Pfaden und dem Politikprozess wird durch den politischen Kontext bestimmt.

Ein Verständnis dieser vier Komplexe und ihrer Wechselwirkung verhilft zu einem detaillierten Verständnis über die Gründe des Erfolgs und Scheiterns politischer Kampagnen und damit zur Verbesserung der Erfolgchancen zukünftiger Kampagnen. Das *MASS* entwickelt bzw. wendet diese komplexen Zusammenhänge in sieben Kapiteln an. Im *ersten* Kapitel werden das komplette Modell sowie dessen Möglichkeiten und Grenzen vorgestellt. Die Kapitel zwei bis fünf widmen sich im Detail jeweils einer der Kernannahmen des Modells und deren Implikationen. Im *sechsten* Kapitel werden mehrere Beispielkampagnen analysiert. Im *siebten* Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse so zusammengefasst, dass eine Art Checkliste zur Organisation politischer Kampagne entsteht. Abgerundet wird das *MASS* durch ein Glossar, einen Index und ein kommentiertes Literaturverzeichnis.

1. Ziele des MASS

Wer erfolgreich und effektiv Politik beeinflussen und Gesellschaft verändern will, benötigt adäquates Wissen über die Funktionsweise der dafür relevanten gesellschaftlichen Teilsysteme (z.B. Öffentlichkeit, politisches System, etc.) und ebenso Wissen darüber, wie sich diese Teilsysteme beeinflussen lassen. Natürlich verfügt jedeR, die/der sich politisch engagiert, zumindest über ein alltagsweltliches Verständnis dieser Fragen. Diese Alltagstheorien sind handlungsleitend, auch wenn sich Aktive vielfach darüber nicht bewusst sind. Deshalb wird in der Regel weder bei der Planung von politischen Kampagnen noch bei ihrer Auswertung auf wissenschaftliche Erkenntnisse zurückgegriffen. Kampagnen werden folglich aus dem Bauch heraus geplant und in der Auswertung werden die Gründe für Erfolg oder Misserfolg einer Kampagne mehr willkürlich als systematisch ermittelt. Je erfahrener die beteiligten Menschen, desto mehr stimmen sie in der Regel mit Schlussfolgerungen aus der sozialwissenschaftlichen Bewegungs- und Protestforschung überein. Aber natürlich würde auch für „alte Hasen“ der Vergleich ihrer teils unbewussten handlungsleitenden Theorien mit sozialwissenschaftlichen Theorien einen Gewinn bedeuten.

Der beste Beleg für den potentiellen Nutzen wissenschaftlicher Erkenntnisse für die Durchsetzung von politischen Interessen ist, das Ausmaß in dem insbesondere Wirtschaft und Politik¹ auf diese zurückgreifen. Die von James Coleman² aufgedeckte Asymmetrie in der Nutzung von Wissenschaft für das Handeln von kollektiven Akteuren und Individuen scheint sich auch auf soziale Bewegungen zu beziehen: Während Unternehmen, Interessenverbände und Parteien die Wissenschaft zum Macherhalt und zur Durchsetzung ihrer Interessen nutzen, machen Individuen und soziale Bewegungen nur sehr sporadisch davon Gebrauch. Damit versäumen es soziale Bewegungen unter anderem, aus ihrer eigenen Geschichte zu lernen. Was im Jahre 1979 Frances Fox Piven und Richard A. Cloward bezüglich verschiedener sozialer Bewegungen³ in den USA dargelegt haben, gilt auch heute noch unverändert für die meisten Bewegungen: Es geht darum zu verstehen, wie die Zusammenhänge zwischen den Strategien sozialer Bewegungen, dem politischen und gesellschaftlichen Kontext und den Reaktionen auf diese Bewegungen sind. Während die Forschung über soziale Bewegungen die Grundlage für ein solches Unterfangen bieten würde, gibt es bisher kaum Versuche, dieses

¹ Vergleiche Forschungsjournal *Neue Soziale Bewegungen: Ratlose Politiker – hilflose Berater. Politikberatung in Deutschland*, 12. Jg., Heft 3/1999.

² Coleman, James (1982): *The Asymmetric Society*. Syracuse, NY.: Syracuse University Press.

³ Piven, Frances Fox und Richard Cloward (1979): *Poor People's Movements: Why they Succeed, How They Fail*. New York: Vintage. S. XXf.

Potential zu nutzen. Somit fehlt sozialen Bewegungen der Zugang zu den Erfahrungen und Einsichten, die die Analyse ihrer eigenen Geschichte hervorbringen würde.

Im Rahmen des Handbuches sollen deshalb Teile der sozialwissenschaftliche Literatur zu sozialen Bewegungen⁴ und Politikwandel⁵ so aufgearbeitet werden, dass es Aktiven möglich ist, sich mit relativ geringem Aufwand die wichtigsten Einsichten und Theorien über den Erfolg bzw. das Scheitern sozialer Bewegungen anzueignen. Damit wird das *MASS* dazu beitragen, die Erfolgchancen ihrer zukünftigen politischen Arbeit zu erhöhen. Ein Handbuch, das dies leisten kann, ist bislang zumindest im deutschen und englischen Sprachraum nicht verfügbar. Das *MASS* ist damit das erste Handbuch, das ein realitätsnahes theoretisches Verständnis über den Erfolg politischer Kampagne als Ausgangspunkt für umfassende Überlegungen zur effektiven Organisation politischer Kampagnen nimmt. Damit wird nicht bestritten, dass es bereits eine ganze Reihe von Handbüchern zu vielen Aspekten politischen Engagements wie Pressearbeit, Seminarorganisation, Aktionsplanung oder Fundraising gibt⁶. Der Vorteil dieser Handbücher ist zugleich ihre entscheidende Schwäche: Sie beschreiben detailliert, wie einzelne Elemente politischer Kampagnen aussehen, geplant und durchgeführt werden, aber meist ohne diese Elemente in einen umfassenderen theoretischen Kontext zu stellen, der erlaubt, die Sinnhaftigkeit einzelner Elemente in bestimmten Situationen zu beurteilen. Zum Beispiel ist es ohne Frage von Vorteil zu wissen, wie ein Lobbying-Gespräch durchgeführt werden sollte. Was aber hilft dies, wenn eine öffentlichkeitswirksame Demonstration das wirkungsvollere Mittel gewesen wäre?

Auch ein simples Zusammenstellen wissenschaftlicher Publikationen kann ein Handbuch wie das *MASS* nicht ersetzen. *Erstens* sind diese Arbeiten für einen anderen Zweck geschrieben worden, d.h. Fragen und Einsichten, die unmittelbar interessant für politisch Aktive sind, tauchen, wenn überhaupt, nur am Rande auf. *Zweitens* verfügen die meisten Aktiven nicht

⁴ Für einen kurzen Überblick über die wichtigsten theoretischen Ansätze in der Bewegungsforschung und deren Anwendung siehe Kolb, Felix (1997): Der Castor-Konflikt oder das Comeback der Anti-AKW-Bewegung. In: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*, 10. Jg., Heft 3, S. 16-29 und umfangreicher auch Hellmann, Kai-Uwe und Ruud Koopmans (Hrsg.) 1998: Paradigmen der Bewegungsforschung. Entstehung und Entwicklung von neuen sozialen Bewegungen und Rechtsextremismus. Opladen: Westdeutscher Verlag.

⁵ Leider sind Arbeiten, die Theorien sozialer Bewegungen mit Ansätzen aus der »Policy«-Forschung kombinieren eine Seltenheit. Für eines der wenigen Beispiele siehe Burstein, Paul (1999): *Social Movements and Public Policy*. In: Marco Giugni, Doug McAdam, und Charles Tilly (eds.): *How Movements Matter?* Minneapolis: University of Minnesota Press

⁶ Für einige Beispiele siehe Institut für Ökologie (Hrsg.): *Aktionsmappe Umwelt*, Niederaula ; Bobo, Kim et al. (1991): *Organizing for Social Change. A Manual for Activists in the 1990s*. Sven Locks Press; Haibach, Marita (1996): *Fundraising: Spenden, Sponsoring, Stiftungen. Ein Wegweiser für Vereine, Initiativen und andere Nonprofit-Organisationen*. Frankfurt/New York: Campus; Sperling, Carsten et al. (1995): *Das Buch zum Auftakt. Erfahrungsschatz eines Umweltfestivals mit Sternradtouren und anderer Jugendumweltprojekte*. Bremen: Eigenverlag; N.N. (1997): *Road Raging. Top Tips for Wrecking Roadbuilding*, Eigenverlag.

über die zur Lektüre wissenschaftlicher Arbeiten notwendige Zeit. Über den begrenzten unmittelbaren Nutzen der Bewegungsforschung für die politische Praxis sind sich die VertreterInnen der Bewegungsforschung durchaus bewusst, wie folgendes Zitat des amerikanischen Bewegungsforschers David S. Meyer illustriert:

„Zu oft bauen die Arbeiten von Wissenschaftlern auf Erfahrungen von Aktivisten auf, die dann in den akademischen Diskurs übersetzt werden, der weit weg von den Sorgen und Nöten ist, die soziale Bewegungen hervorbringen, und der wenig bietet für die, die sich in sozialen Bewegungen engagieren. [...] Wir müssen wichtige Fragen stellen und versuchen, diese zu beantworten. Fragen, deren Antworten Menschen helfen, die Welt besser zu machen.“⁷

Ziel des MASS ist, diese Fragen zu stellen, Antworten auf diese Fragen zu finden und diese verständlich zu präsentieren. Damit leistet das MASS eine Übersetzungsarbeit von Wissenschaft zu politischer Praxis, die bislang fehlt.

Die Notwendigkeit eines Handbuchs, wie des MASS, wird durch die Tendenz verschleiert, dass im Mittelpunkt des öffentlichen wie des wissenschaftlichen Interesses fast nur erfolgreiche Kampagnen, Aktionen und Projekte stehen. Die Regel ist um so erfolgreicher um so mehr Aufmerksamkeit. Dadurch wird verdeckt, dass diese Erfolge nur einen kleinen Teil der politischen Realität ausmachen. Viele Initiativen ersticken im Keim und treten nie in das Licht der Öffentlichkeit – teilweise weil den Menschen, die sich in diesen Projekten engagierten, grundlegendes Wissen fehlte, um politisch erfolgreich agieren zu können.

Die Arbeit der amerikanischen Politikwissenschaftlerin Lee Ann Banaszak⁸ über Einführung des Frauenwahlrechts in den USA und der Schweiz belegt, dass das Wissen der beteiligten Menschen für den Erfolg oder das Scheitern politischer Kampagnen verantwortlich sein kann. Ausgangspunkt ihrer Argumentation ist, dass obwohl die Schweiz wie auch die USA frühe Demokratien und zudem föderale Staaten sind, die Zeitpunkte der Einführung des Frauenwahlrechts aber extrem variieren. Während das Frauenwahlrecht auf Bundesebene in den USA 1920 eingeführt wurde, dauerte dies in der Schweiz bis 1971. In beiden Ländern gab es über viele Jahrzehnte hinweg Frauenbewegungen, die für die Einführung des Frauenwahlrechts stritten. Banaszak vergleicht die Ressourcen und den politischen Kontext beider Bewegungen und kommt zu dem Schluss, dass obwohl die strukturellen Bedingungen in den USA

⁷ Meyer, David S. (1998): Opportunities and Identities. Bridge-Building in the Study of Social Movements. unpublished Paper. New York. S. 22f.; Übersetzung Felix Kolb.

besser waren, diese die Unterschiede nicht vollständig erklären können. Sie argumentiert vielmehr, dass die Bewegung in der Schweiz viele Strategien, die in den USA aber auch in einigen Schweizer Kantonen erfolgreich waren, nicht systematisch genutzt hat. Zu diesen Strategien gehören Lobbying, konfrontative Taktiken und die Nutzung von Referenden. Hauptgrund für die unterschiedliche Nutzung der möglichen Strategien waren nach Banaszak erstens der Kontext der Bewegungen und deren Struktur. Die Frauenbewegung in den USA war sowohl intern als auch mit anderen sozialen Bewegungen – vor allem mit der Bewegung zur Einführung des Wahlrechts für Schwarze, von der sie viele Strategien übernahm – gut vernetzt. In der Schweiz dagegen existierte keine überregionale Vernetzung. Kontakt bestand vor allem mit der sozialdemokratischen Partei und den Kirchen, die der Frauenbewegung mehr schaden als halfen. Es spricht vieles dafür, dass ein reflexiverer Umgang der Schweizer Frauenbewegung mit ihren Erfolgen und Misserfolgen, wie ihn ein Handbuch wie das MASS fördert, der Frauenbewegung zu einer erfolgreicherer Strategie verholfen hätte. Dies ist nur ein Beispiel von vielen. Die Analyse der Aktivitäten zeitgenössischer sozialer Bewegungen fördert weitere zu Tage. So waren die Misserfolge der US-amerikanischen Umweltbewegung während der Präsidentschaft von Bill Clinton nicht unausweichlich, sondern resultierten aus fundamentalen taktischen Fehlern.⁹

Zusammenfassend kann festgehalten werden: *Dem MASS liegt die Idee zugrunde, dass durch die Berücksichtigung wissenschaftlicher Forschung in der politischen Praxis die Erfolgchancen von Bürgerinitiativen, Verbänden und sozialen Bewegungen vergrößert und eine Reihe unnötiger Fehler vermieden werden könnten. Im Rahmen des MASS soll die vorhandene Literatur aufgearbeitet sowie Einsichten klar strukturiert und verständlich wiedergegeben werden.*

⁸ Banaszak, Lee Ann (1996): *Why Movements Succeed or Fail: Opportunity, Culture, and the Struggle for Women Suffrage*. Princeton: Princeton University Press.

⁹ Vgl. Shaw, Randy (1996): *The Activist's Handbook. A Primer of the 1990s and Beyond*. Berkeley: University of California Press, Seiten 58-80

2. Gliederung und Inhalt des MASS

Auf den folgenden Seiten wird die Struktur des Handbuchs und die wichtigsten Themen, die dort behandelt werden, vorgestellt. Aus Platzgründen sind diese Zusammenfassungen sehr kompakt. Im *MASS* wird zudem einer ausführlichen, verständlichen und lebendigen Entwicklung dieser und weiterer Gedanken höchste Priorität eingeräumt. Das *MASS* wird im Taschenbuchformat erscheinen und wird einen Umfang von 200-250 Seiten haben. Das *MASS* ist dabei in sieben Kapitel unterteilt. Am Ende eines jeden Kapitels werden die wichtigsten Ergebnisse in Form von Thesen nochmals zusammenfasst. Zusätzlich werden alle komplexeren Zusammenhänge und Argumentationen in Schaubildern graphisch dargestellt. Um die vorgestellten Ideen anschaulicher zu machen, werden diese anhand vieler Beispiele illustriert. Zum einen sind die Beispiele – die insbesondere aus der Geschichte der Anti-AKW-Bewegung, der amerikanischen Bürgerrechtsbewegung und der Frauenbewegung stammen – unmittelbar in die Kapitel integriert. Zum anderen wird es ein Kapitel mit einer ausführlichen Darstellung neuerer Kampagnen geben, u.a. des Widerstandes gegen die Castor-Transporte, der Proteste gegen den Bombenabwurfplatz in Wittstock, und der Kampagne gegen den Start der Verhandlungen zur sogenannten WTO-Millennium Round in Seattle. Im folgenden werden die Gliederung und die wichtigsten Inhalte des *MASS* skizziert.

Kapitel 1: Ein Modell des Erfolgs politischer Kampagnen

Zu Beginn des ersten Kapitels wird – anknüpfend an den ersten Abschnitt dieser Projektskizze – auf die Möglichkeiten, den Anspruch und die Grenzen des *MASS* eingegangen werden. Zwar steht *MASS* für »**M**ovement **A**ction **S**uccess **S**trategy« aber natürlich kann auch das Verfolgen der dort dargelegten Strategien einen Erfolg nicht garantieren. Außerdem wird in diesem Kapitel darauf eingegangen, dass sich das *MASS* gleichzeitig an Aktive in Bürgerinitiativen, Verbänden und sozialen Bewegungen richtet. Während es erhebliche Unterschiede zwischen diesen verschiedenen Formen politischen Engagements gibt, teilen doch alle eine Gemeinsamkeit, die sich das *MASS* zu Nutze machen wird: Die politische Arbeit wird bei allen Dreien im wesentlichen in Form von Kampagnen organisiert.¹⁰ D.h. eine oder auch mehrere Organisationen entschließen sich, für einen bestimmten Zeitraum mit Hilfe verschiedener Techniken und Aktionsformen auf die Erreichung eines bestimmten politischen Zieles hinzuwirken.

¹⁰ vgl. Greven, Michael (1995): Kampagnenpolitik. In: *Vorgänge*, Nr. 4, S. 40-54.

Den größten Raum wird aber die Einführung des eigentlichen MASS-Modells einnehmen.¹¹ Dieses Modell versucht zu beantworten, wie, warum und unter welchen Bedingungen politische Kampagnen politische Entscheidungen beeinflussen können.¹² Dieses Modell ist bildlich gesprochen das Rückgrat des Handbuches. Die ausführliche Diskussion der komplexen Ursachen des politischen Erfolgs von Kampagnen wird sich anhand dieses Modells und seiner vier zentralen Bestandteile durch das gesamte Handbuch ziehen.

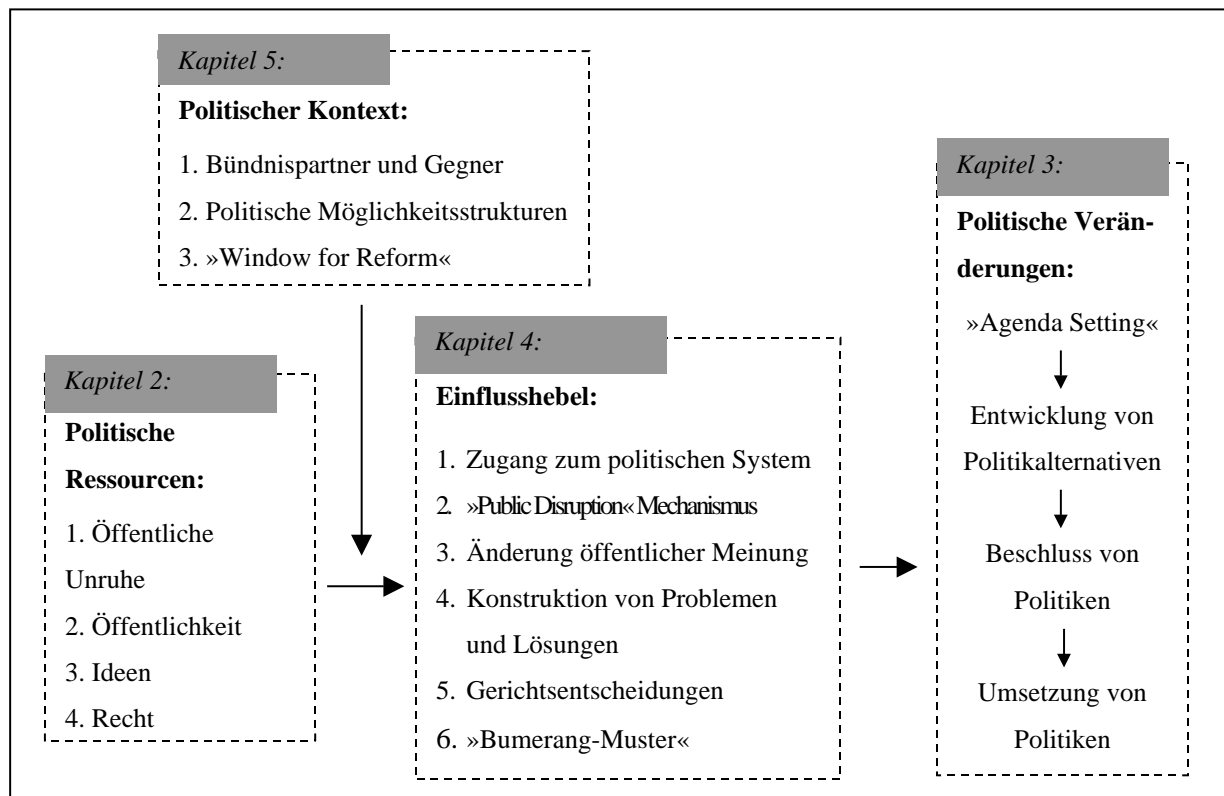


Abbildung 1: Das MASS-Modell. Politische Kampagnen und politischer Wandel

Hier kann das Modell nicht ausführlich beschrieben und angewandt werden statt dessen werden seine Grundideen nur kurz skizziert. Das Modell besteht aus vier Bausteinen, denen sich jeweils ein komplettes Kapitel des Handbuches ausführlich widmen werden. *Erstens* wird

¹¹ Bei dem Modell handelt es sich um die Weiterentwicklung eines theoretischen Rahmens zur Analyse der politischen Folgen sozialer Bewegungen, der im Rahmen einer Diplom-Arbeit entwickelt wurde. vgl. Kolb, Felix (2000): *Social Movements and Policy Outcomes*. unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität Bremen.

¹² Idealtypisch betrachtet können soziale Bewegungen bzw. politische Kampagnen auf drei unterschiedlichen Pfaden sozialen Wandel herbeiführen. Wobei in der Realität meistens Mischformen auftreten. Trotzdem hilft eine analytische Unterscheidung dabei, die Funktionsweise und Vorbedingungen der verschiedenen Pfade zu verstehen.

- Politische Kampagnen können auf die Beeinflussung des politischen System zielen, um von ihm eine allgemein verbindliche Regelung eines Problems in ihrem Sinne zu fordern.
- Politische Kampagnen können versuchen, die gesellschaftlichen Akteure, von denen sie eine Verhaltensänderung verlangen, auch direkt zu beeinflussen. Zum Beispiel dadurch, dass durch Boykotte oder Streiks, die Kosten für ein bestimmtes Verhalten so in die Höhe getrieben werden, dass sich dieses nicht mehr lohnt.
- Politische Kampagnen können aber auch direkt an Individuen ansetzen. D.h. sie können auf die Veränderung ihrer Einstellungen und Handlungsweisen zielen.

angenommen, dass die Aktivitäten politischer Kampagnen im wesentlichen eine oder mehrere von vier verschiedenen politischer Ressourcen mobilisieren können. *Zweitens* wird angenommen, dass der politische Prozess aus vier verschiedenen Stufen besteht. Politische Kampagnen können auf einer oder mehrerer dieser Stufen einen Einfluss haben. Unterschiedliche politische Ressourcen sind mehr oder weniger geeignet, eine dieser Stufen zu beeinflussen. *Drittens* werden sechs unterschiedliche Pfade identifiziert, die erklären, warum bestimmte Aktivitäten politischer Kampagnen bestimmte Stufen des Politikprozesses auf verschiedene Weise beeinflussen können. *Viertens* werden drei wichtige Bestandteile des politische Kontextes eingeführt. Sie bestimmen, wie groß die Wahrscheinlichkeit ist, dass bestimmte politische Ressourcen zu den gewünschten Veränderungen führen. Aufbauend auf diesem theoretischen Modell werden weiterhin die Ergebnisse der wichtigsten wissenschaftlichen Studien zum politischen Erfolg sozialer Bewegungen vorgestellt und diskutiert.¹³

Kapitel 2: Die politischen Ressourcen von Kampagnen

Politische Kampagnen können ihre Taktiken aus einem großen Repertoire bekannter Aktionsformen auswählen. Zu diesem Repertoire gehören Demonstrationen, Kundgebungen, Blockaden, Pressemitteilungen, Untersuchungen, Fundraising, Unterschriftensammlungen, Lobby-Gespräche, Flugblätter und vieles mehr. Diese Vielfalt von Möglichkeiten täuscht darüber hinweg, dass es bei all diesen Aktionsformen lediglich darum geht eine der wenigen zentralen politischen Ressourcen, die sozialen Bewegungen, Bürgerinitiativen und Verbänden offen stehen zu mobilisieren. Dass *MASS* schlägt vier verschiedene dieser Ressourcen vor:

1. Die Mobilisierung von öffentlicher Unruhe
2. Die Mobilisierung von Öffentlichkeit
3. Die Mobilisierung von Ideen und Informationen
4. Die Mobilisierung des Rechts

Ob, wie viel und welche dieser Ressourcen eine politische Kampagne mobilisieren kann, hängt natürlich von ihrer Stärke ab. Diese Stärke wiederum ist primär das Resultat von zwei anderen Variablen: *Erstens*, der Effektivität der Organisation der Kampagne und *zweitens* die

¹³ u.a. Knopf, Jeffrey W. (1998): *Domestic society and international cooperation. The impact of protest on US arms control policy*. Cambridge: Cambridge University Press; Banaszak, Lee Ann (1996): *Why Movements Succeed or Fail: Opportunity, Culture, and the Struggle for Women Suffrage*. Princeton: Princeton University Press; Gamson, William A. (1975): *The Strategy of Social Protest*. Homewood, IL: Dorsey Press; Piven, Fox Frances und Richard Cloward (1979): *Poor People's Movements: Why they Succeed, How They Fail*. New York: Vintage.

Anzahl und die Bereitschaft von Menschen, sich an der Kampagne zu beteiligen. Beiden Komplexen wird sich dieses Kapitel widmen.

Die Organisation politischer Kampagnen

Zunächst zur Frage der effektiven Kampagnenorganisation. In diesem Abschnitt geht es darum zu zeigen, wie politische Kampagnen so angelegt werden können, dass sie dem Ideal einer lernenden Organisation entsprechen und damit unter den gegebenen Voraussetzungen am effektivsten arbeiten können. Kernpunkt ist dabei das Entwickeln der Fähigkeit zur Meta-Kommunikation und Selbstreflexion und einer Kultur innerhalb der Kampagne, die ständiges Lernen möglich macht.¹⁴ Im Laufe dieses Abschnittes sollen dabei v.a. folgende vier Punkte entwickelt werden:

1. Viel Energie und Kraft geht in politischen Zusammenhängen durch die unzureichende Aufarbeitung und Lösung von Problemen verloren, die aus Gruppendynamischen Prozessen resultieren. Vermeintlich private Konflikte auszutragen, zahlt sich, wenn sie konsequent und zielorientiert angegangen werden, meistens durch eine höhere Effizienz und Effektivität der Kampagne wieder aus.
2. Politische Kampagnen müssen drei verschiedenen Anforderungen gleichzeitig genügen. Sie müssen *erstens* ihre Ziele effektiv verfolgen. Sie müssen *zweitens* Mitglieder und UnterstützerInnen rekrutieren. Und sie müssen *drittens* eine gewisse Repräsentation der Interessen dieser Mitglieder oder UnterstützerInnen gewährleisten. Dabei zeigt sich, dass es extrem schwierig ist, alle drei Ziele gleichzeitig zu verfolgen.¹⁵ Ein Weg um diesem strategischen Dilemma langfristig zu entkommen, ist eine funktionale Aufgabenteilung zu entwickeln.
3. Die Ermittlung der für die Kampagne notwendigen Ressourcen und deren Mobilisierung sind zentrale Voraussetzungen für den Erfolg einer Kampagne. Innerhalb vieler Kampagnen wird Fundraising vernachlässigt, so dass viele notwendige Aktivitäten nur teilweise oder gar nicht durchgeführt werden können. Oft sind es ideologische Gründe, die ein effektives Fundraising verhindern und nicht der Mangel an potentiellen SpenderInnen.¹⁶ Allerdings ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass eine Abhängigkeit von Stiftungen

¹⁴ vgl. Britton, Bruce (1998): The Learning NGO. Oxford: Occasional Papers Series Number 17. INTRAC.

¹⁵ Wiesenthal, Helmut (1993): Akteurkompetenz im Organisationsdilemma. In: *Berliner Journal für Soziologie*, S. 3-18.

¹⁶ vgl. McCarthy, John D, und Mayer Zald (1977): Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. In: *American Journal of Sociology*, Jg. 82, S. 1212-1241

und/oder SpenderInnen dazu führen kann, dass die Kampagne auch ihre politische Unabhängigkeit verliert.

4. In politischen Kampagnen engagieren sind immer wieder Menschen, die in erster Linie auf der Suche nach Kontakt sind und die politisches Engagement als alternative Form der Freizeitgestaltung betrachten. Auch wenn dies auf der einen Seite begrüßenswert ist, besteht die Gefahr, dass politische Kampagnen durch die übertriebene Berücksichtigung von Selbstverwirklichungswünschen dieser Aktiven einen erheblichen Teil ihrer Organisationskraft verlieren.

Die Mobilisierung von Menschen

Zu kaum einen Thema gibt die Bewegungsforschung so viel her, wie zu der Frage, warum sich Menschen zu politischen Aktivitäten oder deren Unterstützung mobilisieren lassen. In diesem Abschnitt wird es darum gehen, die wichtigsten Ansätze vorzustellen, ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede herauszustellen und in einem kohärenten Modell zu verbinden. Ziel des *MASS* ist auch, zu zeigen, dass es keinen grundsätzlichen Unterschied zwischen den Gründen gibt, warum manche Menschen selbst an Aktionen teilnehmen, während es andere vorziehen, Geld zu spenden. Die Frage warum und welche Beiträge Menschen zum Gelingen einer politischen Kampagne beitragen, lässt durch den Einfluss und die Wechselwirkung der folgenden drei Faktoren untersuchen:¹⁷

1. *Unzufriedenheit*: Offensichtlich spielt es eine wesentliche Rolle für die Bereitschaft zu protestieren oder eine politische Kampagne anderweitig zu unterstützen, wie hoch der Grad der Unzufriedenheit mit einem gesellschaftlichen Misstand ist.
2. *Wahrgenommener Einfluss*: Ob sich Menschen für Proteste – in welcher Form auch immer – finden lassen, hängt auch davon ab, ob sie glauben, dass sich ihr Einsatz lohnt. Dazu muss einerseits der Kampagne eine gewisse Erfolgchance beigemessen werden und andererseits muss jedes Individuum glauben, auch einen Beitrag zu diesem Erfolg leisten zu können.

Ob allerdings die Mobilisierung abnimmt, wenn die Forderungen einer Kampagne teilweise erfüllt wird und somit die Unzufriedenheit sinkt, hängt von der Beurteilung des Erfolgs ab. Wenn in den Massenmedien vermittelt wird: „O.k. das war es jetzt, mehr kann nicht erreicht werden!“, wird die Mobilisierung abnehmen. Ist der Tenor dagegen „Bürge-

¹⁷ vgl. Opp, Karl-Dieter (1993): Politischer Protest als rationales Handeln. In Bern-Thomas Ramb und Manfred Tietzel (Hrsg.): *Ökonomische Verhaltenstheorie*. München: Vahl, S. 207-246

rInnen können etwas bewegen!“, ist eine Zunahme der Proteste wahrscheinlich.

Daraus folgt auch, dass die Zielfestlegungen einer Kampagne in der Regel zwei entgegengesetzten Anforderungen genügen müssen: *Einerseits* müssen die Ziele relativ hoch gesteckt werden, um überhaupt Menschen zur Teilnahme motivieren zu können. Und *andererseits* müssen die Ziele so realitätsbezogen gewählt sein, dass ein Misserfolg nicht bereits vorprogrammiert ist.¹⁸

3. *Negative und positive selektive Anreize*: Damit sind die Vor- und Nachteile – oder in der Sprache der Ökonomie: die Kosten und Nutzen – gemeint, die unmittelbar mit der Teilnahme an den Protesten verbunden sind. Zu den Kosten gehören insbesondere die Folgen der Repression, deren Wahrscheinlichkeit und Härte natürlich von den politischen Rahmenbedingungen ebenso wie von der Protestform abhängt. Zu den Vorteilen gehört der Erlebnisaspekt von Protest und die Bestätigung durch das soziale Umfeld.

In aller Regel ist es nicht möglich, einen hohen Grad der Protestmobilisierung und/oder Unterstützung für eine politische Kampagne über einen sehr langen Zeitraum aufrechtzuerhalten. D.h. Protest tritt in aller Regel zyklisch auf, was in der Bewegungsforschung mit dem Begriff der Mobilisierungswellen bezeichnet wird. Die Mobilisierungsdynamik in Deutschland ist in nebenstehender Grafik abgebildet. Die politischen Erfolgchancen einer politischen Kampagne variieren mit dem Zeitpunkt des Auftretens in der allgemeinen Protestwelle.¹⁹ Diese Zusammenhänge werden anhand der Anti-AKW-Bewegung ausführlicher behandelt.

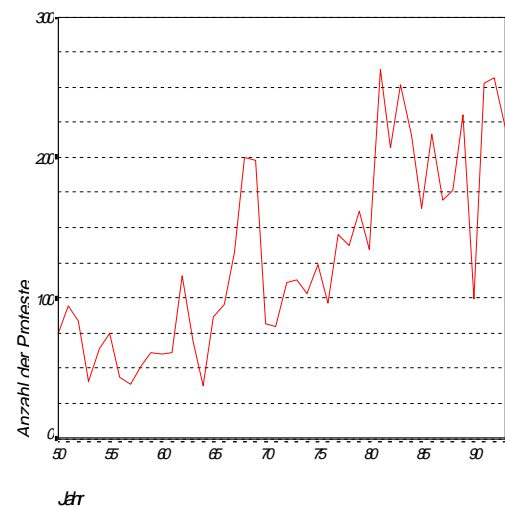


Abbildung 1: Politische Proteste in der BRD zwischen 1950 und 1993. Quelle: PRODAT

Fassen wir zusammen: Um einen politischen Einfluss zu gewinnen, muss jede politische Kampagne eine oder mehrere der grundlegenden politischen Ressourcen mobilisieren. Inwieweit ihr dies gelingt, hängt wiederum ab von der Effektivität ihrer internen Organisation und

¹⁸ Bei der Frage der Definition des Erfolgs sind zwei weitere Punkte von Bedeutung: *Erstens* sollte der Bezugspunkt für die Erfolgsbestimmung sollte nicht allein der Vergleich von Ziel und eingetretener Realität, sondern auch die Abschätzungen sein, wie die Welt ohne die Kampagne aussehen würde. *Zweitens*, sollte jede Kampagne und soziale Bewegung sollte eine Definitionsmacht über die Frage, was ihre Aktivitäten erfolgreich macht bzw. gemacht hat anstreben und ggf. verteidigen.

¹⁹ vgl. Tarrow, Sidney (1991): Kollektives Handeln und politische Gelegenheitsstruktur in Mobilisierungswellen: Theoretische Perspektiven. In: *KZfSS*, Jg. 43, S. 647-670

dem Ausmaß Menschen für Unterstützung – in welcher Form auch immer – der politischen Kampagne zu mobilisieren.

Kapitel 3: Der Politikprozess

Oft werden Erfolg und Scheitern einer politischen Kampagne ausschließlich daran festgemacht, ob die aufgestellten Forderungen politisch durchgesetzt werden konnten oder nicht. Da die Wahrnehmung des politischen Prozesses durch AktivistInnen vor allem von der Berichterstattung der Massenmedien bestimmt wird, die ihre Aufmerksamkeit wiederum auf nur einen sehr kleinen Teil des Prozesses – nämlich auf die formale Beschlussfassung im Bundestag, Stadtrat, Kreistag, Bundesrat, Bundeskabinett, etc. – konzentrieren, ist dieses Vorgehen zunächst verständlich. Es ist aber aus zwei Gründen wenig zweckmäßig: *Erstens* wird damit Enttäuschung und das Gefühl versagt zu haben unnötig gefördert. *Zweitens* wird dieses Vorgehen der Realität eines demokratischen Politikprozesses nicht gerecht.

Verschiedene Politikwissenschaftler haben zeigen können, dass der Politikprozess aus mindestens vier relativ von einander unabhängigen Teilprozessen besteht²⁰. Das MASS unterscheidet deshalb zwischen folgenden Schritten im Politikprozess:

1. »**Agenda-Setting**«: Der Prozess durch den Themen zur Bearbeitung auf die politische Tagesordnung kommen.
2. **Entwicklung von Politik-Alternativen**: Der Prozess durch den verschiedene Alternativen zur Lösung des Problems entwickelt, modifiziert und verworfen werden.
3. **Beschluss von Politiken**: Der Prozess durch den eine der Politik-Alternativen schließlich herausgegriffen wird und von den entsprechenden parlamentarischen Gremien verabschiedet wird.
4. **Umsetzung von Politiken**: Allein die formale Verabschiedung eines Gesetzes garantiert in keiner Weise, dass es in der Realität angewendet wird bzw. die gewünschte Wirkung entfaltet.

Es ist ein weit verbreiteter Glaube, dass der Politikprozess immer diesem Muster in seinem zeitlichen Verlauf folgt. Teilweise laufen diese Teilprozesse voneinander unabhängig. Wenn z.B. wie jüngst geschehen nach einem Schul-Massaker einige Bundesstaaten in den USA beschließen wieder Bibelzitate in den Schulen aufzuhängen, um Gewalt vorzubeugen wird dies offensichtlich. Niemand wird ernsthaft erwarten, dass Bibelzitate zur Gewaltprä-

²⁰ vgl. z.B. Kingdom, John (1984): *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. Boston: Little, Brown.

vention taugen. Aber für konservative Politiker stellte das Massaker einen guten Anlass dar, ihre schon lange gehegten Pläne umzusetzen.

Dass der Politikprozess in vier Schritte unterteilt gedacht werden kann, hat natürlich Folgen für die Strategieentwicklung politischer Kampagnen: *Erstens* muss geklärt werden, welche der Stufen des Politikprozesses beeinflusst werden sollen, und *zweitens* muss geklärt werden, mit welcher Taktik dies geschehen soll. Auf manche der Teilprozesse ist leichter Einfluss nehmen als auf andere und nicht jede der vier politischen Ressourcen und damit der Taktiken ist gleichgut geeignet, auf jede der vier Stufen Einfluss zunehmen.

Kapitel 4: Sechs Wege zu politischer Veränderung

Der Inhalt der beiden vorangegangenen Kapitel lässt sich in drei Punkten zusammenfassen: *Erstens*, politische Kampagnen können vier verschiedene politische Ressourcen mobilisieren. *Zweitens*, der Politikprozess besteht aus vier verschiedenen zumindest manchmal von einander relativ unabhängigen Schritten. *Drittens*, diese Stufen zu beeinflussen ist unterschiedlich schwierig und unterschiedliche Ressourcen sind mehr oder weniger gut geeignet bestimmte der Stufen zu beeinflussen. Welche Ressourcen zu welche Stufen passen und welche nicht und warum, ist das zentrale Thema dieses Kapitels. Hierbei werden sechs unterschiedliche Wege vorgestellt, die erklären, wie politische Kampagnen Veränderungen des Politikprozesses bewirken können. Diese Wege zu analysieren und ihre spezifischen Stärken und Schwächen aufzuzeigen ist ein komplexes Unterfangen und wird im MASS viel Platz einnehmen. Die folgende Darstellung muss deshalb skizzenhaft bleiben.

1. *Zugang zum politischen Prozess*: Politischen Kampagnen kann es passieren, dass die Umsetzung ihrer konkreten politischen Forderungen abgelehnt wird, aber dass ihnen alternativ Zugänge zum politischen Prozess angeboten werden – quasi als Ausdruck der Legitimität der von ihnen vertretenen gesellschaftlichen Interessen.²¹ Diese Entwicklung lässt zwei gegensätzliche Lesarten zu: *Einerseits* kann dies als geschickter Versuch der politischen Eliten zur Integration und Neutralisierung des kritischen Potentials einer Bewegung angesehen werden – eine Interpretation, die sich aufdrängt, wenn mensch sich die Praxis der Verbandsbeteiligung nach §29 Bundesnaturschutzgesetz betrachtet. *Andererseits* kann diese Integration langfristig Einflussmöglichkeiten erschließen, die zukünftige Politikergebnisse nachhaltig beeinflusst – eine Interpretation die nahe liegt, wenn mensch die po-

²¹ Vgl. Rochon, Thomas R. and Daniel A. Mazmanian (1993): Social Movements and the Policy Process. In: *ANNALS* 528: S. 75-87

sitiven Folgen einer erhöhten Präsenz von Frauen oder Minderheitengruppen in Parlamenten betrachtet.

2. *Mobilisierung öffentlicher Unruhe*: Wenn politische Kampagnen durch ihre Aktivitäten in der Lage sind die öffentliche Ordnung und damit das Funktionieren grundlegender gesellschaftlicher Institutionen zu stören, kann dies PolitikerInnen zu politischen Zugeständnissen zwingen.²² Die Erfolge der Anti-AKW-Bewegung sind eines der anschaulichsten Beispiele für diesen Weg zu politischer Veränderung. Allerdings demonstriert dieses Beispiel auch die Beschränkung dieser Strategie: Die Reaktionen der politischen Eliten, die mit massiver öffentlicher Unruhe konfrontiert sind, zielen in erster Linie auf die Befriedung des Konflikts, was nicht nur durch die Erfüllung der Forderungen der ProtestiererInnen erreicht werden kann. Die Idee an allen Kraftwerksstandorten dezentrale Zwischenlager einzurichten, um so Castor-Transporte zu vermeiden ist ein Beispiel. Weil die Anti-AKW-Bewegung Schwierigkeiten hat jenseits von Castor-Transporten Protest zu organisieren, schwächt sie diese Entscheidung, ohne sie ihrem Ziel - der Stilllegung aller Atomanlagen - näher zu bringen.
3. *Veränderung öffentlicher Meinung*: Aufgrund ihres dominanten Interesses wiedergewählt zu werden, richten alle PolitikerInnen ihre Programme und ihr Handeln auch an der öffentlichen Meinung zu aktuellen Themen aus.²³ Damit bietet die Beeinflussung und Mobilisierung öffentlicher Meinung zu bestimmten Themen eine der wirkungsvollsten Möglichkeiten politischen Wandel herbeizuführen. Allerdings schränken insbesondere zwei Merkmale öffentlicher Meinung die Wirksamkeit dieses Weges erheblich ein: *Erstens* muß das Thema für viele Menschen so wichtig sein, dass es ihr Wahlverhalten zumindest potentiell beeinflusst. *Zweitens* sind die Einstellungen von Menschen zu komplexen politischen Themen so unspezifisch und verschieden, dass PolitikerInnen eine große Bandbreite von Möglichkeiten offen steht, auf die Themen zu reagieren. Ein gutes Beispiel von Macht und Beschränkung dieses Mechanismus ist die Umweltbewegung. *Einerseits* hat sie Umweltschutz zu einem zentralen gesellschaftlichen Wert befördert und ihm damit eine hohe Priorität in der Programmatik aller Parteien verschafft. *Andererseits* war sie oft nicht in der Lage – wie im Fall der Abfallpolitik (Stichwort: Duales System Deutschland) – diese generelle Stimmung in die Umsetzung wirklich progressiver Politikkonzepte umzumünzen.

²² Piven, Fox Frances und Richard Cloward (1979), a.a.O..

4. *Konstruktion von Problemen und Lösungen:* Welche gesellschaftlichen Umständen als politische Probleme, d.h. als illegitim und zudem veränderbar begriffen werden, ist eine soziale Konstruktion. Welche Lösungen es für diese Probleme gibt, hängt wiederum zu großen Teilen von der Definition des Problems ab.²⁴ D.h. politische Kampagnen können durch den gezielten Einsatz von Ideen und Informationen und das Entlarven von Mythen zu politischen Veränderungen beitragen. Ein Beispiel dafür ist der Erfolg der Frauenbewegung, das Thema sexuelle Gewalt umzuinterpretieren. Die Gefahr für Frauen und Kinder geht jetzt nicht mehr vom unbekanntem „Triebtätern“ aus, sondern die Täter sind meist Bekannte oder enge Familienmitglieder – vor allem Väter und Onkel. Dass Vergewaltigung in der Ehe mittlerweile Straftat ist, wäre ohne dieses Umdenken zumindest unwahrscheinlicher.²⁵
5. *Gerichtsentscheidungen:* Das Gerichtssystem in Deutschland funktioniert weitgehend unabhängig vom sonstigen politischen System. Damit birgt es die Möglichkeit, politische Entscheidungen juristisch zum Fall zu bringen – z.B. wenn sie dem Grundgesetz widersprechen – oder die Umsetzung von Politiken vor Verwaltungsgerichten zu behindern oder gerade durchzusetzen. So konnte die Verwirklichung des Atomprogramms in Deutschland durch juristische Aktivitäten so verzögert und verteuert werden, dass die ursprünglichen Planungen nie vollständig umgesetzt wurde und etliche Projekte aufgegeben werden mussten.²⁶
6. *Bumerang-Muster:* In Zeiten von Europäisierung und Globalisierung bildet der nationalstaatliche Rahmen nicht mehr den ultimativen Rahmen für politische Veränderung. Dies ist im Negativen in der breiten Öffentlichkeit durchaus bekannt, was sich z.B. an dem Diskurs über den »Standort Deutschland« zeigt. Aber beide Prozesse können auch Chancen für soziale Bewegungen bieten, die im nationalstaatlichen Rahmen ihre Forderungen nicht durchsetzen können. Diese können sich dann an internationale Institutionen – wie die Europäische Kommission oder das Europäische Parlament – wenden und versuchen,

²³ Stimson, James A., Michael B. MacKuen und Robert S. Erikson (1995): Dynamic Representation. In: *American Political Science Review* 89: S. 543-565.

²⁴ Schetsche, Michael (1996): *Die Karriere sozialer Probleme. Soziologische Einführung*. München, Wien: Oldenbourg.

²⁵ Vgl. Schetsche, Michael (1996), a.a.O..

²⁶ Kitschelt, Herbert (1986): Political Opportunity Structures and Political Protest: Anti-Nuclear Movements in Four Democracies. In: *British Journal of Political Science* 16: S. 57-85.

diese für ihre Anliegen zu gewinnen. Dieses Prinzip wurde von zwei amerikanischen Politikwissenschaftlerinnen als Bumerang-Muster bezeichnet.²⁷

Fassen wir zusammen: Die Frage warum sich politische Kampagnen in politischen Wandel umsetzen können, kann mindestens auf sechs verschiedene Weisen beantwortet werden. Sich diese Vielfalt an kausalen Möglichkeiten bewusst zu machen, ermöglicht ein wesentlich strategischeres und damit erfolgversprechenderes Vorgehen bei der Planung politischer Kampagnen. Es wird möglich, gezielt die Taktiken einzusetzen, die Erfolgsaussichten maximieren.

Kapitel 5: Der gesellschaftliche Kontext politischer Kampagnen

Politische Kampagnen finden immer vor dem Hintergrund einer historisch spezifischen Situation statt. Eine Strategie, die noch vor wenigen Jahren erfolgversprechend gewesen ist, kann schon wenige Jahre oder gar Monate später nutzlos sein. Die Planung einer Kampagne muss deshalb versuchen, ihre Strategie diesem Kontext anzupassen. Oft haben AktivistInnen aber Probleme, diese zeitliche Komponente in ihrem Denken und Handeln zu berücksichtigen.²⁸ Um die Analyse des gesellschaftlichen Kontext zu erleichtern, werden in diesem Kapitel drei Konzepte vorgestellt, die es ermöglichen, die politisch relevantesten Merkmale des gesellschaftlichen Kontextes zu analysieren. Dabei geht es *erstens* um die Bedeutung von Allianzen und die Stärke der politischen Gegner, *zweitens* um die Folgen von Europäisierung und Internationalisierung für politische Kampagnen und *drittens* um die Frage von günstigen und ungünstigen Zeitpunkten für politische Veränderungen.

Die Bedeutung von Allianzen und die Stärke der Gegner

Es mag wie eine Binsenweisheit klingen, aber trotzdem wird bei der Planung von politischen Kampagnen teilweise vergessen, dass die Erfolgchancen einer Kampagne auch wesentlich davon abhängen, wie stark die Unterstützung durch andere gesellschaftliche Akteure auf der einen Seite und wie stark die politischen Gegner auf der anderen Seite sind. Dass beide Faktoren einen relevanten Einfluß auf den Erfolg politischer Kampagnen haben, ist nicht nur plausibel, sondern auch vielfach in Untersuchungen festgestellt worden.²⁹ Deshalb wird es in diesem Abschnitt um Techniken zur Bildung breiter Allianzen und der dabei auftretenden

²⁷ Keck, Margaret E. und Kathryn Sikkink (1998): *Activists Beyond Borders. Advocacy Networks in International Politics*. Ithaca and London: Cornell University Press.

²⁸ Diese und weitere Probleme von Menschen im Umgang mit komplexen Systemen sind eindrucksvoll und leicht verständlich von Dietrich Dörner (1989): *Die Logik des Mißlinges. Strategisches Denken in komplexen Situationen*. Hamburg analysiert worden.

²⁹ Siehe zum Beispiel Huberts, Leo (1989): *The Influence of Social Movements on Government Policy*. In: Bert Klandermans (Hrsg.): *Organizing for Change: Social Movement Organizations in Europe and the United States*. Greenwich, CT: JAI Press.

Probleme gehen sowie um Möglichkeiten, eine starke Gegenmobilisierung von Beginn an möglichst zu verhindern.

Die Konsequenzen von Europäisierung und Internationalisierung

Jede Entscheidung über die Ausrichtung und die Themensetzung einer politischen Kampagne muss heute die veränderten und sich ständig verändernden Rahmenbedingungen berücksichtigen.³⁰ Mit diesen Rahmenbedingungen sind vor allen Dingen Mythos und Realität der sogenannten Globalisierung und die aus der Mitgliedschaft in der EU erwachsenden Souveränitätsverluste der europäischen Nationalstaaten gemeint. Vorrangiges Ziel ist es, hier einerseits zu zeigen, in welchen Politikbereichen die Europäische Integration tatsächlich nationalstaatliche Handlungsoptionen verringert und in welchen nicht, sowie die Frage wie durch die Europäische Union die Einflussmöglichkeiten sozialer Bewegungen allgemein verändert werden. Die zentrale These dieses Abschnittes ist es, dass eine erfolgreiche Beeinflussung internationaler Politik fast immer Kooperation und Koordination zwischen Gruppen aus verschiedenen Ländern voraussetzt, sowie die Mobilisierung innerhalb von Nationalstaaten, da es weiterhin Nationalstaaten sind, die die internationale Politik dominieren.³¹ Es wird weiterhin argumentiert, dass Ansätze, die sich auf internationales Lobbying beschränken, nur geringe Einflussmöglichkeiten haben, sofern die dahinterstehenden Akteure nicht über andere Mach-tressourcen verfügen.

Günstige und ungünstige Zeitpunkte für politische Kampagnen

Im Jahre 1975 veröffentlichte der amerikanische Soziologe William A. Gamson die bisher umfangreichste Studie über den Erfolg von politischen Kampagnen.³² Er untersuchte anhand von 53 politischen Kampagnen, welchen Einfluss verschiedene Merkmale dieser Kampagnen – wie Gruppengröße, Strategie, Organisation – auf deren Erfolg hatten. Die Daten von Gamson benutzend, entdeckte Jack Goldstone, dass weit entscheidender als die von Gamson benutzen Merkmale der gesellschaftliche Kontext war, in dem die Kampagnen wirkten:

„Wenn es eine Zeitspanne von Unruhe ist, die den politischen Erfolg produziert und nicht die Merkmale der einzelnen Protestbewegungen, dann ist dies ein guter Grund,

³⁰ Dieser Abschnitt baut auf Überlegungen auf die in Kolb, Felix (1999): Social Movements and European Integration. A Partial Theory of Movement Power in the European Union. unveröffentlichtes Manuskript, Institute for European Studies, Ithaca, NY: Cornell University entwickelt wurden.

³¹ vgl. Helfferich, Barbara und Felix Kolb (im Erscheinen): Multilevel Action Coordination in European Contentious Politics, In: Imig, Doug und Sidney Tarrow (Hrsg.): *Contentious Europeans: Protest and Politics in an Integrating Europe*. Lanham: Rowmann & Littlefield

³² Gamson, William A. (1975): *The Strategy of Social Protest*. Homewood, IL: Dorsey Press.

uns mehr auf die Merkmale der Protestzyklen zu konzentrieren als auf die spezifischen Anforderungen an und die Eigenschaften von Protestorganisationen.“³³

Die Vermutungen von Jack Goldstone sind von mittlerweile von einer Reihe von anderer Untersuchungen über den Erfolg sozialer Bewegungen³⁴ sowie Forschungen über politischen Wandel bestätigt worden.³⁵ Offensichtlich wechseln sich relativ lange Phasen großer politischer Stabilität mit relativ kurzen Phasen – genannt »window for reform« ab, in denen die Chancen auf für grundlegenden politischen Wandel wesentlich größer sind. Diese »windows for reform« genauer zu analysieren und zu beschreiben, wie politische Kampagnen diese Fenster nutzen oder gar erzeugen können, wird Ziel diesen Abschnitt sein. Dies verleiht einerseits dem geschickten Timing politischer Kampagnen und andererseits einer langfristigen Orientierung politischer Kampagne eine große Bedeutung für deren Erfolg.

Kapitel 6: Von Gorleben nach Seattle: Beispiele politischer Kampagnen

Dieses Kapitel soll voraussichtlich vier beispielhafte erfolgreiche Kampagnen im Lichte der vorgestellten Theorie ausführlich beschreiben. Als internationale Kampagne werden dabei die Aktivitäten gegen die sogenannte WTO-Millennium-Runde vorgestellt werden.³⁶ Als nationale Kampagne wird dabei der Widerstand gegen CASTOR-Transporte gewählt werden.³⁷ Als Kampagne mit überwiegend regionalen Charakter wird dabei der Widerstand gegen die sogenannte Y-Trasse – den Neubau einer Bahnstrecke zwischen Hannover und Bremen/Hamburg – dargestellt werden. Zudem wird der Protest gegen den Bombenabwurfplatz in Wittstock analysiert werden. Außerdem werden einige Beispiele von politischen Kampagnen vorgestellt, die bereits relativ früh gescheitert sind.

Kapitel 7: Zusammenfassung

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse der vorangegangenen Darstellungen zusammengefasst. Am Ende wird dabei eine Art Checkliste stehen, die bei der Organisation einer Kampagne beachtet werden sollte.

³³ Goldstone, Jack (1980): *The Weakness of Organization: A New Look at Gamson's The Strategy of Social Protest*. In: *American Journal of Sociology*, Jg. 85, H. 5, S. 46. (Übersetzung Felix Kolb)

³⁴ vgl. Tarrow, Sidney (1998): *Social Protest and Policy Reform. May 1968 and the Loi d'Orientation in France*. In: Marco Giugni, Doug McAdam, und Charles Tilly (eds.): *From Contention to Democracy*. Lanham: Rowman & Littlefield.

³⁵ vgl. Keeler, John T. S. (1993): *Opening the Window for Reform: Mandates, Crises, and Extraordinary Policy-Making*. In: *Comparative Political Studies*, Jg. 25, H. 4, S. 433-486

³⁶ vgl. Pfeil, A. (2000): *Lehren aus Seattle*. In: *Blätter für deutsche und internationale Politik*, Jg. 45, S. 15-18.

³⁷ vgl. Kolb, Felix (1997), a.a.O.

Glossar, Index und kommentiertes Literaturverzeichnis

Obwohl das Handbuch in einer lebendigen und einfachen Sprache abgefasst werden wird, können einzelne Fachausdrücke nicht vermieden werden. Deshalb wird das Buch ein Glossar mit diesen zentralen Begriffen enthalten. Um außerdem eine gezielte Erschließung des MASS zu ermöglichen, wird das Buch einen Index erhalten. Um besonders Interessierten zu ermöglichen, sich weiter theoretisch mit dem Erfolg politischer Kampagnen zu befassen, wird das Buch zusätzlich ein kommentiertes Literaturverzeichnis mit den wichtigsten Werken in diesem Bereich enthalten.