

Zivilgesellschaftliche Willensbildung per Mausclick

Über Praktiken und Perspektiven des Kampagnen-Aktivismus im Kontext klimapolitischer Interventionen

„Wenn wir die Klimakrise in den Griff bekommen wollen, brauchen wir beides: Wir müssen unseren privaten Konsum ändern und als Bürger und demokratischer Souverän Druck machen – demonstrieren, Petitionen unterschreiben, Abgeordnete konfrontieren.“¹ Harald Welzer

Im vergangenen Jahr hat die Protestbewegung *Fridays for Future* (FFF) eine öffentliche Debatte über den Klimaschutz mit ungeahnt großer Breitenwirkung entfacht. Dabei wurde nicht zuletzt die Frage aufgeworfen, welchen Beitrag jede*r Einzelne zur Bekämpfung der Klimakrise leisten kann. Die inzwischen geläufige Antwort darauf, persönliche Lebensstile zu verändern und sich politisch zu engagieren, leuchtet ein, hinterlässt aber auch viel Ratlosigkeit bei der Frage, wie sich beide Anforderungen auf längere Sicht einlösen lassen. Mit der rasant sich ausbreitenden Corona-Epidemie scheint diese Problematik vorerst an Dringlichkeit verloren zu haben. Sie wird aber früher oder später um so drängender wiederkehren – nicht zuletzt im Zusammenhang bisheriger „Reizthemen“ wie etwa weniger zu fliegen, weniger Fleisch zu essen oder die eigene Unterschrift für unbequeme, strittige Forderungen „herzugeben“.² Damit wird erneut und verstärkt das Schlüsselproblem im Blickpunkt der Öffentlichkeit stehen, ob ein „Weitermachen wie bisher“ noch als Richtschnur künftigen gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Handelns gelten kann.³

Für persönliche Verhaltensänderungen, die zur Eindämmung der Klimakrise beitragen können, hatte bereits im Oktober 2019 die Entwicklungs- und Umweltorganisation *Germanwatch* mehrere **Anregungen** gegeben. Ihr ging es um Möglichkeiten, wie sich jede*r Einzelne an der Durchsetzung von Rahmenbedingungen beteiligen kann, die „klimaschädliches Verhalten erschweren und klimaschützendes Verhalten in direkt zugänglichen Umfeldern zum Standard machen“. Hierzu sei es erforderlich, politische Entscheidungsträger*innen zu durchgreifenden Maßnahmen in verschiedenen Politikbereichen zu bewegen, gleichzeitig aber auch Veränderungen „selbst in die Hand zu nehmen“: so etwa bei der Wahl der Stromanbieter und Fortbewegungsmittel oder der „gesamten Versorgung von öffentlichen Einrichtungen wie (Hoch-)Schul- und Unternehmenskantinen mit regionalen und ökologischen Erzeugnissen.“ Die positiven Auswirkungen solchen Handelns charakterisierte Germanwatch in Abgrenzung zum negativ konnotierten Begriff „ökologischer Fußabdruck“ mit dem Terminus „Handabdruck“: eine Bezeichnung für den Sachverhalt, dass Menschen „ansatzweise angemessene Wirkungen“ erzeugen könnten, wenn sie sich besonderen Herausforderungen stellen, und zwar passend zu ihren persönlichen Fähigkeiten und Möglichkeiten. Hier liege, so Germanwatch, der Schlüssel für erfolgreiche transformative Aktivitäten: „Den Handabdruck zu vergrößern, bedeutet, größere Veränderungen in unserem Umfeld anzuregen, die nachhaltiges Verhalten für mehr Menschen leichter machen, und sich politisch zu engagieren, um nachhaltige Rahmenbedingungen bei Politik und Wirtschaft einzufordern.“⁴

Zu den von Germanwatch empfohlenen Handlungsoptionen gehört auch die aktive Beteiligung an der Eingabep Praxis. Diese Option – Petition oder Bürgerbegehren starten – soll im Folgenden auf bereits bestehende Praktiken bezogen und dahingehend hinterfragt werden, unter welchen Bedingungen von ihr nachhaltige Wirkungen ausgehen könnten. Zu diesem Zweck ist zunächst von maßgeblichen Akteur*innen des schriftlichen „Beschwerdewesens“, ihren Zielvorstellungen und geläufigen Vorgehensweisen die Rede. Im Weiteren werden auffällige Schwächen der bisherigen Eingabep Praxis offengelegt und Vorschläge erläutert, wie sich in diesem Betätigungsfeld die zivilgesellschaftlichen „Handabdrücke“ verstärken lassen. Abschließend geht es um aktuelle Gefährdungen, die den Kampagnen-Aktivismus zu einer übergreifenden Kooperation und wirksameren Vernetzung veranlassen sollten.

Online-Kampagnen als Handlungsoption

Bei der Beantwortung der Frage „Was kann jeder Einzelne gegen die Klimakrise tun?“ würde die Online-Plattform Campact, nach eigenem Selbstverständnis als „Bürgerbewegung“ für eine „progressive Politik“ streitend, wahrscheinlich ähnlich wie im Eingangszitat drei Handlungsfelder besonders hervorheben: Zum einen sei es notwendig, so oft wie möglich an Großdemonstrationen und lokalen Aktionen zur Bekämpfung der Klimakrise teilzunehmen, zum anderen sollten aktuelle Petitionen und Appelle wie etwa zum beschleunigten Ausbau der Windenergie oder zum Stopp des Mercosur-Handelsabkommens auf möglichst breiter Basis unterstützt werden und zum dritten müsse man, wo immer möglich, mit politischen Einflussträger*innen ins Gespräch kommen.⁵

Dementsprechend würden auch die europaweit agierende Plattform WeMove.EU, manche profilierten Campaigner*innen, die bei WeAct, OpenPetition oder Change.org. Petitionen verbreiten, sowie NGOs wie etwa der BUND, die Deutsche Umwelthilfe (DUH) oder Greenpeace reagieren, die sich im vergangenen Jahr an der Organisation der beiden großen Klimastreiks von Fridays for Future (FFF) beteiligt haben. Nicht zuletzt sind hier auch Europäische Bürgerinitiativen zu nennen, die zur konsequenten Durchsetzung einer transnationalen Klima- und Umweltpolitik in der EU gegründet wurden und mit Unterschriftensammlungen um ihre Anerkennung kämpfen.

Für die Suche nach mehr Selbstwirksamkeit machen diese Akteur*innen zunächst ein vergleichsweise einfach umzusetzendes Angebot, das aber deutlicher fokussiert ist: Ihnen geht es darum, die politische Willensbildung nicht nur der Privatsphäre, Bürgerversammlungen oder allgemein gehaltenen Appellen protestierender „Straßenöffentlichkeiten“ zu überlassen, sondern diese zielgenau durch das „Nadelöhr“ stringenter Kampagnen zu schleusen, die sich auf konkrete Missstände beziehen. So wendet sich bspw. die Initiative *Lieferkettengesetz*, getragen von einem breiten Bündnis aus 64 NGOs, gegen skrupellose Geschäftspraktiken deutscher Firmen und deren ausländischer Zulieferer. In ihrer Petition *Gegen Gewinne ohne Gewissen hilft nur noch ein gesetzlicher Rahmen* fordert die Initiative die Bundesregierung dazu auf, bis 2020 deutsche Unternehmen zur Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards entlang der weltweiten Wertschöpfungsketten zu verpflichten.⁶ Dieser Vorstoß ist inzwischen vom Arbeits- und Entwicklungsministerium aufgegriffen worden, die beide bis Juni 2020 gemeinsame *Eckpunkte für ein Lieferkettengesetz* vorlegen wollen.⁷

Für die Charakterisierung sämtlicher Aktivitäten, Akteure und Akteurinnen, die mit schriftlichen Eingaben unterschiedlicher Reichweite weltweit zukunftsfähige Lebens- und Arbeitsverhältnisse anzustreben suchen, eignet sich die Sammelbezeichnung *Kampagnen-Aktivismus*. Ihn kennzeichnet, mit *Interventionsmedien* wie Petitionen, offenen Briefen, Aufrufen und E-Mail-Aktionen auf die Beseitigung von Missständen und Fehlentwicklungen hinzuwirken, und dies nicht nur auf nationalstaatlicher, sondern ebenso auf europäischer und internationaler Ebene.

Dieser Begriff schließt somit Einflussformen mit ein, die über die herkömmliche Eingabep Praxis, wie sie beim Petitionsausschuss des Deutschen Bundestags üblich ist, deutlich hinausreichen und deren Hürde umgehen, wonach eine Sammelpetition vor ihrer Anhörung im Ausschuss von mindestens 50.000 Personen innerhalb einer Sammelfrist von vier Wochen unterstützt werden muss. Dies gilt jedoch nicht für die Gründung *Europäischer Bürgerinitiativen* (EBIs), deren Wirksamkeit ebenfalls auf eine vorherige Unterstützung angewiesen ist: Die Europäische Kommission genehmigt das Anliegen einer EBI als Gegenstand einer eigenen Stellungnahme, öffentlichen Anhörung im EU-Parlament und ggf. als Auslöser einer Gesetzesinitiative erst, wenn diese innerhalb eines Jahres eine Million Unterschriften in einem Viertel aller EU-Mitgliedsstaaten erhalten hat.

Aufgrund solch strikter Vorgaben stellt sich die Frage, wie mehrere im vergangenen Jahr ins Leben gerufene Initiativen noch rechtzeitig ihr „Millionenziel“ erreichen können. Die beiden klimapolitisch exponierten EBIs *Klimawandel schnell, wirksam und fair stoppen* und *Abschaffung der Steuerbefreiung von Flugzeugtreibstoff* drohen bereits zu scheitern, weil beide bislang nur Zustimmungswerte im fünfstelligen Bereich erhalten haben und ihre Sammelfristen im Mai 2020 auslaufen. Doch auch die EBI *Bienen und Bauern retten*, der europaweit über 100 Organisationen aus den Bereichen Landwirtschaft, Gesundheit und Umweltschutz Beistand leisten, könnte ihr Ziel verfehlen: Um politische Wirkung in den EU-Institutionen entfalten zu können, muss sich ihre bisherige Unterstützung (rund 187.000 Unterschriften) bis November 2020 um mehr als das Fünffache erhöhen.

Merkmale der Kampagnen-Praxis

Insofern ist nachvollziehbar, dass sich Kampagnen-Akteur*innen auf die Gründung von EBIs und deren zeitaufwändiges Procedere nur in Ausnahmefällen oder in Form von Aktionsbündnissen einlassen. Stattdessen wird eine einfachere Interventionspraxis ohne „Instanzenweg“ bevorzugt, die in der Regel an folgenden Prinzipien und Vorgehensweisen orientiert ist:

- Ein Großteil der Aufrufe und Eingaben ist direkt an die zuständigen politischen Einfluss- und Entscheidungsträger*innen adressiert, um sie auf einen bislang ignorierten Handlungsbedarf in diversen Politikfeldern aufmerksam zu machen.
- Zu diesem Zweck werden Forderungen zur Rücknahme von Fehlentscheidungen und alternative Lösungsvorschläge so gut wie möglich mit Sachargumenten begründet und ggf. durch zusätzliche Expertisen abgestützt.
- Damit Kampagnen eine breitere Öffentlichkeit erreichen, versucht man deren Übergabe an die Entscheidungsträger*innen medienwirksam in Szene zu setzen.

- Die Willensbildung artikuliert sich nicht in Parolen und Beifallsbekundungen, wie dies auf Demonstrationen und öffentlichen Kundgebungen der Fall ist, sondern bezieht sich auf konkrete Einzelthemen. Ausschlaggebend ist hier die Entscheidung *jeder einzelnen Person*, Petitionen und Protestschreiben mit der eigenen Unterschrift zu unterstützen. Anschließend generiert der Kampagnen-Aktivismus aus jeder Zustimmung ein fiktives „Wir“, das numerisch gemessen wird.
- Der *subjektive Faktor* spielt somit auch bei der Kampagnen-Praxis eine maßgebliche Rolle: Diese steht und fällt mit der Bereitschaft, sich nach „bestem Wissen und Gewissen“ an gezielten Willensbildungen zu beteiligen.
- Ferner lässt sich aus dieser Perspektive die Wirksamkeit von kritischen Kommentaren und Diskursen, Kundgebungen und demonstrativen Auftritten erst herstellen oder verstärken, wenn die dort geäußerten Ansprüche und Forderungen in zielgerichtete Eingaben umgesetzt und so einer breiteren Willensbildung zugänglich gemacht werden.
- Schließlich ist die Kampagnen-Szene davon überzeugt, dass die zivilgesellschaftlichen Einflussmöglichkeiten ohne den Gebrauch von Interventionsmedien erheblich schwächer wären. Hierbei beruft man sich u.a. auf die Erfahrung mit erfolgreich durchgeführten Kampagnen – auch wenn es sich dabei häufig nur um „Etappensiege“ handelt, die weitere Einflussnahmen erforderlich machen.

Als aktuelles Beispiel für solche Erfolge ist die 2012 gegründete EBI *Wasser ist ein Menschenrecht* („Right 2 Water“) zu nennen, die inzwischen ihre Forderungen nach Reinhaltung und öffentlichem Zugang zu Trinkwasser in der EU weitgehend durchsetzen konnte: Am 18.12.2019 beschloss das EU-Parlament, die EU-Kommission und der Rat eine Trinkwasserrichtlinie, die trotz einiger Abstriche als deutlicher **Erfolg für die europäische Zivilgesellschaft** angesehen wird.⁸

Im Gegensatz zu diesem erst nach einem halben Jahrzehnt erzielten Durchbruch stehen Ad-hoc-Initiativen, die im Handumdrehen erfolgreich verlaufen. Hierzu folgendes Beispiel: Am 12.2.2020 stimmte das EU-Parlament mit knapper Mehrheit gegen die Verwendung von mit Blei verunreinigtem Polyvinylchlorid (PVC) bei der Herstellung von Gebrauchsgütern wie Rohren, Kabelisierungen, Verpackungen und Kleidungsstücken. Diese Entscheidung wurde maßgeblich von der WeMove-Plattform durch eine sofortige Mobilisierung ihrer Anhänger*innen beeinflusst: Mehr als 25.000 europäische Bürger*innen schickten eine Woche vor der Parlamentsentscheidung Tweets und E-Mails an ihre Abgeordneten, in denen diese zu einem strikten, europaweit geltenden Verbot von bleihaltigen Produkten aufgefordert wurden.⁹

Konkurrenz um Aufmerksamkeit

Solchen Gemeinsamkeiten steht allerdings eine *fragmentierte* Praxis im Weg, durch die das Wirkungspotenzial von Kampagnen geschwächt wird. Diese befindet sich in einem Zustand, der erst nach längerer Beobachtung der üblichen Praktiken des Kampagnen-Aktivismus in den Blick gerät: Wer die Newsletter *mehrerer* Plattformen und NGOs bezieht, sieht sich nicht nur mit einer Vielzahl wichtiger und dringender Anliegen konfrontiert, sondern auch mit der permanenten Aufforderung zur Unterstützung und Weiterleitung aktueller Kampagnen im Bekanntenkreis, der ständigen Bitte um Geldspenden und unentwegten Appellen zur weiteren Beteiligung.

Mit dieser Feststellung soll keineswegs die Notwendigkeit regelmäßig durchgeführter Spendensammlungen zur Finanzierung der Öffentlichkeitsarbeit u.a.m. in Abrede gestellt werden. Doch kann das gemeinhin übliche Vorgehen, fast jede Schilderung von Notlagen und Missständen zum Anlass für Spendenaufrufe zu nehmen, auf Akzeptanzgrenzen stoßen, wodurch ggf. sehr ambitionierte Vorhaben, wie etwa die von der DUH und FFF geplante Verfassungsklage bezüglich eines konsequenten Klimaschutzes (vgl. folgendes Kapitel), nicht genügend finanzielle Unterstützung erhalten.

Außerdem ist auffällig, dass zu manchen Themen wie bspw. dem Mercosur-Handelsabkommen gleichzeitig zwei oder drei Kampagnen mit ähnlichem Inhalt initiiert worden sind. Gerade bei dieser brisanten Problematik wäre es jedoch ratsam, in absehbarer Zeit eine transparente und wirksame Bündelung aller zivilgesellschaftlichen „Abwehrkräfte“ anzustreben, die dazu beizutragen können, ein Inkrafttreten des Ende Juni 2019 zwischen der EU und den Mercosur-Staaten abgeschlossenen Abkommens zu verhindern. Dies legt auch eine kürzlich erschienene Studie nahe, in der die gesamte Bandbreite negativer Folgewirkungen des Mercosur-Abkommens analysiert wird.¹⁰

Derartige Schwächen im Erscheinungsbild können insbesondere zu Hochzeiten des Kampagnen-Aktivismus (wie in den Monaten vor den Europawahlen oder dem ersten großen „Klimastreik“ am 20. September) zu Verdross führen und dazu verleiten, ohne genauere Prüfung „alles oder nichts“ zu unterschreiben oder nur noch nach Gutdünken zu verfahren. Außerdem lässt sich zwischen der Bekanntmachung politisch relevanter Kampagnen und Aufrufen zur Teilnahme an Demonstrationen ein klarer Trennstrich beobachten: Beide Praktiken der „Massenmobilisierung“ stehen bislang weitgehend beziehungslos und unverbunden nebeneinander.¹¹

Dass mit dieser Verbreitungspraxis Vieles im Argen liegt, hat sachbezogene, aber auch sachfremde Gründe: Mit der medialen Offenlegung breit gestreuter Missstände vermehren sich die Anlässe für direkte Interventionen aus der Zivilgesellschaft und es steigt der Druck, einer Vielzahl an politischen Misereen gleichzeitig entgegentreten zu müssen. Allein zum Thema *Klima- und Umweltpolitik* sind derzeit in Deutschland bis zu 70 inhaltlich exponierte Eingaben (Aufrufe, Petitionen, offene Briefe) im Umlauf, die sich gegen diverse Missstände in zehn Politikfeldern auf deutscher, europäischer und internationaler Ebene richten. Zugleich findet ein Großteil dieser Interventionen vorrangig unter den Sympathisant*innen und Unterstützerkreisen der o.g. Akteure Verbreitung, weshalb die Erfolgsaussichten für eine wirksamere Ausweitung wahrscheinlich vielfach gering sind.¹²

All dies führt nicht nur zu einer irritierenden *Unübersichtlichkeit* und einem *Überangebot* in der Kampagnen-Produktion, sondern löst zugleich zwischen den o.g. NGOs und Plattformen einen Wettkampf um Aufmerksamkeit aus, der in letzter Konsequenz zu einem *Verdrängungswettbewerb* führt, dem noch nicht beendete Kampagnen zum Opfer fallen können. Daran, einer im Grunde kontraproduktiven Konstellation, sind auch *systemische* Zwänge beteiligt: Bei den Akteuren handelt es sich um zivilgesellschaftliche Organisationen, die auf ihr besonderes Profil, ihre politische und ökonomische Eigenständigkeit, bedacht sind und die deshalb bislang ein souveränes, über befristete Aktionsbündnisse hinausreichendes Zusammenwirken mit konkurrierenden Akteuren kaum in Betracht ziehen.

Damit stellt sich die Frage, wie angesichts solcher Hindernisse aus der relativ isolierten Eingabepraxis ein *prägnanter Handabdruck zivilgesellschaftlichen Gemeinsinns* entstehen könnte. Oder, wiederum bildhaft gesprochen, ein *drittes Standbein* für öffentliche Einflussnahmen – zusätzlich zu den üblichen Großdemonstrationen und intervenierenden Aktionen einerseits sowie direkten Kontaktaufnahmen zu politischen Entscheidungsträger*innen andererseits.

Halböffentliches Schattendasein

Der Handlungsbedarf, um den es hier geht, lässt sich mit folgenden Zahlen verdeutlichen: An den Massenprotesten zur Klimapolitik nahmen in Deutschland am 20.9.2019 insgesamt 1,4 Millionen Menschen und am 29.11. 630.000 Bürger*innen teil. Genau in diesem Zeitraum wurde vom BUND und anderen NGOs der Eilappell an die Bundesregierung **Klimakrise: Anpacken statt Kapitulieren!** verbreitet und von knapp 360.000 Menschen unterstützt.¹³ In Relation zu maximalen Zustimmungswerten früherer Kampagnen wie zur „Rettung des Internet“ (1,5 Millionen Unterstützer*innen in Deutschland) oder zum Stopp des transatlantischen Freihandelsabkommens TTIP (knapp 3,3 Millionen EU-Bürger*innen) fällt auf, dass die Unterstützung dieses Appells angesichts der Massenproteste zu einem so herausragenden Thema durchaus noch größer hätte ausfallen können.

Ein solches Missverhältnis ist u.a. auf einen spürbaren *Mangel an strategischer und kommunikativer Vernetzung* zurückzuführen: Dass sich zielführende Kampagnen nicht von selbst online verbreiten, sondern ebenso öffentlich beworben werden sollten, scheint bislang vielen Akteuren – auch Teilen der Klimaprotestbewegung – ein noch weitgehend fremder Gedanke zu sein. Dies betrifft nicht nur die aktuellen Einwände zur deutschen Klima- und Umweltpolitik, sondern ebenso Interventionen auf europäischer Ebene wie zur Agrar- und Handelspolitik, friedensgefährdenden Aufrüstungsprojekten oder zum Steuersenkungswettbewerb zwischen den EU-Mitgliedsstaaten. So hat etwa die vom EU-Parlamentarier Sven Giegold im Mai 2019 initiierte Petition **Stoppt die Blockade der Bundesregierung im Kampf gegen Steuervermeidung großer Unternehmen!** bislang keine so starke Zustimmung (in einer Größenordnung im sechs- oder siebenstelligen Bereich) erhalten, wie sie es angesichts ihrer richtungsweisenden Bedeutung für die Bekämpfung von Steuerdumping in der EU eigentlich verdient hätte.¹⁴

Dieses und andere Beispiele zeigen, dass der Kampagnen-Aktivismus von wenigen Ausnahmen abgesehen im Internet ein *halböffentliches Schattendasein* fristet. Im Gegensatz dazu steht der direkt intervenierende Aktivismus der Klimaprotestbewegung, dem es gelungen ist, mit medienwirksamen Aufritten im Brennpunkt der Öffentlichkeit zu stehen, wie etwa bei den in Kohlerevieren oder städtischen Räumen mit großem persönlichen Einsatz durchgeführten Blockadeaktionen von *Ende Gelände* und *Extinction Rebellion*.

Allerdings ist die Trennschärfe zwischen beiden „Bewegungsmilieus“ nicht so groß, wie sie mit dieser Entgegensetzung unterstellt wird. Denn längst versucht auch FFF, „**alle demokratischen Mittel voll auszuschöpfen**“¹⁵ und sich an der Kampagnen-Praxis zu beteiligen: Angehörige der Bewegung kreieren eigene Petitionen, wie etwa zu einer **Klage vor dem Bundesverfassungsgericht**, mit der Bundesregierung und Bundestag zu wirksamen Klimaschutzmaßnahmen und zur Einhaltung des 1,5 Grad Ziels gezwungen werden sollen.¹⁶ Zudem haben Vertreter*innen von FFF bereits im August 2019 eine **EBI** ins Leben gerufen, um europaweit ambitionierte Klimaschutzziele durchzu-

setzen. Darüber hinaus ist parallel zu erstmaligen Protesten von FFF gegen ein deutsches Unternehmen, den Siemens Technologiekonzern, eine **Maillkampagne** gestartet worden. In ihr wird der Vorstand dazu auffordert, die Beteiligung von Siemens am Bau eines der größten Kohlebergwerke der Welt, der Adanis-Carmichael-Kohlemine im australischen Bundesstaat Queensland, sofort zu beenden und den von Siemens bereits abgeschlossenen Vertrag zur Lieferung von Signaltechnik für den Abtransport von Kohle umgehend aufzukündigen.¹⁷

Dieser Vorstoß wird nun womöglich den **Auftakt zu FFF-Protesten gegen weitere wirtschaftliche Akteure** bilden – wie etwa gegen europäische Banken, öffentlich-rechtliche Kreditinstitute und Versicherungen, die nach Recherchen der NGO Urgewald¹⁸ seit Abschluss des Pariser Klimaabkommens verschiedenen Firmen insgesamt 92 Milliarden Euro für Investments in den Bau neuer Kohlekraftwerke zur Verfügung gestellt haben. Ob und inwieweit darauf FFF reagieren kann und bspw. das Deka-Invest-Angebot der deutschen Sparkassen als Investmentsparte anprangern soll, weil mit ihr klimaschädigende Investitionen finanziert werden, darüber wird zurzeit in den Ortsgruppen von FFF diskutiert. Insofern ist nicht auszuschließen, dass alsbald auch Akteur*innen aus der *Finanzindustrie* ins Visier der Klimaprotestbewegung geraten und hierzu, ergänzend zu öffentlichen Auftritten, Online-Kampagnen gestartet werden.¹⁹

Trotz solcher zunehmend sich bemerkbar machenden Querverbindungen zwischen medial und direkt durchgeführten Interventionen bleibt die schriftliche Eingabepraxis im Vergleich zu Massenkundgebungen oder **vor Ort durchgeführten Protesten mit direktem Adressatenbezug** der öffentlichen Aufmerksamkeit immer noch weitgehend entzogen.²⁰ Deshalb könnte sie auch künftig – insbesondere in Zeiten, in denen ein konfliktgeladenes Tagesgeschehen im Handumdrehen massiven „Druck der Straße“ auslöst – als Randphänomen abgetan werden. Den Kampagnen-Aktivismus zu ignorieren, würde jedoch bedeuten, sich nicht nur von einem bereits gefestigten und wirksamen Handlungsfeld abzuwenden. Vielmehr würde man auch nicht beachten, dass sich in manchen Eingaben ein *seismographisches Gespür* für Fehlentwicklungen und Missstände zeigt, bevor die etablierten Medien auf diese aufmerksam werden und darüber breitenwirksam berichten. Eine derartige *Wachsamkeit* lässt sich bspw. bei Eingaben zur **deutsch-europäischen Rüstungs- und Sicherheitspolitik**²¹, zur **Zerstörung von Naturschutzgebieten in Osteuropa**, zur **Freihandelspolitik der EU** oder, im internationalen Kontext, zu dem in Kanada geplanten Bau der **weltweit größten Teersand-Mine** erkennen, für die 292 km² Wald und Feuchtgebiete gerodet oder belastet werden sollen.²²

In diesem Zusammenhang ist auch die Petition **Menschenrechte schützen – Konzernklagen stoppen!**, hervorzuheben, die sich gegen das Privileg internationaler Konzerne wendet, Staaten vor privaten Schiedsgerichten auf Entschädigung verklagen zu können, sobald ihre Gewinnaussichten durch anspruchsvollere Umwelt- und Sozialstandards gefährdet sind. Die Eingabe hat bis zu ihrer Beendigung im Januar 2020 Zuspruch von rund 837.000 EU-Bürger*innen erhalten. Und ebenso zeichnet sich etwa die Petition **Wildtiermärkte müssen geschlossen werden** der NGO Rettet den Regenwald durch Geistesgegenwart aus, weil in dieser „Bittschrift“ der Präsident der Volksrepublik China auf einen möglichen Ausgangsort der Corona-Pandemie aufmerksam gemacht und zu dessen Beseitigung aufgefordert wird.

Darüber hinaus weist die Kampagnen-Praxis in bestimmten Fällen eine Qualität auf, die sich FFF offenbar zunehmend zu erschließen beginnt, bislang aber bei öffentlichen Kundgebungen kaum

zum Vorschein gelangt: Sie scheut sich nicht vor den „*Mühen der Ebene*“, wenn es darum geht, durch unermüdliche Einflussnahmen auf Entscheidungsträger*innen und -prozesse Fehlorientierungen wie etwa in der europäischen Agrar- und Handelspolitik entgegenzuwirken. Das hierbei eingesetzte Instrumentarium reicht von Eilpetitionen über gezielte, an einzelne Entscheidungsträger*innen gerichtete Briefaktionen bis hin zu Klagen vor dem Bundesverfassungsgericht, Europäischen Gericht oder Europäischen Gerichtshof und kann somit auch rechtliche Überprüfungen von Beschwerden und Forderungen mit einschließen, wenn alle bisherigen Maßnahmen sich als wirkungslos erwiesen haben (Ultima Ratio-Prinzip).

Kommunikatives Handeln als Chance

Aus all diesen Gründen sollte die gegenwärtig zu beobachtende *Zersplitterung* des Kampagnen-Aktivismus nicht widerspruchlos hingenommen werden. Denn sein in mancherlei Hinsicht problematischer Zustand lässt sich durch ein intelligentes „kommunikatives Handeln“ überwinden, das von *zusätzlichen* Akteure ausgehen könnte, die in ihren Zuständigkeitsbereichen geeignete Vorkehrungen treffen, um der Eingabepaxis mehr öffentliche Geltung zu verschaffen.

Die hierfür erforderlichen Hilfsmittel und Verhaltensregeln ließen sich mit überschaubarem organisatorischem Aufwand herbeiführen: Man benötigt dazu im Netz einen allgemein zugänglichen *Kampagnenpool*, in dem sämtliche seriös argumentierenden Kampagnen, die sich auf zentrale transnationale Problemstellungen beziehen, abrufbereit und nach Politikfeldern gegliedert vorzufinden sind. Eine zentrale *Kontaktadresse* würde es dann ermöglichen, jederzeit zu verschiedenen Anlässen und Thematiken auf aktuelle Petitionen und Aufrufe hinzuweisen und deren Unterstützung zu empfehlen.

Ein Beispiel für solche intermediale Vernetzung, das anlässlich der großen „Klimastreiks“ am 20.9. und 29.11.2019 entstanden ist, existiert bereits im Netz: die Wiedergabe eines *Überblicks über aktuelle klima- und umweltpolitische Kampagnen* verschiedener Plattformen, NGOs und EBIs auf der Homepage der Bremer Heinrich-Böll-Stiftung (www.boell-bremen.de).

Solche Angebote setzen allerdings voraus, dass es nicht länger als lästig bis überflüssig gilt, zu geeigneten Anlässen in angemessener Form auf den Kampagnen-Aktivismus aufmerksam zu machen und diesen bei unterschiedlichen Veranstaltungen – Kundgebungen, öffentlichen Debatten, Fortbildungen – in den Blickpunkt der Öffentlichkeit zu rücken. Denn nur unter dieser Voraussetzung macht es Sinn, ein größeres Projekt zu dessen Stärkung in Angriff zu nehmen, in dem u.a. vorgesehen sein sollte, sich mit den jeweils zuständigen Campaigner*innen der o.g. Plattformen und NGOs über eine größtmögliche Breitenwirkung ihrer Kampagnen zu verständigen.

Für solche Koordinierungsarbeit kämen sachkundige Personenkreise, womöglich aber auch *gewerkschaftliche Arbeitsgruppen* in Frage, die sich dem *Gebot einer stärkeren gesellschaftlichen Gemeinwohlorientierung der Gewerkschaften* verpflichtet fühlen.²³ Für die zweite Variante spricht die partielle Verbundenheit des DGB mit der Kampagnen-Praxis, die sich etwa bei der Beteiligung an der *Initiative Lieferkettengesetz* oder Unterstützung der EBI *Housing for all* bemerkbar macht, die ein bezahlbares Wohnen in der Europäischen Union durch Schaffung besserer rechtlicher und finanzieller Rahmenbedingungen anstrebt.²⁴ Als Beispiel für solches Engagement sei hier auch der

Arbeitskreis Gewerkschafter*innen Aachen genannt, der auf seiner Website aktuelle europapolitische Kampagnen bewirbt.²⁵ –

In diesem Kontext erhält der Begriff „kommunikatives Handeln“ eine *strategische* Funktion: Hierbei geht es maßgeblich um Verständigungsprozesse zwischen diversen Akteur*innen, die auf eine zweckmäßige Koordination unterschiedlicher Kampagnen-Initiativen sowie auf die Vergrößerung ihrer Publizität und Breitenwirkung abzielen. Damit wird zugleich ein Konsens bezüglich der Mängel und Unzulänglichkeiten bestehender Praktiken vorausgesetzt, der sich bislang allerdings kaum in zivilgesellschaftlichen Diskursen bemerkbar macht.

Aktuelle Herausforderungen

Ein kritisch reflektierter und transparent gestalteter Umgang mit politisch relevanten Kampagnen scheint jedoch überfällig zu sein. Über die bereits genannten Gründe hinaus legen dies folgende Entwicklungen und sich daraus ergebende Schlussfolgerungen nahe:

- Der Kampagnen-Aktivismus weist im Vergleich zum wechselvollen „Auf und Ab“ neuer sozialer Bewegungen eine bemerkenswerte **Kontinuität** auf, die sich mittlerweile auf einen Zeitraum von mehr als 15 Jahren erstreckt.²⁶ Ob diese Beständigkeit fortauern wird, lässt sich derzeit schwer beurteilen, wird aber voraussichtlich vom Ausmaß öffentlicher Aufmerksamkeit, Anerkennung und Unterstützung abhängen.
- Zurzeit wird die Kampagnen-Praxis auf eine harte Probe gestellt: Nachdem der Kampagnenplattform *Campact*, dem globalisierungskritischen Netzwerk *Attac* und der *VVN-BdA* (Vereinigung der Verfolgten des Naziregimes – Bund der Antifaschisten) die Gemeinnützigkeit aberkannt wurde und deren Entzug auch dem eingetragenen Verein *Change.org* droht, ist zu befürchten, dass durch die anstehende Reform des Gemeinnützigkeitsrechts auch die gesamte Eingabep Praxis in Mitleidenschaft gerät: Nach den bisherigen Änderungsvorschlägen aus dem Bundesfinanzministerium soll das politische Engagement aller gemeinnützigen Vereine weitgehend auf deren satzungsgemäße Zwecke reduziert werden, wovon auch einflussreiche Organisationen wie die *Deutsche Umwelthilfe* betroffen sein könnten. Gegen diese andauernde Gefahr einer weiteren Einschränkung zivilgesellschaftlicher Einflussmöglichkeiten haben sich bereits im Oktober 2019 mehr als 150 Vereine und Stiftungen in der **Allianz Rechtssicherheit für politische Willensbildung** zusammengeschlossen und einen Monat später neun große Umweltverbände in einem **offenen Brief** an den Finanzminister Einspruch erhoben.²⁷ Ferner setzt sich dagegen seit März 2019 die Allianz Rechtssicherheit mit der bei OpenPetition verbreiteten Eingabe **Zivilgesellschaft nützt der Gemeinschaft zur Wehr**.²⁸
- Aus diesen Reaktionen geht hervor, dass viele tonangebende NGOs und Plattformen imstande sind, ihre speziellen Arbeitsschwerpunkte in den Kontext eines größeren Ganzen zu rücken und wirksame Aktionsbündnisse zur Verteidigung ihrer politischen Handlungsspielräume zu bilden. Allerdings lässt sich eine solche Zusammenarbeit nicht oder nur in Ausnahmefällen bei der öffentlichen Verbreitung von Kampagnen erkennen, die ebenfalls als Elemente eines größeren Ganzen anzusehen sind. Folgt man dieser Sichtweise, so fällt erst die systemisch bedingte Widersprüchlichkeit auf, in die sich ein Großteil des Kampagnen-Aktivismus verstrickt hat: Je stärker die von

ihm aufgedeckten Missstände und Problemlagen von allgemeinem Interesse sind, desto deutlicher machen sich in bestimmten Fällen selbstbezügliche Engführungen bei der Verbreitung und Zirkulation entsprechender Aufrufe und Petitionen bemerkbar.

- Eine Auflösung dieser Paradoxie würde in greifbare Nähe rücken, wenn sich die Kampagnenszene von der grundlegend veränderten Einstellung vieler junger Menschen zum politischen Zeitgeschehen sowie von dem bei FFF sich bemerkbar machenden Ineinandergreifen öffentlicher Auftritte und netzbasierter Eingaben inspirieren ließe: dem hiermit zutage tretenden Verlangen nach gravierenden Veränderungen in *allen* zukunftsentscheidenden Politikbereichen und damit einhergehenden Ruf, dass nunmehr *alles* darauf ankäme, die richtigen Weichen für eine lebenswerte Zukunft zu stellen. Dieser Appell wendet sich zwar primär an die politischen und wirtschaftlichen Eliten, schließt aber letztendlich auch mit ein, dass die politischen Einflussmöglichkeiten einer sachkundig-kritischen Zivilgesellschaft gestärkt werden müssen.
- Was den zweiten Aspekt betrifft, so wird seit geraumer Zeit versucht, dem hier vorhandenen Orientierungsmangel mit einer ungewöhnlichen Idee beizukommen: Unter dem Motto „Ermögliche mit uns das größte Demokratie-Festival“ beabsichtigt das Berliner Start-up Unternehmen Einhorn²⁹ in Kooperation mit FFF sowie mit den Scientists und Entrepreneurs for Future, die zivilgesellschaftliche Eingabepaxis als Massenevent zu inszenieren und am 12.6.2020 im Berliner Olympiastadion „die größte Bürgerversammlung aller Zeiten“ zu den Themen Klimawandel, globale Ungerechtigkeit, Rassismus und Diskriminierung durchzuführen. Auf der Veranstaltung sollen Expert*innen Lösungsansätze zu den drängendsten Gegenwartsproblemen vorstellen und bis zu 90.000 Menschen über die hierzu von den Veranstalter*innen vorgeschlagenen Petitionen mit ihren Smartphones abstimmen. Obwohl über deren Inhalt bislang nichts bekannt ist, knüpfen die Organisator*innen an dieses „direktdemokratische“ Verfahren die Erwartung, dass sich der Petitionsausschuss und der Deutsche Bundestag mit den von der Versammlung verabschiedeten Eingaben umgehend befassen werden. „Lösungen für die größte Krise des Planeten auf den Weg bringen“, lautet deshalb einer der Slogans, mit denen die Veranstaltung werbewirksam angekündigt wird.³⁰ Inzwischen ist es den Organisator*innen gelungen, 60.000 Tickets à 29,95 Euro zu verkaufen, mit denen die Stadionmiete und sämtliche Nebenkosten der Veranstaltung (Security, Technik, Bühne, Strom etc.) in Höhe von 1,8 Millionen Euro vorfinanziert werden können.
- Dieses spektakuläre Vorhaben wurde seit seiner Bekanntgabe von verschiedener Seite und auch von Teilen der FFF-Bewegung heftig kritisiert: An dem Konzept wird u.a. die mit der Höhe der Eintrittspreise verbundene **soziale Ausgrenzung** beanstandet, weshalb die Veranstaltung nicht mit einer repräsentativen demokratischen Bürgerversammlung gleichzusetzen sei, sondern eher mit einem „Hipster-Event“ für junge, besser gestellte Mittelstandsangehörige.³¹ Außerdem wird den Organisator*innen vorgeworfen, einen Veranstaltungsablauf zu begünstigen, der auf „**Eintönigkeit, Elitenhörigkeit und Gleichschritt**“ ausgerichtet sei und das Publikum von Differenzenerfahrungen und kontroversen Lagebeurteilungen verschonen würde.³² Schließlich wird auch vor einer allzu emotionalen Aufladung der gesamten Veranstaltung gewarnt, wie sie sich bereits in dem auf **startnexus.com** verbreiteten Werbevideo bemerkbar gemacht hat – verbunden mit dem Hinweis, dass die Massenveranstaltung vor der „brachialen Kulisse“ eines ästhetisch und historisch stark vorbelasteten Ortes in Szene gesetzt werden soll.

- Schon bevor das „Olympia-Team“ sein wichtigstes Crowdfunding-Ziel erreichen konnte, hat es sich mit einigen dieser Kritikpunkte auseinandergesetzt und wird diese bei der weiteren **Projektplanung** so weit wie möglich zu entkräften suchen.³³ Bislang bleibt jedoch die Frage unbeantwortet, ob eine Neuausrichtung des Vorhabens über dessen „sensationelle“ Inszenierung hinaus zu einer allgemeinen Stärkung der politisch bedeutsamen Kampagnen-Praxis beitragen kann. Dagegen sprechen vorerst folgende Gründe: zunächst die kurzsichtige Vorstellung der Veranstalter*innen, dass Petitionen gleichsam automatisch die Legislative zu öffentlichen Anhörungen und Gesetzesänderungen verpflichten könnten – ein Optimismus, der auf positive Erfahrungen mit einer **Petition zur Senkung der Mehrwertsteuer auf Menstruationsartikel** von 19 Prozent auf 7 Prozent zurückzuführen ist, die im Zusammenspiel mit parteiübergreifenden Einflussnahmen zu einem entsprechenden Koalitionsbeschluss beigetragen hat³⁴; ferner die offenkundige Unkenntnis bezüglich der bereits existierenden Eingabep Praxis; darüber hinaus aber auch der bisherige Plan, en masse eine Vielzahl neu kreierter Petitionen quasi im „Gleichschritt“ verabschieden zu lassen. Zweifel sind deshalb angebracht, ob es der demokratischen Willensbildung dienlich ist, wenn Tausende ohne genügend Zeit für eine genauere Reflexion ihre Zustimmung zu einer Petition per Handy verschicken.

- Ausgehend von dieser skeptischen Einschätzung stellt sich die Frage, ob nicht andere Anlässe geeigneter sind, um der klimapolitischen Kampagnen-Praxis Auftrieb zu geben. Infrage kommt hier etwa der von der Dienstleistungsgewerkschaft Verdi und FFF anvisierte **Klima- und Arbeitskampf** zum Abschluss neuer Tarifverträge für alle Beschäftigten im öffentlichen Nahverkehr (ÖPNV): Ab 1. Juli 2020 sollen bundesweit sämtliche Tarifverträge neu verhandelt und notfalls auch Streiks organisiert werden. Dieses Vorhaben wird von FFF-Aktivist*innen mit dem Argument unterstützt, dass sich ohne eine attraktivere Gestaltung des ÖPNV für Nutzer*innen wie für Beschäftigte keine Verkehrswende und Reduzierung des CO₂-Ausstoßes im Verkehrssektor erreichen lässt.³⁵

Für eine Verkehrswende, die auch eine Eindämmung des Auto- und Flugverkehrs sowie der Kreuzfahrtindustrie mit einschließt, setzen sich bereits die DUH, die NGO Rettet den Regenwald und weitere Initiativen ein – so etwa mit Aufrufen wie **Tempolimit? Ja bitte!, 365 Euro Ticket in Deutschland, Daimler, Hände weg vom Moor!** oder **Reduziert die Inlandsflüge der Regierung!** Insofern würde es bei den kommenden Auseinandersetzungen nahe liegen, die in diesen Kampagnen erhobenen Forderungen publik zu machen und breitenwirksam zu unterstützen. Und ebenso könnte daran anknüpfend der klima- und umweltpolitisch relevante Online-Aktivismus insgesamt stärker ins öffentliche Bewusstsein gerückt werden.

Ausblick

Wer die schriftliche Kampagnen-Praxis als *Gesamtphänomen* analysiert, kommt nicht umhin, ihr in vielen Fällen eine mangelnde Orientierung an dem eingangs skizzierten Nachhaltigkeitspostulat zu attestieren. Zugleich ist die Eingabep Praxis derzeit höchst disparaten Restriktionen und Weichenstellungen ausgesetzt und steht insofern an einem Scheideweg: zwischen einem „Weiter so“ gängiger, aber insgesamt unzureichender Praktiken oder einer offensiven Neuausrichtung – dem von

bisherigen und neuen Akteuren gemeinsam unternommenen Versuch, der Eingabepaxis als zivilgesellschaftlichem Einflussfaktor weit mehr als bisher öffentliche Geltung zu verschaffen.

Eine erste Wegmarke, die in die letztere Richtung weist, könnte entstehen, wenn sich maßgebliche Akteur*innen aus der Kampagnenszene dazu durchringen würden, sich nicht nur „in eigener Sache“ zu betätigen, sondern ihre Zielgruppen ebenso auf andere bedeutsame Kampagnen aus dem Umfeld ihrer jeweiligen Konkurrent*innen aufmerksam zu machen.

Wenn jedoch die Weiterentwicklung der Kampagnen-Praxis in erster Linie auf *zusätzliche Handlungsimpulse von außen* angewiesen ist, dann sollten sich diese auf die gegebenen Tatbestände beziehen und darauf konstruktiv Einfluss nehmen. Dies gilt auch für die Vorbereitung des Berliner „Demokratie-Festivals“, das nicht von vornherein abgelehnt werden sollte. Vielmehr wird alles darauf ankommen, dass während der Veranstaltung manipulative Gleichschaltungen vermieden und stattdessen Denkanstöße für weitere Willensbildungsprozesse gegeben werden. So könnten z.B. in *exemplarischer Form* drei bis vier zielführende Kampagnen genauer vorgestellt und ggf. vom Publikum verabschiedet werden, darüber hinaus aber auch Vorschläge zu deren Weiterverbreitung zur Diskussion gestellt werden. Ein zentralistisch durchgeführter „Abstimmungsmarathon“ hingegen, wie er bislang beabsichtigt ist, würde eine erhebliche Schwächung bzw. Bagatellisierung der Kampagnen-Praxis begünstigen.

Vor dieser Weggabelung stehend könnte jetzt eine kritische Rück- und Neubesinnung einsetzen – ausgehend von dem seit 1995 als *Slackivism* beschriebenen Phänomen, sich mit möglichst geringem Aufwand auf „faule“ Weise im Internet zu engagieren, ohne im Weiteren sich auf die jeweiligen Inhalte und Herausforderungen einlassen zu müssen.³⁶

Insofern bieten die derzeit vorhandenen Gefährdungen der Kampagnen-Praxis die Chance, genauer über einen seriösen Umgang mit Aufrufen und Petitionen nachzudenken und nachhaltigere Impulse für eine Neuaufstellung der Kampagnen-Szene zu setzen – eine Positionierung, die sich nicht nur auf die Verteidigung des Status quo beschränkt, sondern eine tatkräftige Weiterentwicklung beinhaltet. Bei dieser würde es durchaus darauf ankommen, schriftliche Protestaktionen aus ihrem Nischendasein ins Tageslicht der Öffentlichkeit zu rücken, ebenso aber auch darum gehen, dass sich die schriftliche Eingabepaxis unter neuen Vorzeichen kritisch-konstruktiv erschließen sowie in *kontinuierliche* Aufklärungsprozesse und Handlungszusammenhänge einbinden lässt. Wie auch immer dies geschieht, die zivilgesellschaftliche Willensbildung per Mausclick würde dann keine „reine Privatsache“ mehr bleiben, sondern könnte sich als eine Handlungsoption bemerkbar machen, die fortan in der politischen Öffentlichkeit noch deutlich stärkere Beachtung und Anerkennung findet.

Endnoten

- ¹ „Schluss mit der Wohlstandslüge“ Ein Gespräch mit dem Sozialpsychologen Harald Welzer. Greenpeace Nachrichten, Januar-April / 2020, S.10. <https://gpn.greenpeace.de/ausgabe/01-20/schluss-mit-der-wohlstandsluege/>
- ² Margarete Moulin, Mut und Freiheit vor dem Freund. Die ökologische Krise ist riesig. Trotzdem kommt es einem Tabubruch gleich, das Konsumverhalten von Freunden infrage zu stellen. Taz 4./5.1.2020. <https://taz.de/Klimaschutz-im-Alltag!/5649980/>
- ³ Anhaltspunkte für diese Prognose enthalten u.a. folgende Debattenbeiträge jüngerer Datums:

Ilja Trojanow, Es lebt sich ungeniert. Im vergangenen Jahrzehnt haben wir das Klima und die Demokratie in die Notaufnahmen eingeliefert. Wir vergnügen uns trotzdem weiter. Taz 22.1.2020. <https://taz.de/Archiv-Suche!/5655761&SuchRahmen=Print/>

Ulrike Herrmann, Zur Globalisierung verdammt. Fabriken stehen still, Lieferketten sind unterbrochen. Trotzdem wird das Coronavirus nicht dazu führen, dass die Globalisierung endet. Taz 10.3.2020. <https://taz.de/Coronavirus-und-Weltwirtschaft!/5667155/>

Peter Unfried, „Wir träumen in Geschichten“ CDU, Corona, Klimawandel: In Krisen stilisieren wir Menschen zu heldenhaften Figuren. Ein Gespräch mit dem Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen. Taz 7.8.3.2020. <https://taz.de/Medienexperte-ueber-Krisen-Erzaehlungen!/5665993/>

Maja Göpel, [Unsere Welt neu denken. Eine Einladung](#). Berlin 2020
- ⁴ Marie Heitfeld, Alexander Reif, Was kann ich tun?... oder warum das nachhaltige Verhalten zum Standard werden muss. Weitblick.3/2019. https://germanwatch.org/sites/germanwatch.org/files/GW_Weitblick_03-2019-191017-3-WEB.pdf
- ⁵ Vgl. Selbstdarstellung von Campact unter <https://www.campact.de/campact/>
- ⁶ <https://lieferkettengesetz.de/>
- ⁷ Hannes Koch, Gesetz soll mehr Fairness in globalen Lieferketten schaffen. Taz 12.12.2019, <https://taz.de/Globale-Lieferketten!/5645965/>
- ⁸ <https://sven-giegold.de/trinkwasser-richtlinie-einigung/>
- ⁹ Newsletter von Jörg Rohwedder und dem WeMove.EU-Team vom 20.2.2019
- ¹⁰ Anna Cavazzini, Mercosur Studie zeigt dramatische Auswirkungen: <https://www.annacavazzini.eu/mercotur-studie-zeigt-dramatische-auswirkungen/>
- ¹¹ Vgl. Martin Zülch, Klick-Aktionismus oder Anstiftung zu solidarischem Handeln. Eine Studie zum europapolitischen Kampagnen-Aktivismus, S.81 ff., S.88f. <http://kampagnenstudie.martinzuelch.de/>
- ¹² <http://www.boell-bremen.de/de/2019/11/27/49-aktuelle-kampagnen-im-ueberblick-als-anregung-fuer-politische-einfluss-nahmen-zum>
- ¹³ <https://aktion.bund.net/das-klima-kippt>
- ¹⁴ <https://www.change.org/p/stoppt-die-blockade-der-bundesregierung-im-kampf-gegen-steuervermeidung-gro%C3%9>
- ¹⁵ Marco Gieber, Interview mit Jakob Basel, 22.1.2020, <https://web.de/magazine/politik/fridays-future-aktivist-demokratischen-mittel-voll-ausschoepfen-34358476>
- ¹⁶ <https://www.change.org/p/deutsche-bundesregierung-klimaklage-schluss-mit-pseudo-klimaschutz-wir-klagen->
- ¹⁷ <https://www.change.org/p/eil-stoppt-die-siemens-beteiligung-am-australischen-mega-kohleprojektstopadanijoeakaeser>
- ¹⁸ <https://urgewald.org/>

- ¹⁹ Katharina Schipkowski, Euer Haus, euer Auto, eurer Boot. Die Proteste von Fridays for Future gegen Siemens waren eher spontan und sorgten für Furore. <https://taz.de/Fridays-for-Future-gegen-Konzerne!/5656544/>
- ²⁰ Patrick Guyton, Bei Siemens brennt der Busch. Zweiter Tag der Proteste vor der Hauptversammlung von Siemens. Taz 5.2.2020. <https://taz.de/Klimaaktivisten-in-Muenchen-praesent!/5658118/>
- ²¹ Martin Zülch, a.a.o., S.33,
- ²² <http://www.boell-bremen.de/de/2019/11/27/49-aktuelle-kampagnen-im-ueberblick-als-anregung-fuer-politische-einflussnahmen-zum>
- ²³ Steffen Lehndorff, Heiner Dribbusch, Thorsten Schulten: In schwerer See. Europäische Gewerkschaften in Krisenzeiten, IAQ-Forschung 5/2018, Duisburg / Essen 2018, S.47 ff. und S.52 ff. <http://www.europa-neu-begrunden.de/wp-content/uploads/2018/11/Lehndorff-Dribbusch-und-Schulten-Europ%C3%A4ische-Gewerkschaften-in-Krisenzeiten-IAQ-Forschung-8-2018.pdf>
- ²⁴ <https://lieferkettengesetz.de/> und <https://www.housingforall.eu/de/wohnen-muss-bezahlbar-sein-fuer-alle/>
- ²⁵ <http://www.ak-gewerkschafter.de/category/kampagnen/>
- ²⁶ Vgl. Wikipedia, Campact: <https://de.wikipedia.org/wiki/Campact>
- ²⁷ <https://www.zivilgesellschaft-ist-gemeinnuetzig.de/die-allianz/> und https://www.dnr.de/fileadmin/Positionen/2019-11-22_Offener_Brief_Umweltverbaende_BMF_Gemeinnuetzigkeitsrecht.pdf
- ²⁸ <https://www.openpetition.de/petition/online/die-zivilgesellschaft-nuetzt-der-gemeinschaft>
- ²⁹ Das Unternehmen ist bislang bekannt für seine nachhaltig produzierte Hygieneartikel und eine zukunftssträchtige betriebliche Organisation. Vgl. Marie Rövekamp, Arbeiten ohne Chefs und Regeln. Der Tagesspiegel 14.2.2019. <https://www.tagesspiegel.de/themen/reportage/Berliner-start-up-einhorn-arbeiten-ohne-chefs-und-regeln/23974838.html>
- ³⁰ Vgl. <https://www.startnext.com/12062020>
- ³¹ Katharina Schipkowski, Keine Klimahipster, taz 21./22.12.2019. <https://taz.de/Klimaaktion-vor-dem-Scheitern!/5651923/>
- ³² Alexander Nabert, Gefühlsgleichschritt der Bewegung. Taz, 25.11.2019. <https://taz.de/Buergerversammlung-im-Olympiastadion!/5640528/>
- ³³ Sarah Heuberger, „Wir wurden behandelt wie ein Großkonzern, der Green Washing macht“, gruenderszene.de, 4.12.2019. <https://www.gruenderszene.de/perspektive/einhorn-event-olympiastadion>
- ³⁴ <https://www.change.org/p/die-periode-ist-kein-luxus-senken-sie-die-tamponsteuer-starkwatzinger-bmfsfj>
- ³⁵ Anja Krüger, Gemeinsamer Klima- und Arbeitskampf. Im Sommer könnte Verdi erstmals bundesweit zu einem großen Streik im öffentlichen Nahverkehr aufrufen – unterstützt von den AktivistInnen von Fridays for Future, taz 3.3.2020
- ³⁶ Berlin Institut für Partizipation, Petitionen als Partizipationsmöglichkeit? 22.8.2017 <https://www.bipar.de/petitionen-als-partizipationsmoeglichkeit/>