

Protest! Wie man die Mächtigen das Fürchten lehrt

Srdja Popovic und Matthew Miller

1. Kapitel: Das funktioniert bei uns nicht

- **Ausgangslage Serbien:** Hoffnungslosigkeit; Angst; trostlose Zukunftsaussichten
- **Erkenntnis:** politischer Aktivismus muss nicht langweilig sein (Analogie: "cooles Konzert" kann effektiver sein als eine öde Demonstration)
 - Proteste müssen zu einem Happening werden, wo alle hinwollen
- **Logo:** extrem wichtig ein Erkennungszeichen zu haben
 - Es braucht Marken, die besser sind als die des Diktators (oder: der Machteliten)
- **Aufnahmetests:** Menschen mussten z.B. die OTPOR-Faust an einen Ort ihrer Wahl sprühen
- **Hierarchie:** keine charismatische Anführer; keine Hierarchien → schwieriger auszuschalten für die Polizei
- **Humor:** notwendiges Mittel für moderne Protestformen, insbesondere um Angst zu adressieren
 - Bsp: Truthähne mit Federn schmücken und frei herumlaufen lassen (Beleidigung gegen Milosevics Frau) → Polizisten müssen alle Hühner einfangen → lächerlich
- **Strategisches Vorgehen:** mit kleinem, relevantem und realisierbarer Aktion anfangen und Schritt für Schritt vorgehen
- **Zukunftsvision:** Es braucht eine Zukunftsvision für die eigene Gesellschaft, die sich nicht von anders importieren lässt

2. Kapitel: Große Träume, kleiner Anfang

- **Israel:** wachsende soziale Ungleichheit; schwaches Sozialsystem; steigende Preise → "Schweinekapitalismus"
 - Großes Thema muss auf kleinen Startpunkt komprimiert werden, mit dem sich möglichst alle Menschen identifizieren können (in diesem Fall: Hüttenkäse)
 - Hüttenkäse als perfekter Startpunkt für den Wandel
 - Über Hüttenkäse gab es → Erfolg: Konzerne geben nach
 - einen konkreten Druckpunkt, dem die Konzerne nachgeben mussten
 - einen konkreten Anlass um über die größeren Ungerechtigkeiten zu sprechen
 - Durch die Konzerne ein konkretes Feindbild
 - Bewegung in Israel ist inspiriert und startet ein Projekt bzgl. Mieten
 - Bürger*Innen durch den Erfolg vom Hüttenkäse inspiriert und steigen sofort mit beim Mietenprotest ein → "Hunderttausende"

- **Erfolg:** “Ob eine Bewegung Erfolg hat oder nicht, hängt davon ab, welche Herausforderungen sie wählt.”
 - Kunst des Krieges: Die eigenen Stärken den Schwächen des Feindes gegenüber zustellen → daher: Gewaltfrei
 - Gandhi: Gewaltfrei + Thema: Salz (Unabhängigkeit viel zu groß und abstrakt)
 - Viele liefen tatsächlich nur für das Salz mit!
 - Beweist den Inder*Innen, dass er Ergebnisse liefert → Vertrauen
 - Essen als erstes Thema: wird oft gewählt, weil alle essen müssen
- **Harvey Milk:** Vorreiter der Homosexuellenbewegung in San Francisco
 - Macht die Erfahrung, dass Heterosexuelle sich nicht für Homosexuelle interessieren
 - Daher anderes Thema: Hundekot → liefert Ergebnisse
 - **Timing:** Heterosexuelle vertrauen Milk und hören ihm danach auch beim Thema Homosexualität jetzt zu
 - Politik: Straßentheater → Milk lädt Freund*Innen und Verwandte von Homosexuellen ein, um mit auf die Straße zu gehen (nicht nur die Ingroup, sondern auch die Outgroup adressieren!)
- **Zitat:** “Ich bin natürlich zynisch, aber ich möchte damit nur unmissverständlich ein ganz wichtiges Gesetz des gewaltlosen Aktivismus klarmachen. Den Leuten geht ihr Thema ausnahmslos und garantiert am Arsch vorbei.”
 - Mit ihrem eigenen Leben beschäftigt
 - Drei Typen von Menschen: die Unbewegbaren, die Bewegbaren und die Bewegenden
 - Daher: zuhören und herausfinden, was anderen Menschen unter den Nägeln brennt
- **Gewaltfreiheit:** stereotypisierte Minderheiten dürfen keine Gewalt anwenden, da sie sonst das Klischee der Gesellschaft bedienen → muss aufgebrochen werden (= normale Menschen)
 - Gewaltfreiheit funktioniert nur über ausreichende Masse! Daher nicht abstrakte Parolen, sondern konkrete Teilschritte realisieren.
- **Übung:** Annehmen, dass alle Menschen desinteressiert sind → Linie mit zwei Enden zeichnen: auf der einen unsere Gruppe, auf der anderen die Gesellschaft.
 - Frage: Wie bekommen wir die Gesellschaft auf unsere Seite der Linie?

3. Kapitel: Zukunftsvisionen

- **Vision:** “Wenn ihr die Welt verändern wollt, braucht ihr eine Zukunftsvision.”
 - Es ist wichtig sich genau vorzustellen, was für eine Zukunft mensch sich wünscht
 - Kann sehr einfach sein: “Wir wollten in einem normalen Land mit cooler Musik leben.”
 - Um eine Zukunftsvision zu formulieren, die die Mitbürger*innen anspricht, müssen wir wissen, in welchem Land die Bürger*Innen leben wollen
 - z.B. auch Polizist*Innen teilen diese Vision → als Menschen behandeln

- Visionen der Bürger*Innen sind meist nicht groß und meta, sondern eher á la faire Bezahlung, Essen finanzierbar, Bildungschancen für Kinder usw.
 - z.B. Altersarmut als adressierbares Thema für ältere Menschen

4. Kapitel: Die Säulen der Macht

- **Geduld:** nicht zu früh auf die Straße gehen, sondern sorgfältig planen, was und wen es auf dem Weg dorthin noch braucht
 - Kann mehrere Jahre dauern → Struggle ist, die verschiedenen Perspektiven der Gesellschaft zusammenzubringen
 - Weg gehen von idealistischen Gerede, hin zu projektorientierter Zusammenarbeit im Sinne der Vision
- **Gewaltfrei & Säulen:** nur ein Teil der Bevölkerung lässt sich zu Gewalt mobilisieren, all die anderen Talente von Menschen bleiben im gewalttätigen Widerstand ungenutzt
 - Kritische Masse erreichen durch Säulen adressieren (Säulen können überall unterschiedlich sein → z.B. Großeltern, Mönch*Innen etc.)
 - Orte adressieren, die einen Effekt haben → z.B. (Syren → Hotel dicht machen → int. Presse → weniger Menschen → weniger Geld → Druck auf Assad)
 - z.B. Protest in London, dass Hotelkette in Syrien mit Diktator in Verbindung steht → Zerstörung des Rufs
- **Spiel:** Gruppen bilden, über Dinge, die täglich konsumiert werden
 - Welche Hersteller könnte man dazu bringen, Investitionen nach Syrien abzuziehen?
 - Erkenntnis, dass Politik darauf angewiesen ist, dass normale Menschen jeden Morgen zur Arbeit gehen
- **Frage:** Wer sind die Meinungsführer, die notwendig sind, um die Transformation zu schaffen?

5. Kapitel: Mit Lachen zum Sieg

- **Polizei:** weiß wie sie mit Demonstrationen umgehen soll, aber nicht mit Humor
 - Angst lässt sich nur durch Lachen besiegen
 - Polizeispiel: niemand da, der bei einer Lachivismusaktion zu verhaften ist
- **Publikum:** Wer einen Witz macht, sollte sich im Klaren darüber sein, wer das Publikum ist → je nach Publikum macht mensch andere Witze
 - Bsp. Fernsehapparat-Protest in Polen → Schubkarren mit Fernsehen zur Nachrichtenzeit (Boykott von Nachrichten) → Ausgangssperre vorgezogen (Blamage der Eliten)
 - Bsp: Iran → zwei Frauen verkleidet beim Fußballspiel (Fußballverbot für Frauen)
 - Timing ist alles! → z.B. Polen: verteilen kostenlose Damenbinden am Int. Frauentag → im kommunistischen Polen waren Damenbinden kaum zu bekommen

- **Psychologie des Humors:** senkt die Angst & macht optimistisch; macht anschlussfähig, weil "cool"; kann Gegner*Innen sehr leicht zu plumpen Reaktionen provozieren
 - Aktivismus macht Spaß!
- **Humor & Polizei:** Humor als sehr geeigneter Weg, um die Angst vor der Polizei zu nehmen
 - Bsp, Serbien: Truthähne
 - Bsp, Syrien: rot-gefärbter Brunnen → Blut spuckendes Regime
 - Bsp, Syrien: imm wieder Tennisbälle mit "Es reicht" und "Freiheit" in allen Städten → bewaffnete Polizei muss die Tennisbälle alle aufsammeln
 - Bsp., Syrien: antiregime-Lieder auf USB-Lautsprecher → alle in Mülleimern und Scheiße versteckt → Polizei muss sie rausfischen
 - Bsp., Sudan: Farbe Orange = Farbe der Revolutionsbewegung → fordern alle Menschen dazu auf, Orange zu tragen
 - BSP., WTO: zwei Aktivisten faken die WTO-Seite → werden zu Vorträgen eingeladen → irgendwann: verkünden sie, dass die WTO ihre Tätigkeit einstellen werde
 - Landet in der Presse → Reaktion 1: geglaubt; Reaktion 2: nicht geglaubt und berichtet
 - Bsp., Russland: Spielzeug-Proteste, weil Versammlungsverbot → "Weder Spielsachen noch Flaggen, Teller oder Haushaltsgeräte können an einer Versammlung teilnehmen" → Putin macht sich zum Gespött

6. Kapitel: Wie Unterdrückung zum Bumerang wird

- **Burma:** Mönche als höchste Autorität Burmas → vorne im Protest → werden erschossen → hartes Backfiring
 - Es wird immer backfiring geben, dass genutzt werden muss
- "In Wirklichkeit ist Unterdrückung eine kalkulierte Entscheidung."
- **Ziele der Unterdrückung:**
 - Bestrafung von Ungehorsam
 - Künftige Probleme im Keim ersticken
 - Unterdrückung = Angst → Angst ist kein Selbstzweck. Diktator hat kein Interesse an einem Spukschloss, sondern will nur Gehorsam.
- **Umgang mit Strafe:**
 - Verweigerung ist immer eine bewusste Entscheidung → auch wenn die Strafe schrecklich ist
 - Sharp: Diktatoren bleiben an der Macht, weil Menschen sich zum Gehorsam entscheiden
- **Wissen:** bestes Wissen gegen Angst → Androhung vor Verhaftung ist schlimmer als die Verhaftung selbst
 - OTPOR: berichten von Haftstrafen → jedes Detail wird aufgeschrieben und erzählt; vor den Gefängnissen für die Inhaftierten singen etc.; Popstar-Empfang
 - Vorbereitungen für Haft → Was sollen Menschen sagen? Wie werden sie vorbereitet? → Polizei nerven als Ziel → alle sagen das gleiche

- Vorbereitungen → Unterstützung für Angehörige usw. → ganze Bewegung steht dahinter
- Verhaftung als Sozialstatus → die Verhaftung zu etwas unendlich "Cooler" machen → OTPOR: verschiedenfarbige T-Shirts je nach der Anzahl der Verhaftungen
- **Wie mit Tyrann*Innen umgehen?**
 - Wenn Einzelpersonen und Bestrafungen so grausam sind, dass Wissen nicht zu weniger Angst macht → Einzelpersonen öffentlich bloßstellen, sodass Freunde und Familie irritiert sind
 - Bsp, Iwan: mit den Kindern von Iwan wird in der Schule nicht mehr gespielt → soziale Isolation von Iwan
 - Täter zum Opfer machen
 - Auch über Social Media → z.B. Pussy-Riot führen medial Putin vor und blamieren ihn
- **Backfire:** Ziel ist, den Preis der Unterdrückung der Herrschenden soweit nach oben zu treiben, wie möglich
 - z.B. Malediven → Backfiring über den Tourismus → trifft über Geld den Diktatoren
 - *Notiz:* Internationaler Druck als notwendige Möglichkeit für Kampagnen
 - *Notiz:* Welche Orte der Ungerechtigkeit haben ein erhöhtes Backfire-Potenzial?

7. Kapitel: Einigkeit macht stark

- **OTPOR:** Pluralität der Meinungen, z.B. bei oppositionellen Kleinstparteien muss unter dem kleinsten gemeinsamen Nenner zusammengebracht werden
 - Einigkeit ist schwierigste Elemente jeder Kampagne
 - "Wir neigen zu der Überzeugung, dass wir alles besser wissen, als alle anderen."
 - Gefahr: Gruppe verlassen, um reinere Konkurrenz Bewegung zu gründen
 - Serbien → 19 Oppositionsparteien unter einen Hut bekommen (*Notiz: DE → soz. Ung.*)
- **Femen:** zuerst eindeutige Message, gutes Konzept → funktioniert super
 - Dann: verschwimmender Fokus, machen überall mit → Kampagne versagt
 - Verlieren die Eindeutigkeit der Anfangszeit
 - Es ist nicht möglich alle Themen zu adressieren, die einem wichtig sind → Fokus behalten und einziger Slogan
- **Identität:** gemeinsame Identität unterscheidet von einzelnen Protest → es braucht Gruppenidentität!
 - Kulturfrage
 - Organisations-Frage: keine allzu großen Veränderungen in der internen Struktur machen (Bsp.: Große Demokratisierung hat zum Zerfall geführt.)
 - Wenn eine Organisation wächst, kommt es immer zu Spannungen
 - Konzentration auch auf Themen, die einigen → Menschen wieder auf eine Seite bringen
- **Gesellschaftliche Resonanz:**

- Protagonist*Innen der Bewegung dürfen nicht nur aus einem gesellschaftlichen Milieu kommen
 - Bsp: Pussy-Riot → homogene Gruppe; Landbevölkerung hat das gar nicht gefallen und hat sich nicht repräsentiert gefühlt → daher kein langfristiger
 - Erfolgt
 - “Was in den Großstädten passierte, hatte nichts mit ihnen zu tun.”
 - Gruppen müssen hinaus aufs Land fahren und sich dort die Menschen anhören → die Gesellschaft muss mitgenommen werden
 - Prominente und charismatische Leader: viel von ihnen abhängig und prägen nur einige gewisse Nische an Menschen → gefährlich, wenn ganze Gesellschaft abgeholt werden soll
 - Kritik: Occupy hätte sich in “Wir sind die 99%” umbenennen sollen → Name: sehr homogene Gruppe angezogen

8. Kapitel: Mit Planung zum Erfolg

- **Kampagnenerfolg:** Schritt für Schritt → sorgsam planen → Massendemonstrationen sind nicht der erste Schritt!
 - Auf den richtigen Moment warten! Es braucht eine Grundlage damit Massendemonstrationen einen nachhaltigen Druck erzeugen können
- **Timing:** Proteste müssen so geplant werden, dass die Aufmerksamkeit der Menschen optimal dafür ausgelegt sind
 - OTPOR-SilvesterKonzert: Versprechen, dass RHCP kommt → “beste Party der Stadt” → RHCP kommt aber gar nicht, dafür Diashow: “Es gibt nichts zu feiern.”, nächstes Jahr können wir feiern → Ankündigung des Sturzes von Milosevic
 - Leute sind am Ende selbst die Stars
- **Planung:** Revolution ist kein idealistisches Träumen → Krieg ohne Waffen
 - **Goldenes Ei:** Das was wir wollen. Ehe wir mit der Planung anfangen, müssen wir genau wissen, was wir wollen. (Bsp. OTPOR: Demokratie)
 - Ohne das goldene Ei ist die Planung sinnlos
 - **Rückwärtsplanung:**
 - Sobald das goldene Ei festlegt → von dort aus zurückplanen, detailliert und Schritt für Schritt
 - Wer soll bei der Feier anwesend sein? Wer ist wichtig gewesen, um diesen Sieg zu erringen? Wer ist in der ersten Reihe? Mit wem musste ich kommunizieren? Wen konnte ich ignorieren?
- **Ressourcen:** Es braucht einen Überblick über die Ressourcen → mobilisierbare Menschen!
 - “Wenn die Bevölkerung eingebunden wäre, wie würde ihr Engagement aussehen?” → Wer gehört in die ersten Reihen?
- **Dokumentation:** Es braucht saubere Dokumentation und Vorausplanung!
- **Strategisches Vorgehen:**

- **Die Große Strategie:** Koordinierung und Verteilung aller vorhandenen Ressourcen (menschlich, wirtschaftlich, politisch, moralisch, organisatorisch etc.)
 - Sharp: "die Erörterung der Richtigkeit der Sache, Einschätzung anderer Einflüsse, und Auswahl der einzusetzenden Techniken."
 - Welche Einflüsse wirken noch auf die Situation? Welche Techniken lassen sich einsetzen? Wie lässt sich ihr Ziel erreichen?
- **Strategie:** Ob, wie und wann gekämpft wird und wie die maximale Wirkung erlangt werden kann
 - Mit wem kämpfen wir? Zusammensetzung des Teams
- **Taktik:** begrenzte Handlungspläne, die in der jeweiligen Situation aufgestellt werden
 - Unmittelbare Ziele, können sich dauernd ändern
- **Teambesetzung:** im besten Falle beides dabei haben
 - Strategen: geduldige Menschen, mit langem Atem → denken viele Schritte voraus
 - Taktiker*Innen: wendig und flexibel
- **Dynamik:** erster Teil des Kampfes → Dynamik erschaffen, danach Aufrecht erhalten
 - Dynamik = wahrer Erfolg OTPORS → wissen, wie man den Ball am Laufen hält → nicht in die Defensive gehen!!
 - Politischer Aktivismus = Actionfilm.

9. Kapitel: Der Dämon der Gewalt

- **Gewalt:** nicht aus moralischen Gründen abzulehnen, sondern weil es nicht funktioniert
 - Bewaffnete Bewegungen hatten i.d.R. höchsten 50.000 Angehörige
 - Chenoweth: Erfolgchance für gewaltfreie Bewegungen → 5 Jahre nach Revolution: 40% noch demokratisch (gewalt: 5%) etc.pp.
- **Bombardement von NATO:**
 - Hat Milosevic im Endeffekt sogar geholfen, weil er die Höhle vor den Angreifern verteidigt hat (egal, ob ein Arsenal die Höhle verteidigt, hauptsächlich die Höhle wird verteidigt) → militärische Angriffe lassen sich leicht für Propaganda nutzen
 - Wer hat Schuld und wer verteidigt nur?
- "Wer mit einer gewaltfreien Kampagne erfolgreich sein will, muss sympathisch sein."
- **Kultur:**
 - Müssen von Menschen geschützt werden, die negativ auffallen und Gewalt anwenden → interne Werte predigen; Erfolgsgeschichten friedlicher Bewegungen
 - Mögliche Reibungspunkte identifizieren → Gewalt kommt, wenn "Wir" auf "Sie" treffen
 - Polizeiübergriffe verhindern, indem z.B. Mädchen in den ersten Reihen stehen

10. Kapitel: Die Sache zu Ende führen

- Wie erkennen sie den entscheidenden Moment in ihrer Kampagne?

- Wann den Sieg verkünden?
- **Machtvakuum:** Vorbereitung auf das Vakuum, das entsteht, wenn Plan funktioniert → Wer füllt das Machtvakuum?
- **China:** hat zu lange gewartet, den Sieg zu erklären → zu idealistisch (“Alles oder nichts.”) → dadurch wurde die gesamte Bewegung 20 Jahre zurückgeworfen (militärische Eskalation → Demoralisierung, weil Angebot der Regierung nicht akzeptiert)
- **Ukraine:** Pora! Nutzt alles perfekt, aber kümmert sich nicht darum, nach dem Wahlsieg die Kandidat*Innen zu unterstützen → Diktator kommt an die Macht
 - Aber: Menschen gehen wieder auf die Straße, weil sie die Ermächtigung gefühlt haben
- **Wichtig:** nach dem Wahlsieg / politischen Erfolg weiterhin aktiv bleiben und Kampagnen starten → z.B. OTPOR: weiterhin überall plakatiert
- **INDIEN:** Hazare → Hungerstreik, basierend auf ersten Erfolgen → Hazare kriegt sein Zeug gebacken! → Zehntausende unterstützen usw. → Knast → Freigelassen (fordert sogar noch einen Protestort ein) → wartet auf den perfekten Moment, um den Sieg zu verkünden!

11. Kapitel: Wer, wenn nicht Sie?

- “Wenn Sie es nicht machen, dann macht es keiner.”
- Nicht zu sehr auf Technologie verlassen → Bewegungen, die sich nur auf Medien verlassen, scheitern oftmals
 - Das Entscheidende ist die Gemeinschaft

Abschließend

1. Es gehört unendlich viel Glück dazu
2. Gelassen bleiben und Rückschläge akzeptieren
3. Widerstand ist Mannschaftssport → Welche Leute brauchen sie?