



LEITFADEN ÖFFENTLICHKEITSBETEILIGUNG

„Eine Handreichung für Bürgerinnen und Bürger
im Land Brandenburg“

Teil 2

Öffentlichkeitsarbeit und politische Initiativen

Aloisia Schönke · Wolfgang Beiner · Rüdiger Herzog

Landesbüro anerkannter
Naturschutzverbände GbR

„Haus der Natur“
Lindenstraße 34
14467 Potsdam

Tel.: 0331 - 201 55 50
Fax: 0331 - 201 55 55

info@landesbuero.de
www.landesbuero.de

Die NaturFreunde
Land Brandenburg e.V.

„Haus der Natur“
Lindenstraße 34
14467 Potsdam

Tel.: 0331 - 201 55 41

mail@naturfreunde-brandenburg.de
www.naturfreunde-brandenburg.de



INHALT

1. EINE BÜRGERINITIATIVE GRÜNDEN
2. GRÜNDLICHE INFORMATION
3. DIE AUSGANGSLAGE KLÄREN - ANALYSE UND BEWERTUNG
4. ZIELE DEFINIEREN
5. WIE BLEIBT MAN ZIELGERICHTET? – DIE STRATEGIE
6. VERBÜNDETE FINDEN
7. WIE MOBILISIERT MAN WEITERE UNTERSTÜTZUNG?
8. INTERNET UND SOZIALE MEDIEN
9. FINANZIERUNG
10. DIE ORGANISATIONSFORM - FREIE GRUPPE ODER VEREIN?
11. BEITRITT ZU EINER DACHORGANISATION
12. EIN VEREIN BRAUCHT EINE SATZUNG
13. DIE PRESSEARBEIT
14. AKTIONEN
15. DIE ERFOLGSKONTROLLE

1. EINE BÜRGERINITIATIVE GRÜNDEN

Warum entstehen Bürgerinitiativen?

„Eine Bürgerinitiative ist eine Interessenvereinigung von Bürgerinnen und Bürgern, die sich aufgrund eines Problems in ihrem Bereich organisiert, um dagegen aktiv zu werden. Die Mitglieder der Gruppe verfolgen ein Ziel und versuchen, Einfluss auf die öffentliche Meinung, auf staatliche Einrichtungen, Politikerinnen und Politiker oder andere gesellschaftliche Gruppierungen zu nehmen. Der/die jeweils Handelnde ist gegenüber der Gruppe und auch einzeln verantwortlich.

Wo stehen Bürgerinitiativen in der Politik?

Bürgerinitiativen sind ein Mosaikstein in der politischen Willensbildung. Das Grundgesetz jedoch sichert in Artikel 9 Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit und in Artikel 5 das Grundrecht auf Meinungsfreiheit.

Gemeinsam sind wir stark ...

Einzelkämpferinnen und Einzelkämpfer haben in der Regel geringere Erfolgsaussichten in der Auseinandersetzung mit Organisationen oder Institutionen als Gruppen oder Vereine. Die Zusammenarbeit bündelt die Kräfte, ermöglicht eine Arbeitsteilung und erhöht somit die Wirksamkeit von Aktionen.

Auch wird durch den Austausch in einer Gruppe das Problembewusstsein erweitert. Je mehr Menschen man für eine Sache gewinnen kann, desto mehr Einfluss kann man auf eine Sache nehmen. Nicht zu unterschätzen ist auch, dass etwa organisierte Umweltarbeit regelmäßig – insbesondere wenn Rechtsbeistand hinzugezogen wird – mit erheblichem finanziellem Aufwand verbunden ist. Mehr Menschen bedeuten daher mehr finanzielle Möglichkeiten und damit ebenfalls mehr Möglichkeiten der Einflussnahme.

Ein erstes Treffen

Als Einzelperson kann man/frau zunächst mit anderen betroffenen Bürgerinnen und Bürgern oder an einer Lösung oder Veränderung Interessierten in Kontakt treten, etwa mit Nachbarinnen und Nachbarn, und Bekannten, über die bei Bedarf weitere Betroffene oder Gleichgesinnte angesprochen werden können. Einzelne Aktive organisieren ein erstes Treffen.

Die Gruppe

Eine gute Zusammenarbeit ist von zentraler Bedeutung für jede Gruppenarbeit. Interner Austausch ermöglicht eine gleichberechtigte Mitarbeit vieler und eine realistische Zeitplanung. Ein Terminplan sollte frühestmöglich festgelegt werden. Beim Treffen sollte am Anfang eine Tagesordnung aufgestellt werden, mit ausreichend Pausen und Zeitpuffern. Ergebnisse sind einvernehmlich zu protokollieren. Gerade bei komplexen Problemen oder in schwierigen Gruppensituationen kann eine Moderation hilfreich sein.

In einer Vorstellungsrunde zum Kennenlernen können die künftigen Mitglieder ihre jeweilige persönliche Motivation, Erwartungen und Ziele im Hinblick auf das Problem darstellen, sowie mögliche verbindende und trennende Ansätze feststellen. Damit kommt man in der Folge zu einem ersten „Selbstverständnis“ der jungen Gruppe oder auch zu Interessengegensätzen und kann feststellen, welche gemeinsamen Vorstellungen über die weitere Entwicklung der Gruppe und Schwerpunkte der Arbeit existieren.

Kommunikation

Auch über die Art der Kommunikation innerhalb der Gruppe sollte Einigung erzielt werden. Für einen gelungenen Gruppenprozess und eine erfolgreiche Gruppenarbeit ist ein gutes Klima in der Gruppe existenziell wichtig.

Konstruktive motivierende „klimatische Bedingungen“ werden erreicht durch:

- wertschätzende, offene Kommunikation,
- aktives und unvoreingenommenes Zuhören,
- Respekt zeigen, ausreden lassen,
- andere Meinungen tolerieren,
- nicht maßregeln, nicht belehren, nicht ausbremsen,
- alle miteinbeziehen,
- Raum für Kreativität schaffen,
- den „roten Faden“ verfolgen,
- positiv zu denken.

Die Sprache einer Gruppe nach außen sollte einfach und verständlich sein, Fachjargon sollte vermieden werden.

Den oben aufgeführten Aspekten sollte anfangs genug Raum gegeben werden. Je klarer die gemeinsame Orientierung der Gruppe hierdurch wird, desto handlungsfähiger und tragfähiger wird sie.

Aufgabenverteilung

Wollen alle weiter miteinander arbeiten, können jetzt erste gemeinsame Ideen entwickelt werden, die möglichst alle mittragen können. Die Gruppe klärt zunächst, welche Erfahrungen, Kontakte, Fähigkeiten und weitere Ressourcen die Einzelnen dazu mitbringen. Zum Beispiel sind „Insiderkenntnisse“ darüber, wer mit wem politisch zusammenarbeitet, wertvoll.

Auf dieser Grundlage kann eine Verteilung von Aufgaben und Funktionen, und die Festlegung von Entscheidungs- und Informationsstrukturen erfolgen.

Auf einer Versammlung werden erste einzelne Aufgaben verteilt, etwa:

- Informationen, z.B. über Planungen verschaffen,
- Liste und E-Mail-Verteiler der Aktiven und Interessenten zusammenstellen,
- Kontakte mit der Politik und der Verwaltung aufnehmen,
- weitere Treffen organisieren,
- Verbündete suchen.

Einige Mitglieder der Gruppe sollten sich zudem in konkrete Einzelthemen vertiefen. Damit einzelne nicht „unentbehrlich“ werden und unter der Last der Verantwortung zusammenbrechen, sollte es für wichtige und komplizierte Aufgaben möglichst zwei Verantwortliche geben.

2. GRÜNDLICHE INFORMATION

Zu Beginn muss man sich erst selbst gründlich informieren, denn nur wer gut informiert ist, kann andere überzeugen und in Diskussionen mit Behörden und Fachleuten mitreden.

Im Rahmen einer Recherche werden alle möglicherweise relevanten Daten, Fakten und Informationen und eventuell bereits vorhandene Analysen nach Kräften und Möglichkeiten zusammengetragen. Arbeitet man in einer Gruppe, können die Mitglieder zunächst sammeln, was in der Gruppe bereits an Informationen und Quellen bekannt ist.

Die Möglichkeiten der Recherche können allerdings uferlos sein, daher ist ein systematisches Vorgehen empfehlenswert. So sollte z.B. ein Zeit- und Budgetrahmen gesetzt werden.

Mögliche Quellen

Bei Planungen kann die Initiative sich an Behörden wenden, die verpflichtet sind, Auskunft zu erteilen. Hier sollte man sich nicht mit lapidaren Antworten abspeisen lassen, sondern gezielt nachfragen. Menschen mit „Insiderwissen“ können besonders hilfreich sein. Für den Kontakt mit den Behörden ist es wichtig zu wissen, dass Betroffene einen Anspruch insbesondere in die Einsichtnahme von Umweltinformationen haben und dies gegenüber den Behörden zu betonen. Für die näheren Einzelheiten zum (Umwelt-)Informationsrecht verweisen wir auf den Abschnitt II im Teil 1 dieses Leitfadens.

Selbstredend ist die Internetrecherche ein weiteres Mittel der Wahl. Um in der Informationsflut das Wesentliche herauszufiltern, bieten sich besonders die erweiterten Suchfunktionen der jeweiligen Suchmaschinen an.

Umfangreiche Recherchemöglichkeiten im Internet bieten auch Zeitungen. Gerade die Fachredaktionen bieten gute und bereits aufgearbeitete Informationen an. Oft ist der Zugriff auf ganze Artikel jedoch mit Kosten verbunden.

Detaillierte und fundierte Quellen sind Hochschulen, Universitäts- und Fachbibliotheken. Auch hier ist in der Regel die Onlinerecherche möglich, erfordert jedoch einen entsprechenden Zugang.

Neben Behörden und Ministerien können auch Parteien und Vereine und andere Organisationen angesprochen werden, insbesondere, wenn diese selbst bereits das entsprechende Problem zum Thema gemacht haben.

Nicht zuletzt können bereits Aktive oder Betroffene vor Ort wertvolle Hinweise geben, die womöglich noch nicht in den Medien zu finden sind.

3. DIE AUSGANGSLAGE KLÄREN - ANALYSE UND BEWERTUNG

Eine Analyse und Bewertung der Daten und Informationen hilft, das Problem und seine Ursachen genauer zu definieren. So können sich bestätigende Informationen verschiedener seriöser Quellen hervorgehoben und sich widersprechende nochmals überprüft werden. Existieren etwa bereits Problem- und Ursachenbeschreibungen aus der Wissenschaft, der Politik, von Medien oder Fachleuten?

Die genauere Definition und Kenntnis des Problems erlaubt in der Folge adäquatere Lösungsansätze. Hieraus lassen sich dann die entsprechenden Ansätze für die weiteren Handlungen, etwa politische Aktionen entwickeln.

4. ZIELE DEFINIEREN

Die durchgeführte Recherche und Analyse beschreibt die Ist-Situation. Ziele beschreiben einen „Sollzustand“. Zur Erreichung eines Ziels ist die möglichst konkrete und positive Beschreibung dieses Sollzustands hilfreich: „Was genau soll erreicht werden?“. Um eine konstruktive Gruppenarbeit zu ermöglichen, ist es notwendig, dass Ziele gemeinsam entwickelt und diskutiert werden, damit diese von allen getragen werden und alle „an einem Strang zu ziehen“.

5. WIE BLEIBT MAN ZIELGERICHTET? – DIE STRATEGIE

*„Nachdem wir das Ziel endgültig aus den Augen verloren hatten, verdoppelten wir unsere Anstrengungen.“
Mark Twain*

Eine Strategie bestimmt den Weg, wie das definierte Ziel nun zu erreichen ist, und mit welchen Mitteln in welcher Abfolge etwa Etappen oder Zwischenziele erreicht werden sollen.

Sinnvoll ist ein Zeitplan für die einzelnen Arbeiten, damit Vorhaben, auch Zwischenstufen, rechtzeitig abgeschlossen werden. Für komplexe Projekte kann dazu ein Netzplan aufgestellt werden. Das heißt, hier gibt es ein enges Geflecht von Aufgaben, die immer von einer Vielzahl anderer Arbeiten abhängen. Als Beispiel kann hier der Ablauf eines Hausbaus dienen. So muss vor dem Umzug fertig tapeziert und gestrichen sein. Tapeziert werden kann erst, wenn der Elektriker fertig ist, aber auch erst, wenn die Fliesen gelegt sind.

Hilfreich für die Planung kann es sein, die einzelnen Arbeiten auf Zettel zu schreiben, logisch und zeitlich zu sortieren und auf Packpapier aufzukleben und an die Wand zu hängen.

Notwendig ist auch eine ehrliche Einschätzung der vorhandenen Ressourcen hinsichtlich aktiver Personen und finanzieller Mittel und deren Einsatz.

Problem- und Handlungsumfeld

Nützlich ist ebenfalls eine Analyse des „Problemumfelds“, etwa mit folgenden Fragen:

- Welches sind die wesentlichen Akteure?
- Wer profitiert vom negativen Status Quo oder einer geplanten negativen Veränderung und
- wer unterstützt die Profiteurinnen und Profiteur politisch?
- Wer könnten die potenziellen gesellschaftlichen Verbündeten der Initiative sein? Zum Umfeld zählen auch neutrale Institutionen oder Personen, die aber die Möglichkeit haben, Veränderungen herbeizuführen.

Zur weiteren Analyse gehört ebenfalls, soweit möglich, die Einschätzung des jeweiligen Einflusspotenzials der Personenkreise und der ihnen zur Verfügung stehenden Mittel.

6. VERBÜNDETE FINDEN

Verbündete sind grundsätzlich wichtig, sie sollen gesucht und der Kontakt gepflegt werden, sollten aber nicht die Gruppe vereinnahmen. Die Analyse hat ergeben, welches die Akteurinnen und Akteure sind, von denen möglicherweise Unterstützung zu erwarten ist.

Dies können Betroffene der Planung, bereits bestehende Gruppen zum Problem, umweltpolitisch engagierte Bürgerinnen und Bürger, Naturschutzverbände und -vereine, verkehrsökologische Verbände, Politikerinnen und Politiker, Journalistinnen und Journalisten oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Behörden und Verwaltung sein.

Wenn es um die Verhinderungen von Vorhaben mit potenziell erheblichen Umweltauswirkungen geht, ist es ratsam, frühzeitig mit den anerkannten Naturschutzverbänden oder Umweltvereinigungen Kontakt aufzunehmen. Sofern dort Kapazitäten vorhanden sind, können diese helfen, Prozesse aktiv zu begleiten oder auch naturschutzfachlichen Sachverstand einfließen lassen.

Ebenfalls sollte die Initiative in Betracht ziehen, frühzeitig spezialisierten Rechtsbeistand in Anspruch zu nehmen. Dieser kann insbesondere in komplexen Verwaltungsverfahren zur Zulassung von Vorhaben Unterstützung leisten und sollte auf wichtige Fristen hinweisen. Auch hier können die anerkannten Naturschutzverbände oder Umweltvereinigungen Hilfestellung leisten.

7. WIE MOBILISIERT MAN WEITERE UNTERSTÜTZUNG?

Flugblätter

Die einfachste Form hierzu ist neben dem persönlichen Gespräch das Flugblatt. Aus einem kurzen Text soll klar hervorgehen, worum es geht und wann und wo man sich trifft. Der Text sollte durch kurze Sätze leicht verständlich und die Aufmachung grafisch übersichtlich sein. Werden Fremdwörter verwendet, stehen diese in Klammern hinter dem deutschen Wort. Abkürzungen sowie Substantive mit -heit, -keit und -ung bitte allenfalls sparsam verwenden. Am Schluss muss das Flugblatt die Adresse der verantwortlichen Person enthalten. Wichtig ist neben dem Namen und der Adresse auch, dass Telefonnummer und E-Mail-Adresse zur direkten Kontaktaufnahme angegeben sind. Die fertige Kopier- oder Druckvorlage wird anschließend vervielfältigt.

Die Flugblätter werden in Briefkästen des betroffenen Stadtviertels verteilt oder nach dem Klingeln den Hausbewohnern direkt mit einer kurzen Erklärung übergeben. Das Verteilen von Flugblättern kann auch auf öffentlichen Plätzen sinnvoll sein. Wichtig ist, dass die verteilenden Aktiven im öffentlichen Raum, also etwa auf dem Gehweg bleiben. Toreinfahrten oder ein Schulhof unterliegen dem Hausrecht. Dort kann das Verteilen verboten werden.

Denkbar ist auch, ein Flugblatt gegen eine Gebühr mit dem jeweiligen kostenfreien Wochenblatt an jeden Haushalt einer Kommune verteilen zu lassen.

8. INTERNET UND SOZIALE MEDIEN

Über eine eigene Facebookseite der Initiative können allen Aktiven und Interessierten regelmäßig die neuesten Informationen zu Entwicklungen oder Treffen bereitgestellt werden. Allerdings hat die Information über Facebook die bekannten Nachteile der Datensammelwut des Unternehmens, auch die der Nutzerinnen und Nutzer. Alternativen sind hier z.B. „Diaspora/Geraspora“, oder „Friendica“ als dezentrale Systeme.

Website

Eine eigene Website ist oft die bessere Alternative. Dort lassen sich nicht nur die neuesten Informationen einpflegen, sondern viele notwendige Daten und Unterlagen geordnet verschiedenen Kreisen und Aktiven für die weitere Arbeit zugänglich machen. Die Daten sind auf eigenen (gemieteten) Serverbereichen gespeichert.

Eine Reihe von Open-Source-Content-Management-Systemen wie TYPO3, Joomla oder Wordpress können kostenlos verwendet werden. Diese unterscheiden sich vornehmlich durch ihren Funktionsumfang, das Handling und auch in der Sicherheit gegen Hackerangriffe. Obligatorisch für die eigene Website der Initiative ist ein vollständiges Impressum nach § 55 Rundfunkstaatsvertrages (RstV). Für eine professionelle Unterstützung gibt es ggf. die Möglichkeit einer (teilweisen) Sachspende.

E-Mail-Aktionen

Wie über ein Flugblatt können die Anliegen auch per E-Mail innerhalb des Freundes- und Bekanntenkreises verbreitet werden, mit der Bitte, diese jeweils an weitere interessierte Bekannte weiterzuleiten. Hier sollte es allerdings nicht zu einer ungezielten und massenhaften Verbreitung und damit zur Einstufung als Spam kommen. Zum einen ist diese Art der Verbreitung unzulässig, zum anderen leidet die Seriosität der Initiative nachhaltig darunter. Eine Einordnung als Spam durch den Empfänger verschließt diesen Informationskanal womöglich auf Dauer. Informationen oder Bitten um Unterstützung sollten sich daher gezielt und persönlich an den jeweiligen Empfänger richten und den vollen Absendernamen sowie die Kontaktdaten der Initiative im E-Mail-Schreiben enthalten.

Mailinglisten

Eine Mailingliste ist ein Pool der Mailadressen etwa von Mitgliedern oder Interessierten. In einer Mailingliste können sich Aktive und Interessierte anmelden, um Informationen zu empfangen und zu versenden. Die Informationen gehen allen Listenmitgliedern zu, ohne dass dem jeweiligen Mitglied die einzelnen Mailadressen bekannt sind. Auf diese Weise können Informationen verschiedener Mitglieder gleichzeitig allen zur Verfügung gestellt werden; die Mailingliste kann somit auch als Diskussionsforum dienen.

Eine Mailingliste muss administriert und moderiert werden, um Missbrauch zu vermeiden. Auch können für unterschiedliche Mitgliederkreise verschiedene Rechte (nur lesen oder auch schreiben) vergeben werden. Anbieter von Mailinglistenprogrammen und -servern sind z.B. jpb Berlin.de, kbx7.de oder Yahoo-Groups.

Newsletter

Eine Rundinformation der Aktiven und weiterer Interessierter hält alle regelmäßig auf dem neuesten Stand. Ein Newsletter ist ein in nur eine Richtung an Interessierte gerichtetes Rundschreiben, vorzugsweise elektronisch. Insbesondere auch für Newsletter sollte aber das Interesse daran bei Nicht-Gruppenmitgliedern vorab mit einer persönlichen Mail abgefragt werden. Elektronische Newsletter müssen eine direkte Möglichkeit der Abbestellung bieten. Werden Newsletter über die eigene Website versendet, muss diese eine Registrierungsfunktion und eine zweite Bestätigungsfunktion sowie einen Link zur Abbestellung enthalten. Auch jeder Newsletter benötigt ein vollständiges Impressum am Ende.

Twitter

Der Mikrobloggingdienst ist vor allem nützlich für den sehr schnellen Austausch von Kurznachrichten, etwa für den kurzfristigen Aufruf zu Aktionen und zwischen Aktiven bei der Vorbereitung und Koordinierung derselben.

9. FINANZIERUNG

Wie finanziert man eine Bürgerinitiative oder einen Naturschutzverein?

Am besten ist die Selbst-Finanzierung durch **Mitglieder-** und **Förderbeiträge**. Dies hat den Vorteil der Unabhängigkeit von fremden Geldgebern und deren Einflussnahme. Trotzdem können Geld-, Dienstleistungs- oder Sachspenden, z.B. Dekorationsmaterial, Druck, Papier etc. bei Unternehmen und Institutionen gesammelt werden.

Hilfreich ist hier die Organisationsform eines gemeinnützigen Vereins, dessen Einnahmen im Rahmen seiner satzungsmäßigen Aufgaben nicht der Körper- oder Gewerbesteuer unterliegen und der Spendenbescheinigungen zur Steuerminderung für die Spender ausstellen darf.

Durch **Öko-Sponsoring** können oft mehr Mittel eingeworben werden. Dafür wird jedoch in der Regel ein Vertrag mit einem Unternehmen eingegangen, dass sich seinerseits Vorteile durch das Engagement verspricht, etwa zur Imagepflege und Werbung. Hier

sollte darauf geachtet werden, dass die Autonomie des gemeinnützigen gegenüber dem finanziellen Partner nicht verloren geht und dass der gewerbliche Partner hinsichtlich seiner Aktivitäten und seiner gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung den Zielen der Initiative nicht widerspricht.

Weitere Mittel können auch **Flohmärkte** einbringen. Nicht mehr gebrauchte Gegenstände von Mitgliedern und Unterstützenden können auf Flohmärkten verkauft werden, oder es wird ein Tisch mit gebrauchten Büchern aufgestellt, die zuvor als Spenden eingesammelt wurden und für eine kleine Geldspende wieder abgegeben werden. Zugleich wird wirksam die Werbetrommel für die Initiative und ihre Ziele gerührt.

Weitere Geldquellen sind **Stiftungen** oder **Geldtöpfe** von **Städten, Ländern, Bund** und Europäischer Union, wenn der Verein als gemeinnützig anerkannt ist. Zuschüsse sind immer nur von der Ebene möglich, für die ein Vorhaben relevant ist. Eine lokale Gruppe kann nur dann Geld vom Bund bekommen, wenn ihr Anliegen von bundesweiter Bedeutung ist.

Das Umweltministerium des Landes Brandenburg verfügt über einen Lottomittelschatz. Dieser setzt sich aus staatlichen Einnahmen von Lotterien und Glücksspielen zusammen und wird für einmalige Projektförderungen an gemeinnützige Gruppen ausgeschüttet.

Eine gute Möglichkeit, eine zusätzliche „Nebeneinnahme“ zu haben, ist, sich um einen der vielen **Umweltschutzpreise** zu bewerben. Die überregionalen Preise werden zumeist in Umweltmagazinen, die kommunalen in der Regel in Lokalzeitungen ausgeschrieben.

Eine weitere Möglichkeit der Finanzierung bieten **Bußgelder** aus Ermittlungs- und Strafverfahren. Dazu muss der gemeinnützige Verein die Aufnahme in eine Liste der „Empfänger von Geldauflagen“ beantragen, die jährlich durch das Brandenburgische Oberlandesgericht herausgegeben wird. Die Verwendung der Mittel aus Geldauflagen ist an strenge Nachweispflichten geknüpft.

Sparkassen und Giroverbände schütten aufgrund ihrer Satzung Gewinne an gemeinnützige Organisationen aus. Es empfiehlt sich, bei den jeweiligen Geldinstituten nach diesen so genannten **Zweckertragsmitteln** nachzufragen. In der Regel unterstützen die Institute gemeinnützige Aktivitäten in verschiedenen Bereichen, etwa Jugend- und Altenförderung,

Generell muss über alle Einnahmen und Ausgaben für das Finanzamt, für Geldgeberinnen und Geldgeber und für den internen Überblick Buch geführt werden. Belege sind aufzubewahren. Wichtig ist, dass die Bürgerinitiative bzw. die Naturschutzgruppe trotz Spenden auf angemessener Distanz zu Parteien, Unternehmen und anderen Institutionen bleibt. Dieser Gefahr entgehen die Aktiven, indem sie einen engen Kontakt zur Basis pflegen und ihre Legitimation von einer breiten Zustimmung herleiten.

10. DIE ORGANISATIONSFORM - FREIE GRUPPE ODER VEREIN?

Eine Bürgerinitiative kann eine informelle Gruppe oder ein gemeinnütziger Verein sein. Sie ist zunächst leicht zu gründen, da keine formellen Ansprüche an die Organisationsform gestellt werden. Sie genießt die höchste Form von gleichberechtigter Zusammenarbeit, Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit. Jede/r Aktive haftet, auch finanziell eigenverantwortlich. Aktionen können spontan und ohne Absprache mit irgendwelchen Gremien erfolgen. Es kann jedoch schwierig sein, einen gemeinsamen Nenner bei der Festlegung von Zielen, Vorgehensweise und Verwendung von Geldern zu finden, da bei Entscheidungen alle beteiligt sind.

Gibt es innerhalb einer Bürgerinitiative mehrere Arbeitsbereiche oder Projekte, so ist es sinnvoll, nur jeweils die direkt Betroffenen entscheiden zu lassen. Informationsveranstaltungen dienen dann nur dem Austausch und der Besprechung von Fragen, die alle angehen. Sich einschleichende Rollenverteilungen und informelle Hierarchien, die vor allem weniger durchsetzungsfähige Männer und Frauen behindern, müssen reflektiert und abgebaut werden. Hierzu gehört z. B., dass Männer die „Macher“ sind und Frauen sich um die „Atmosphäre“ kümmern.

Die Gründungsversammlung

Auf einer Versammlung wird zur Gründung einer Bürger- oder Naturschutzinitiative aufgerufen. Als Versammlungsort können Räume in Bürgerzentren, Gemeindehäusern oder Hinterzimmern von Gaststätten dienen. Es sollte vermieden werden, dass der Termin zur gleichen Zeit wie eine andere größere Veranstaltung, etwa ein Fußballspiel, oder vor und an Sonn- und Feiertagen liegt. Erfahrungsgemäß sind Dienstag und Donnerstag günstige Tage für Versammlungen. Für Kinder und jüngere Jugendliche ist nachmittags und für Berufstätige abends die beste Zeit. Der Gründungsausschuss begrüßt und übernimmt die Sitzungsleitung. Jedes Mitglied berichtet in kurzen Redebeiträgen, wie die Situation aussieht. Es muss auch geklärt werden, ob die Bürgerinitiative in der Organisationsform eines Vereins oder einer Gruppe gegründet wird.

Ein Vorteil einer **Vereinsgründung** besteht darin, dass die Mitglieder nicht mit ihrem Privatvermögen haften, sondern der Verein mit dem Vereinsvermögen. Ein eingetragener Verein kann einen Antrag auf Anerkennung der Gemeinnützigkeit beim Finanzamt stellen. Dies ist eine Voraussetzung für den Erhalt öffentlicher Zuschüsse, das Ausstellen von Spendenquittungen und das Eröffnen eines Kontos. Insbesondere die dadurch gegebene steuerliche Abzugsfähigkeit von Spenden ist für die Unterstützenden attraktiv. Den wesentlichen Rahmen für das Vereinsrecht geben die §§ 21-79 des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB).

Ein Nachteil einer eigenen Vereinsgründung besteht darin, dass hiermit auch ein erheblicher organisatorischer Aufwand verbunden sein kann. Kapazitäten der Bürgerinitiative, die an anderer Stelle benötigt werden, können hierdurch gebunden werden. Bürgerinitiativen sollten daher nach gut überlegen, ob eine eigene Vereinsgründung ohne Unterstützung sinnvoll und machbar ist, oder der Beitritt zu einer Dachorganisation das Mittel der Wahl ist.

Entwicklungsperspektive eines Vereins kann die Anerkennung als Umweltvereinigung sein. Nach dem Umwelt-Rechtsbehelfsgesetz (UmwRG) anerkannte Vereinigungen können bei Vorhaben und Maßnahmen, die einer Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) bedürfen, in die Planungen einbezogen werden und einen Verstoß gegen Umweltvorschriften rügen. Auch das Fehlen einer UVP kann auf diesem Wege gerügt werden. Die Anerkennungsvoraussetzungen sind im §3 UmwRG zu finden. Es sei hier lediglich auf eine der

Voraussetzungen für die Anerkennung hingewiesen, wonach im Zeitpunkt der Anerkennung die Vereinigung mindestens drei Jahre bestehen muss und in diesem Zeitraum nach ihrer Satzung ideell und nicht nur vorübergehend vorwiegend die Ziele des Umweltschutzes gefördert haben muss. Die Bürgerinitiative sollte daher genau abwägen, ob eine Anerkennung nach dem Umweltrechtsbehelfsgesetz realistisch ist und Sinn macht. Alternativ besteht die Möglichkeit, die bereits anerkannten Vereinigungen für das Anliegen zu gewinnen, sollten diese nicht ohnehin schon einbezogen sein.

In Brandenburg gibt es bereits sechs nach Bundesnaturschutzgesetz und UmwRG anerkannte Naturschutzverbände, sowie einen Naturschutzverein und eine Umweltvereinigung nach UmwRG. Sollte es zu einem Rechtsbehelfsverfahren gegen eine etwaige Zulassungsentscheidung kommen, kann ggf. die bereits anerkannte Vereinigung das Rechtsbehelfsverfahren oder eine Verbandsklage mit Unterstützung der Bürgerinitiative führen.

Alternativ können Bürgerinnen und Bürger unter das Dach eines Naturschutzverbandes schlüpfen und auf dessen Infrastruktur und Erfahrungen zurückgreifen.

11. BEITRITT ZU EINER DACHORGANISATION

Der Beitritt zu einer landes- oder bundesweit tätigen Dachorganisation ist die einfachste und schnellste Variante, die oben genannten Vorteile eines gemeinnützigen Vereins zu nutzen und den Aufwand für dessen Gründung in Grenzen zu halten. Verbände, etwa die anerkannten Naturschutzverbände im Land Brandenburg, unterstützen und begleiten oft die Gründung einer Gruppe als gemeinnütziger Verein mit Sachverstand, Erfahrung und Hilfestellung für die einzelnen notwendigen Schritte.

Ein wesentlicher Vorteil ist, dass etwa die nach Bundesnaturschutzgesetz anerkannten Naturschutzverbände im Land Brandenburg, wie NaturFreunde, NABU, BUND, Grüne Liga, SDW, und Landesjagdverband, über Beteiligungs- und Klagemöglichkeiten (Naturschutzverbandsklage) in diversen Verwaltungsverfahren verfügen (vgl. Leitfaden Teil 1).

Erhebliche Vorteile bieten oft auch die weiteren Leistungen der Verbände. So sind die Mitglieder oftmals bei den vereinsbezogenen Aktivitäten versichert. Zudem bieten diese Organisationen in ihren Gebieten kompetente Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner bis hin zu Kontakten zu Fachanwältinnen und Fachanwälten. In der Regel unterhalten die Verbände auch eine Geschäftsstelle zur Unterstützung ihrer Mitgliedervereine.

Zugleich ist eine neue Initiative über einen Verband vielfach vernetzt und kann auf eine entsprechende Infrastruktur, etwa große Informationsverteiler wie auch Presseverteiler zurückgreifen. Auch für die eigene Darstellung der Initiative, etwa über die Bereitstellung einer eigenen Internetseite der Initiative mit einer entsprechend hohen Zugriffsrate, kann ein Beitritt hilfreich sein. Nicht zuletzt erhält eine neue Initiative gleich zu Beginn eine gewisse Reputation durch die Mitgliedschaft in einem nach Naturschutz- und Umweltrecht anerkannten Verband.

Eine weitere für Bürgerinitiativen wichtige Organisation ist der Bundesverband Bürgerinitiativen Umweltschutz e. V. (BBU e. V.). Er ist ein überparteilicher Zusammenschluss von Bürgerinitiativen aus dem gesamten Bundesgebiet und versteht sich als Dachverband sowie Servicebüro für Bürgerinitiativen, Naturschutz-, Umwelt- und Friedensgruppen sowie für Einzelmitglieder.

12. EIN VEREIN BRAUCHT EINE SATZUNG

Für den Fall, dass ein Verein ohne die Hilfe einer Dachorganisation gegründet wird, sollen hier einige wichtige Voraussetzungen und Formalien für die Gründung eines Vereins beschrieben werden.

Ein Verein unterliegt bestimmten rechtlichen Zwängen. So muss jeder Verein eine Satzung und einen gewählten Vorstand besitzen und regelmäßig eine Hauptversammlung einberufen. Die Satzung gibt Auskunft über Namen, Ziele, Sitz, Vorstand und Mitglieder des Vereins. Die Satzung wird auf einer Gründungsversammlung beschlossen, die protokolliert werden muss. Der Vorstand besteht in der Regel aus dem/der Vorsitzenden, dem/der stellvertretenden Vorsitzenden, dem/der Kassenwart/Kassenwartin und dem/der Schriftführer/Schriftführerin. Unterschrieben wird die Satzung von mindestens sieben Mitgliedern. Nachdem die Unterschriften der Gründungs- und Vorstandsmitglieder notariell beglaubigt wurden, kann der Verein sich selbst oder durch eine Notarin oder einen Notar beim Amtsgericht für das Vereinsregister anmelden. Ändert sich der Vorstand, muss dies beim Amtsgericht gemeldet werden.

Beim Finanzamt kann formlos die Gemeinnützigkeit beantragt werden. Dadurch besteht eine Befreiung von Körperschafts- und Gewerbesteuer. Die Anerkennung der Gemeinnützigkeit beim Finanzamt nimmt erfahrungsgemäß längere Zeit in Anspruch. Der Verein darf bei Gemeinnützigkeit keine Gelder erwirtschaften, d. h. er muss uneigennützig tätig sein. Ändert sich der Vorstand muss dies beim Amtsgericht gemeldet werden.

Hauptversammlung und Versammlungsprotokoll

Die Beschlüsse, die auf einer Hauptversammlung gefasst werden, müssen in einem Versammlungsprotokoll festgehalten werden. Auf der Tagesordnung einer Hauptversammlung können Vorstandswahl, Satzungsänderungen, Ausschluss von Mitgliedern, Kassenbericht etc. stehen.

Verschiedene Formen der Vereinsorganisation

Ein Nachteil eines Vereins, wie jedoch auch einer Bürgerinitiative kann aus einem Machtgefälle erwachsen, das durch einen Informationsvorsprung des Vorstands oder der BI-Vertretung entsteht. Jedoch ist der Vorstand eines Vereins den Mitgliedern wie auch den weiteren Organen des Vereins gegenüber informations- und der Mitgliederversammlung gegenüber rechenschaftspflichtig. Hier kommt es auf die EINFORDERUNG der entsprechenden Transparenz an.

Auch im Verein gibt es mehrere Möglichkeiten, Gleichberechtigung und Offenheit zu gewährleisten. Beim Plenums-Verein etwa werden alle Aktiven Mitglieder. Die Befugnis des Vorstands kann auf die Außenvertretung eingeschränkt werden. Zusätzlich zu Hauptversammlung und Vorstand wird ein Plenum als drittes Organ festgeschrieben. Das Plenum, welches aus Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern bestehen kann, führt die

Vereinsgeschäfte. Bei der Zwei-Ebenen-Struktur können Gruppen Mitglieder werden, indem eine Person der Gruppe stellvertretend Mitglied wird. Die Hauptversammlung besteht nicht aus den Mitgliedern direkt, sondern jedes Mitglied kann eine Zahl Delegierter entsenden. Gibt es Konflikte zwischen Vereinsvorstand und Gruppe, kann einfach eine neue Mitgliederversammlung einberufen und ein neuer Vorstand gewählt werden.

13. DIE PRESSEARBEIT

Die Bürgerinitiative / der Verein ist gegründet, die Pressearbeit beginnt...

Warum ist Pressearbeit so wichtig? Weil jeder Beitrag in der Zeitung, Radio oder im Fernsehen eine Bürgerinitiative oder Naturschutzgruppe und ihre Ziele bekannt macht. Ein breiter Kreis von Interessierten erfährt, wo sie sich aktiv einsetzen können. Oft bekommt eine Gruppe auch erst nach einschlägigen Presseberichten das nötige Gewicht bei Kooperationspartnern wie Verbänden, Politikern oder Firmen.

Pressekonferenz

Am Tag nach der Gründungsversammlung und auch bei wichtigen Ereignissen sollte eine Pressekonferenz oder ein Pressegespräch organisiert werden. Die Pressekonferenz muss zwei Wochen vorher angekündigt und nach terminlicher Absprache mit den Redakteurinnen und Redakteuren stattfinden. Zwei Tage vor dem Termin wird noch mal nachgehakt, wer kommt. Die Pressekonferenz findet am besten an einem zentralen Ort mit wenigen Mitgliedern der Bürgerinitiative oder des Naturschutzvereins statt. Zu Beginn der Konferenz wird eine Presseinformation verteilt. Die Pressekonferenz selbst sollte nicht länger als eine Stunde dauern. Die einzelnen Redebeiträge der Leute aus der Gruppe sind dabei kurz zu halten, so dass noch genügend Zeit für Rückfragen aus der Presserunde bleibt. (Über Snacks und Getränke freuen sich die Presseleute.) Neben Pressekonferenzen haben sich auch persönliche Gespräche mit den verantwortlichen Redakteurinnen und Redakteuren als wirkungsvoll erwiesen. Besonders dankbar sind Presseleute immer für exklusive Informationen.

Für ein Interview im Radio oder Fernsehen muss ein Anliegen klar und griffig in kurzen, inhaltsreichen Sätzen formuliert werden, ohne Fremd- oder Füllwörter, optimistisch und freundlich. Diese können vorher innerhalb der Gruppe in einem Rollenspiel geübt werden. Wichtig ist generell, dass der Kontakt zu Presse, Rundfunk und evtl. Fernsehen geknüpft und kontinuierlich aufrechterhalten wird. Auch die Wahl von Pressesprecherinnen oder Pressesprechern, die für längere Zeit Ansprechperson für die Presse sind, kann sinnvoll sein.

Pressemitteilung

Die Pressemitteilung dient dazu, Journalisten zu informieren und interessieren. Darüber hinaus ist die Pressemitteilung eine Möglichkeit, einen „druckreifen“ Text abzugeben, der ohne große Änderungen in Teilen übernommen wird. Sie soll in aller Kürze eine möglichst interessante Neuigkeit mitteilen. Allgemein gilt beim Schreiben einer Presseinformation über die eigene Gruppe, die eigene Aktion aus der Sicht eines Dritten zu beschreiben, also quasi in die Rolle eines/einer Journalist*in zu schlüpfen, der/die berichtet.

Formal wird auf DIN-A4-Format geschrieben und ein breiter Rand für Änderungen durch die Redaktion freigelassen. Aus der Überschrift muss für die Redaktion sofort ersichtlich sein, worum es geht. Voranzustellen sind die wichtigsten Fakten, die auf die vier W-Fragen (wer – was – wann – wo) antworten, in Kürze zusammengefasst. Der erste Satz enthält die wichtigste Aussage. Der Fließtext enthält weitere Details und Hintergrundinformationen. Das Wichtigste sollte am Anfang stehen, so dass die Redaktion aus Platzgründen den Text vom Schluss her kürzen kann.

Der Text muss klare, eingängige Botschaften herausstellen. Grundsätzlich ist es jedoch besser, von vornherein eine knappere Fassung zu wählen, um evtl. Kürzungen wichtiger Aussagen zu verhindern. Die Pressemitteilung sollte sich daher auf maximal eine Seite beschränken. Der Text muss sachlich und verständlich geschrieben sein. Fremdwörter oder nicht gängige Fachbegriffe sollten nicht verwendet werden. Sätze sollten nicht mehr als 25 Worte lang sein. Bei Namensnennungen sollten Vor- und Zuname voll ausgeschrieben werden. Bei Gruppen- oder Firmennamen schreibt man zuerst den Namen voll aus, die Abkürzungen folgen in Klammern.

Die Pressemitteilung sollte nach dem Mitteilungstext einige allgemeine Informationen zur Organisation und ihren Zielen enthalten. Wichtig ist, am Ende eine Kontaktadresse für nähere Informationen, sowie Ort und Datum anzugeben. Auch aussagekräftige Fotos, etwa Aktionsfotos sollten mitgesendet werden. Soweit der Platz reicht, sind das gute Aufhänger - „Bild schlägt Text“. Hilfreich ist eine eigene Adressenliste mit den Kontaktdaten von regionalen Zeitungen, Rundfunksendern, Fernsehsendern oder anderen Medien sowie einen E-Mail-Verteiler der Medien für den schnellen Versand der Pressemitteilung.

Freianzeigen

Gemeinnützige Initiativen schicken häufig kostenlose „Freianzeigen“ an Redaktionen und Anzeigenabteilungen. Wenn beim Layout einer Zeitung irgendwo eine Lücke entsteht – bei Tageszeitungen meistens im Anzeigenteil – kann die Redaktion die Freianzeigen verwenden. So kann in Lokalzeitungen für das Anliegen und zum Mitmachen bei einer Bürgerinitiative bzw. einem Naturschutzverein Werbung gemacht werden. Dabei soll für die Angesprochenen deutlich werden, dass sie genauso wie die Initiatoren von dem Problem oder Mangel betroffen sind.

Leserbriefe schreiben

Leserbriefe zu lokalen Ereignissen, Persönlichkeiten oder Institutionen erregen meistens Aufmerksamkeit. Sie sollten sachlich gehalten sein und das Problem konkret und kurz ansprechen. Will eine Gruppe öfter mit Leserbriefen Meinung machen, ist es sinnvoll, dass sich die Leser mit ihren Beiträgen abwechseln, denn viele Zeitungen bringen nur eine bestimmte Zahl von Leserbriefen pro Person.

14. AKTIONEN

Nichts ist so wichtig für den langen Erhalt der anfänglich hohen Motivation wie der Erfolg. Dafür ist es hilfreich, erste gemeinsame Aktionen überschaubar zu gestalten.

Bei gemeinsamen Aktionen dürfen grundsätzlich Helfer oder auch Unbeteiligte nicht durch Gewalt oder finanziell gefährdet werden. Durch Kontaktaufnahme zu anderen Initiativen mit ähnlichen Zielstellungen können wertvolle Erfahrungen und Anregungen ausgetauscht und ggf. „Aktionsbündnisse“ geschmiedet werden.

Kontakt zur Politik

Über viele Projekte wird in Parlamenten entschieden. Daher erweist es sich häufig als förderlich, frühzeitig mit (geneigten) Politikerinnen und Politikern Kontakt aufzunehmen, um die Position und Ziele der Initiative zu erläutern.

Parlamentarische Aktivitäten können inhaltlich gemeinsam vorbereitet werden, beispielsweise Große und Kleine Anfragen oder Beschlussvorlagen. Man sollte Kontakt sowohl zu den Direktwahlkandidatinnen und -kandidaten bzw. ihren nächsten Wahlkreisbüros als auch zu den jeweils zuständigen – beispielsweise verkehrspolitischen oder umweltpolitischen – Sprecherinnen und Sprechern aufnehmen.

Politische Gremiensitzungen und Bürgerversammlungen

Ein fester Tagesordnungspunkt in Stadtverordnetenversammlungen und Gemeindevertretersitzungen ist normalerweise die Einwohnerfragestunde. Darin kann man in der Öffentlichkeit und im Beisein der Presse brisante kommunalpolitische Fragen stellen und sich gleichzeitig positionieren.

Bei Bürgerversammlungen und Wahlkampfveranstaltungen kann ein Wortbeitrag zum richtigen Zeitpunkt ein wirksames Mittel sein. Eine noch größere Wirkung erreicht man, wenn mehrere gut vorbereitete Leute hintereinander das Wort ergreifen. Auch das Entrollen von Transparenten kann eine große Aufmerksamkeit erregen. Auf parlamentarischen Sitzungen ist ein Einmischen jedoch nicht erlaubt.

Ausstellungen

Eine Möglichkeit, ein großes Publikum zu erreichen, wird mit Ausstellungen in gut zugänglichen und reich frequentierten Orten wie Schulen, Büchereien, Banken, Universitäten erreicht. Es können lokale Themen selbst aufgearbeitet oder eine größere Ausstellung in die Stadt geholt werden. Eine gute Ausstellung spricht vor allem durch Bilder an – „Bleiwüsten“ liest niemand gerne.

Büchertische

Büchertische sind beliebte Informationsquellen bei Veranstaltungen wie Kongressen, Straßenfesten und Demonstrationen. Gleichzeitig kann durch deren Anziehung für die Initiative und ihre Ziele geworben oder Unterschriften gesammelt werden. Die Büchertische können entweder selbst organisiert oder in Zusammenarbeit mit einem Buchgeschäft aufgebaut werden. Die Titel sollten thematisch passen. Verlage überlassen öfters den einen oder anderen Titel in Kommission; nicht verkaufte Exemplare können zurückgegeben werden.

Camps und Kundgebungen

Eine besonders intensive und dauerhafte Aktionsform sind Zeltlager oder Hüttendörfer an Stellen, wo der Umweltfrevel geplant ist. Auf der geplanten Trasse einer Straße, dem Gelände geplanter Golfplätze, Teststrecken, Flughäfen etc. werden Zelte und Hütten errichtet und bewohnt. Öffentlichkeitsarbeit und Kontakt zur Bevölkerung sind wichtig.

Für eine **Demonstration** muss es genügend Menschen geben, die mitmachen. Wichtig ist, dass die Demonstration spätestens 48 Stunden vor der Aufforderung zur Teilnahme bei der Polizei und dem Ordnungsamt angemeldet wird. Anzugeben sind Datum, Uhrzeit, voraussichtliche Teilnehmerzahl, Weg und die oder der verantwortliche Leiterin oder Leiter. Dieser oder diese hat für einen ordnungsgemäßen Ablauf der Demonstration zu sorgen, andernfalls wird sie, wie auch zum Ende der Demo, durch den Leiter oder die Leiterin beendet. Bei größeren Demonstrationen dürfen zur Verständigung zur Information auch Lautsprecher und Megaphone zumindest für technische Durchsagen verwendet werden.

Auch eine **Kundgebung** muss angemeldet werden. Bei dieser werden kurze Redebeiträge mit vielen Transparenten vorgetragen. Besonders eindrucksvoll ist, wenn eine Bühne aufgebaut wird und zum Auftakt Musik verwendet wird. Die Verwendung von Liedern oder Musikstücken ist bei der GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und Vervielfältigungsrechte) anzumelden.

Durch **Infostände** können auch Leute erreicht werden, die nicht zu Veranstaltungen der Bürgerinitiative oder des Naturschutzvereins kommen. Auch kann durch Infostände zu Straßendiskussionen herausgefordert werden. Die Mitglieder der Bürgerinitiative müssen für eine Diskussion aber gut vorbereitet sein. Der Infostand sollte im Straßenbild auffallen und an gut frequentierten Plätzen wie auf Straßenfesten, Fußgängerzonen, auf Wochenmärkten oder an ähnlichen Anziehungspunkten aufgebaut werden. Mit ein paar Tapeten- oder Campingtischen, selbst gebastelten Stellwänden und einem bunten Sonnenschirm lässt sich mit einfachen Mitteln ein Blickfang schaffen. Daneben kann auch ein Auto oder Kleinbus als Klebefläche für Plakate dienen. Einige Plakate sollten dabei die Leitinformation zeigen, wieder andere geben Auskunft über Details.

Der Infostand sollte mit Büchertischen, Unterschriftensammlung, Fragebogenaktionen oder Straßeninterviews kombiniert werden. Für den Infostand muss auf öffentlichem Gelände bei der Stadt oder Gemeinde eine Sondernutzungserlaubnis eingeholt werden. Viele Aktionen zu einem Thema an einem oder vielen Orten lassen sich als **Aktionstage** gut zusammenfassen und vermarkten.

Straßentheater

Die Stücke sollten kurz sein und wenig Text enthalten, damit die Leute im Vorbeigehen sämtliche Informationen mitkriegen. Eine Variante ist das „unsichtbare Theater“, wobei Passanten nicht merken, dass hier gespielt wird, z. B. können zwei Leute in der Straßenbahn über ein kommunalpolitisches Thema diskutieren und Umstehende einbinden.

Lindwurm, Lotterie „Sorglos“, Trauermarsch...

Kreative Ideen während einer Kundgebung ziehen besonders die Aufmerksamkeit auf sich, zum Beispiel: Mehrere Menschen bewegen sich unter einem langen Bettlaken als „Lindwurm“ durch die Fußgängerzone. An die Seite wird eine Forderung o. ä. gemalt. Der Lindwurm eignet sich auch gut, um auf einen Infostand aufmerksam zu machen.

Mit einer „öffentlichen“ Lotterie mit kostenlosen, großen, bunten Losen deren Preise jeweils der (zukünftige) gewünschte Zustand und deren Nieten den negativen Status quo oder die negative Veränderung kurz beschreiben, kommt man mit Interessierten leicht in Kontakt, in die Diskussion und zur Werbung für die Ziele. Auch das Gegenteil wirkt. Statt einer bunten Aktion erregt auch ein Schweigemarsch schwarz gekleideter Menschen Aufmerksamkeit. Während des Trauerzuges können schweigend Flugblätter verteilt werden. Der Kreativität sind lediglich durch etwaige Auflagen der Polizei Grenzen gesetzt. Für alle Demos, Kundgebungen und Aktionen gilt selbstverständlich, die Presse frühzeitig zu informieren.

Ortsbegehungen und Exkursionen

Ortsbegehungen mit Verantwortlichen sind eine gute Möglichkeit, Bedenken etwa über eine Naturzerstörung zu veranschaulichen. Denn oft wissen für die Planung Verantwortliche nicht, wie sich die Situation vor Ort darstellt. Auf Exkursionen können auch Bürgerinnen und Bürger für die Bedrohung sensibilisiert werden.

Plakate verwenden

Plakate erregen Aufmerksamkeit und weisen auf Veranstaltungen aller Art hin. Sie können mit Filzstiften und Tapetenresten schnell selbst hergestellt werden. Für die Plakate gilt bei Inhalt und Aufmachung generell das Gleiche wie für die Flugblätter. Plakate dürfen nicht an gewerblichen oder offiziellen Werbeflächen sowie vor Schaufenstern angebracht werden. Viel Aufmerksamkeit erreicht man, wenn einige Personen mit den auf Brust und Rücken festgeschnürten und durch Pappe versteiften Plakaten umherlaufen.

Postkartenaktion

Zwei Varianten sind möglich: Die eine Form ruft auf, die Karten an eine bestimmte Adresse zu senden, wo dann auch viele weitere eintreffen und die Forderung unterstreichen. Bei der anderen Form werden die Karten an Freunde und Bekannte verschickt. Sie enthalten den Aufruf, weitere Karten zu bestellen und selbiges damit zu tun. Bei beiden ist auf der Postkarte ein Text zum Problem abgedruckt.

Überreichen einer Resolution und Unterschriftenaktion

Im Rahmen einer kleinen Demonstration werden Forderungen beispielsweise der am Ort regierenden Partei oder der Bürgermeisterin bzw. dem Bürgermeister übergeben, vorzugsweise mit vielen gesammelten Unterschriften, etwa auch von Prominenten.

Unterschriftenlisten müssen Namen, Adresse und Unterschrift enthalten. Entscheidend ist die Form der Übergabe: Als Höhepunkt einer Demonstration, im Beisein der Presse werden die aufgefädelten Listen bei einem offiziellen, politischen Ereignis (z. B. Umweltkonferenz) übergeben.

Fachgespräche und Konferenzen

Werden Veranstaltungen mit Sachverständigen oder Beteiligten durchgeführt, so sollten diese rechtzeitig beworben und gut vorbereitet werden. Die Vorträge sollten kurz sein und zur Diskussion herausfordern. Falls eine öffentliche Versammlung in geschlossenen Räumen stattfindet, muss sie nicht angemeldet werden. Jede Versammlung braucht eine Veranstalterin oder einen Veranstalter, die oder der für den Ablauf und für die Aufrechterhaltung der Ordnung verantwortlich ist.

Beteiligung an Verfahren

Da eine Einbindung der Bürger im Planungsablauf durch die Öffentlichkeits- und Verbandsbeteiligung je nach Vorhaben bzw. Verfahren gesetzlich vorgesehen ist, können und sollten Betroffene rechtzeitig Einwendungen bzw. Widerspruch erheben. Dabei hängen Umfang und Ablauf der Beteiligung sehr stark vom jeweiligen Verfahren ab. Über die Beteiligungsmöglichkeiten sowie juristische Mittel wie Petitionen, Bürgerbegehren, Bürgerentscheide etc. informiert der Leitfaden Öffentlichkeitsbeteiligung Teil 1. Auch hier sei noch einmal auf die Beteiligungsrechte der anerkannten Naturschutzverbände hingewiesen.

15. DIE ERFOLGSKONTROLLE

Um die Wirkung der jeweiligen Aktion einzuschätzen, sollte eine gemeinsame Auswertung erfolgen:

Konnte das (Zwischen-) Ziel mit der Aktion erreicht werden?

Wie ist das Verhältnis von Aufwand zur Wirkung?

Wie weit hat die Aktion die Initiative Richtung Ziel weitergebracht?

Falls das Ziel nicht ganz erreicht werden konnte:

Wurden Teilerfolge erreicht?

Was war hinderlich, was war förderlich?

Was ist daraus für weitere Aktionen zu lernen?

Und nicht vergessen: Erfolge feiern!

Die meisten Aktionen sind mit großem Engagement der Gruppe und ihrer einzelnen Aktiven verbunden. Wenn die Auswertung der Aktion abgeschlossen ist, sollte man den gemeinsamen Einsatz feiern. Auch bei enttäuschenden Ergebnissen. Das gilt selbstverständlich umso mehr, wenn (Teil-) Ziele erreicht wurden, aber nicht nur: allein der gemeinsame Einsatz wirkt sich positiv auf die Gruppe aus und zeugt von ihrer Handlungsfähigkeit. Für die nächste Aktion.

Literatur:

BBU (1996): Bürgerinnen und Bürger initiieren Zukunft – Handbuch für Bürgerinitiativen. – Bundesverband Bürgerinitiativen Umweltschutz (Hrsg.) Bonn, 31 S.

Bergstedt, J., Hübsch A., Rüdén P., Schadt T. & M. Schrul (1997): Aktionsmappe Umwelt.- Institut für Ökologie (Hrsg.) Bremen.

Deutsche Umweltstiftung (2001): Adressbuch Umweltschutz – Spektrum Verlag, Heidelberg 592 S.

Schneider, W. & P.-J. Raue (1999): Handbuch des Journalismus.-Rowohlt-Verlag, Reinbek bei Hamburg, 345 S.

Sommer, J. (2015): Kursbuch Bürgerbeteiligung, Verlag der Deutschen Umweltstiftung, Berlin, 538 S.

Eberhard, U., Jostes, M., milan, Schöffermann, D., Wattler-Kugler, P. (2011): Die Organizer-Spirale - Stiftung MITARBEIT, UMBRUCH – Bildungswerk für Friedenspolitik und gewaltfreie Veränderung (Hrsg.), Bonn / Dortmund