

# Zivile Lösungen für Syrien



Dokumentation der Kampagne
"MACHT FRIEDEN. Zivile Lösungen für Syrien"
01.09.2016 bis 31.08.2020

### Inhaltsverzeichnis

Die Kampagne	3
Von der Idee bis zur Umsetzung: Die Entstehung der Kampagne	4
Arbeitsweisen der Kampagnen	8
Arbeitsfelder der Kampagne	10
Lobbying	10
Graswurzellobbying	10
Aktionen	11
Öffentlichkeitsarbeit	11
Veranstaltungen	13
Erfahrungsberichte	16
IPPNW: Trägerorganisation der Kampagne	16
Netzwerk Friedenskooperative: Das Kampagnenbüro	17
Abschluss der Kampagne	20
"Lessons learned" der Kampagne "MACHT FRIEDEN."	21
Die Kampagne in Zahlen	24
Danksagung	25

### Die Kampagne



Die Kampagne "MACHT FRIEDEN. Zivile Lösungen für Syrien" richtete sich an die Abgeordneten des Deutschen Bundestages und hatte dafür drei konkrete Forderungen formuliert:

- das Bundeswehrmandat für Syrien (und Irak) nicht zu verlängern
- sich stattdessen für eine Stärkung der Friedensprozesse einzusetzen, in denen die (vor allem syrische) Zivilgesellschaft angemessen einzubeziehen ist
- sowie die deutsche humanitäre Hilfe aufzustocken und gleichzeitig die Instrumente der zivilen Konfliktbearbeitung auszubauen und einzusetzen.

Die langfristige Vision der Kampagne war ein Paradigmenwechsel in der deutschen Außen- und Sicherheitspolitik: Weg von der kurzsichtigen, destruktiven Politik der militärischen Auslandseinsätze hin zu einer konstruktiven, gewaltfreien, auf zivile Konfliktbearbeitung setzenden, partnerschaftlichen Ausrichtung.



Mit Banner bei Aktion am 10.11.2016 vor dem Reichstag in Berlin

### Von der Idee bis zur Umsetzung: Die Entstehung der Kampagne

Am 13. November 2015 erschütterten fünf islamistisch motivierte Attentate die französische Hauptstadt Paris. 130 Menschen wurden getötet, mehr als 680 verletzt. Der sog. Islamische Staat (IS) bekannte sich zu den Anschlägen. Der damalige französische Präsident François Hollande rief zum Krieg gegen den Terror auf und forderte Solidarität von seinen europäischen Verbündeten. Deutschland sicherte diese bereitwillig zu - vor allem in Form von militärischer Beteiligung. Ende November brachte die Bundesregierung einen entsprechenden Antrag in den Bundestag ein und schon am 4. Dezember 2015 war das Syrienmandat der Bundeswehr beschlossene Sache: Als "Einsatz bewaffneter deutscher Streitkräfte zur Verhütung und Unterbindung terroristischer Handlungen durch die Terrororganisation IS auf Grundlage von Artikel 51 der Satzung der Vereinten Nationen in Verbindung mit Artikel 42 Absatz 7 des Vertrages über die Europäische Union sowie den Resolutionen 2170 (2014), 2199 (2015), 2249 (2015) des Sicherheitsrates der Vereinten Nationen" zogen eine Fregatte, sechs Aufklärungsflugzeuge vom Typ Tornado sowie bis zu 1.200 deutsche Soldat\*innen in den Krieg

(http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/068/18 06866.pdf).

Seit den Anschlägen in Paris waren exakt drei Wochen vergangen. Drei Wochen, in denen von Seiten der Bundesregierung und der meisten politischen Parteien nie ernsthaft über Alternativen zu einem militärischen Kampf gegen den Terror nachgedacht wurde. Drei Wochen, in denen das Thema gewaltfreie, zivile Konfliktbearbeitung mal wieder keine Chance hatte. Denn Terrorismus, so die Meinung der Regierungen Frankreichs, Deutschlands und vieler anderer Länder, besiegt man nur mit Militär!

Dem stimmten jedoch längst nicht alle zu. Insbesondere in Deutschland wurde noch im November deutliche Kritik laut. Kirchliche Akteure, Organisationen aus der Friedensbewegung, die Oppositionsparteien, bemerkenswert viele Abgeordnete aus der Regierungspartei SPD und weitere Menschen aus Wissenschaft, Medien und Zivilgesellschaft lehnten den Bundeswehreinsatz ab. Für einige war das Argument ausschlaggebend, der Einsatz durch das Fehlen eines eindeutigen UN-Mandates völkerrechtlich nicht legitimiert sei. Manche befürchteten ein "zweites Afghanistan", also die Verwicklung der Bundeswehr in einen schier endlosen Krieg. Viele äußerten darüber hinaus grundsätzliche Bedenken an der Geeignetheit externer militärischer Intervention für die Terrorismusbekämpfung: Hatten wir nicht alle im Irak, in Afghanistan, in so vielen anderen Staaten gesehen, dass Militäreinsätze den Terrorismus nur noch schlimmer machen, ihn anheizen und nähren? Und würde Deutschland durch den Einsatz in Syrien nicht erst recht zum Anschlagsziel islamistischer Terrorist\*innen – also würde nicht genau das Gegenteil dessen eintreten, was das Mandat verhindern sollte?

Der Unmut über die völlig überstürzte Entscheidung des Bundestags entlud sich aber nicht nur in rhetorischen Diskussionen. Auch auf der Straße war (Friedens-)Bewegung: Rund um den 05. Dezember 2015 fanden bundesweit Dutzende Protestaktionen statt. Eine Petition gegen den Bundeswehreinsatz fand innerhalb kürzester Zeit mehrere Tausend Unterstützer\*innen. Und auch bei "CampaPeace", der Kampagnenausbildung für die Friedensbewegung (www.campapeace.de), spielte der Syrieneinsatz auf einmal eine zentrale Rolle. Denn zufällig traf sich just in diesen Tagen der damalige Ausbildungsjahrgang zu einem seiner

Wochenenden bei Kassel und es wurden am Beispiel Syrien unterschiedliche Musterkampagnen entwickelt. Eine davon spitzte die langjährige antimilitaristische Kritik der Friedensbewegung an Bundeswehreinsätzen im Ausland auf den Fall des Syrienmandats zu und betonte darüber hinaus auch noch die pazifistisch-zivile Komponente der Kritik. Die Idee, aus der später

plötzlichen Tod des langjährigen Geschäftsführers Manni Stenner und einigen dadurch bedingten Umbrüchen gerade dabei war, sich als Kampagnenbüro der Friedensbewegung zu etablieren. Bald wurde klar, dass für die operative Arbeit ein\*e hauptamtliche\*r Campaigner\*in benötigt würde. Die Finanzierung der Stelle in Form eines Minijobs beim Förderverein Frieden



Kampagnenstart am 01.09.2016 in Berlin

"MACHT FRIEDEN." werden sollte, war geboren.

Und – anders als bei vielen ihrer Brüder und Schwestern – entstanden aus dieser Idee. motiviert durch den anhaltenden Protest aus der Friedensbewegung, bald konkrete Umsetzungsschritte. Es bildete sich rasch eine Kleingruppe rund um Uli Wohland, den Leiter von Campa-Peace. Diese entwickelte erste Ideen Verankerung einer möglichen politischen Druckkampagne. Zentrales Thema sollte die Kritik an Auslandseinsätzen der Bundeswehr sein. Die Grundstruktur der Kampagne sollte das Netzwerk Friedenskooperative bieten, das nach dem

e.V., dem Rechtsträger des Netzwerk Friedenskooperative, wurde durch großzügige Spendenzusagen von Unterstützer\*innen gesichert. Schon im Januar 2016 wurden erste Gespräche mit möglichen Kandidat\*innen geführt. Elise Kopper, die zu der Zeit die CampaPeace-Ausbildung absolvierte, sagte zu. In den kommenden Monaten entwickelte die Gruppe einen zunächst zweijährigen, vorläufigen Kampagnenplan, der schließlich im April 2016 als "Musterkampagne" bei einem Treffen zur künftigen Kampagnenarbeit der Friedensbewegung öffentlich vorgestellt wurde. Schnell sammelten sich aus dem Kreis der dort anwesenden Friedensorganisationen und

Einzelpersonen weitere Aktive, die in der Folge mitplanten und aus deren Mitte sich ein erstes Entscheidungsgremium, der Kampagnenrat, entwickelte.

Dieser hatte früh schon wichtige Entscheidungen zu treffen: Welche Grundüberzeugungen einen uns? An welchen Punkten gibt es inhaltlich unterschiedliche Einschätzungen? Welche zentralen Forderungen wollen wir stellen – und an wen? Welche Aktionsorte und -tage wollen wir zentral und dezentral nutzen? Brauchen wir ein Logo und wenn ja, wer kann uns eines designen und was soll es symbolisieren? Wer kann uns eine Webseite



Kampagnentreffen am 12.01.2019

kostengünstig erstellen? Wo hosten wir diese? Welche E-Mail-Listen brauchen wir? Wie und wo werden wir in den sozialen Medien aktiv? Wie soll die Pressearbeit ablaufen? Wollen wir Lobby- und Advocacyarbeit leisten und wenn ja, wie und durch wen? Welche Materialien müssen schon vor Kampagnenstart produziert werden, welche sollen erst im Laufe der Kampagne erarbeitet werden? Welche Zuständigkeiten liegen im Bereich des Trägerkreises, welche beim Kampagnenrat, bei den Kampagnensprecher\*innen, beim Kampagnenbüro und bei der Campaignerin? Wie hoch sollen die finanziellen Beiträge für den Trägerkreis sein? Wie regelmäßig und in welchem Format wollen wir uns als Kampagnenrat treffen? Und last



Kampagnentreffen am 26.05.2019

but not least: Welchen Namen wollen wir unserer Kampagne geben?

Zentral war neben diesen und weiteren Fragen die Suche nach politisch und finanziell unterstützenden Organisationen. Dazu wurden im Laufe des Sommers 2016 viele Gespräche geführt und

E-Mails ausgetauscht. Etwa 10 Gruppen und Organisationen konnten gewonnen werden, die schon zum Start der Kampagne als Trägerorganisationen fungierten. Für den inhaltlichen Part wurden Expert\*innen in Sachen Ziviler Konfliktbearbeitung und Syrien konsultiert und nach ihren Einschätzungen gefragt. Auch Hintergrundgespräche mit Organisationen aus dem weiteren Umfeld der Friedensbewegung und der Syrien-Solidaritätsarbeit wurden geführt, um mögliche Konkurrenzen zu vermeiden und Synergieeffekte mit ähnlichen Initiativen zu suchen.

Als Startpunkt der Kampagne wurde mit dem 1. September 2016, dem Antikriegstag, ein Datum mit Symbolkraft ausgewählt. Und an diesem Tag war es schließlich soweit: Mit einer Fotoaktion vor dem Reichstagsgebäude in Berlin wurde die Kampagne "MACHT FRIEDEN. Zivile Lösungen für Syrien" offiziell ins Leben gerufen.

Viele der oben genannten Aspekte und Prozesse, sowohl inhaltlicher als auch struktureller Art, mussten erst einmal neu erarbeitet werden. Doch alle Entscheidungen wurden in ausgesprochen



Fotoaktion beim Treffen am 26.05.2018

konstruktiver und kollegialer Atmosphäre getroffen. Und die langen Monate der Vorbereitung haben sich auch langfristig gelohnt. Denn viele "Lessons Learned" kommen auch Jahre später und

in ganz anderen Kontexten noch zum Einsatz. Einige davon wollen wir in dieser Dokumentation weitergeben.



Aktion am 11.12.2017 mit Aktionsschildern

### Arbeitsweisen der Kampagnen

Gleich zum Start wurde der Kampagne eine feste Struktur gegeben. Arbeitsbereiche und Entscheidungskompetenzen wurden festgelegt und unter den Mitarbeiter\*innen des Netzwerk Friedenskooperative, der Campaignerin und dem Kampagnenrat aufgeteilt.

Die Campaignerin arbeitete gemeinsam mit dem Netzwerk Friedenskooperative im Bonner Büro.

Die Infrastruktur, die durch das Netzwerk



Kampagnenratstreffen am 26.05.2018 in Köln

Friedenskooperative zur Verfügung gestellt wurde, war das Fundament der professionellen Arbeit der Kampagne. Die Aktiven von "MACHT FRIEDEN." konnten jederzeit auf bestehende Strukturen und technische Grundausstattung im Bonner Büro zurückgreifen. Hierzu zählte u.a. die Verwaltung der Finanzen, die Spenden- und Adressverwaltung, aber auch die Koordination der Kampagne, die von Philipp Ingenleuf übernommen wurde. Dabei insbesondere organisatorische kreative Aufgaben von der Campaignerin unterstützt und übernommen. Gemeinsam wurden die Kampagnenratstreffen in Köln und die Aktionen vor den Mandatsabstimmungen in Berlin vorbereitet. Oft leistete die Campaignerin dabei inhaltliche Vorarbeit, während die Mitarbeiter\*innen im Bonner Büro für die technische

Umsetzung verantwortlich waren. So kümmerte sich die Campaignerin zum Beispiel um den ersten Entwurf und die Endredaktion eines Newsletters, dessen Verschickung über das Mailingsystem vom Büro erledigt wurde. Über die Jahre entstand so eine perfekte Synergie, die vor allem durch die Zusammenarbeit in einem gemeinsamen Büro befördert wurde.

Eine nicht weniger wichtige Rolle kam dem Kampagnenrat zu, der aus sehr engagierten und aktiven Einzelpersonen bestand, meist Vertreter\*innen der Trägerorganisationen von "MACHT FRIEDEN." Alle Briefe und Mails an die Abgeordneten im Bundestag, Pressemitteilungen und andere schriftliche Veröffentlichungen der Kampagne wurden gemeinsam im Kampagnenrat diskutiert, beschlossen und verfasst. Auch alle grundsätzlichen Entscheidungen zur Arbeit und den Projekten von "MACHT FRIEDEN." wurden hier gefällt.



Übergabe der Postkarten an Claudia Roth am 09.11.2016 in Berlin

Dafür war ein regelmäßiger Austausch zwischen dem Büro in Bonn und den Aktiven im Kampagnenrat natürlich unabdingbar: Die Kampagnenmitglieder besprachen sich deshalb nicht nur in meist monatlichen Abständen bei Telefonkonferenzen, sondern trafen sich darüber hinaus drei Mal im Jahr einen ganzen Tag lang in Köln, um



Erste große Aktion am 10.11.2016 in Berlin

über Zukunft und Weiterarbeit der Kampagne zu entscheiden. Zwischen den physischen Treffen und Telefonkonferenzen standen die Aktiven der Kampagne darüber hinaus in stetigem Austausch über die interne Mailingliste.

Alle Entscheidungen im Kampagnenrat wurden im Konsens getroffen. Viele wichtige Fragen wurden kontrovers diskutiert und dafür viel Zeit eingeräumt. Mit welchen Gruppen arbeiten wir zusammen? Wie argumentieren wir inhaltlich und welche Begrifflichkeiten nutzen wir in öffentlichen Stellungnahmen? Dies führte letztendlich zum einheitlichen Auftreten der Kampagne und förderte die Zusammenarbeit gute im Kampagnenrat.

Zu erwähnen ist an dieser Stelle die wichtige Rolle der Trägerorganisationen, die die jahrelange Arbeit der Kampagne finanziell absicherten und ihr darüber hinaus Infrastruktur und Reichweite zur Verfügung stellten. So konnte "MACHT FRIEDEN." beispielsweise davon profitieren, dass Stellungnahmen über Presseverteiler der Trägerorga-

nisationen geschickt und Veranstaltungen und Aktionen auf den Websites und Social Media-Kanälen derer veröffentlicht wurden.



Aktion am 8.22.2018 vor dem Reichstag

### Arbeitsfelder der Kampagne

### Lobbying

Die Kampagne "MACHT FRIEDEN. Zivile Lösungen für Syrien" wurde als eine der ersten Kampagnen in der Friedensbewegung als Lobbykampagne konzipiert. Ihre Forderungen richteten sich gezielt an die Bundestagsabgeordneten der demokratischen Parteien, die einmal im Jahr über die Verlängerung des Bundeswehreinsatzes in Syrien und Irak abstimmen und über Gelder für humanitäre Hilfe und zivile Konfliktbearbeitung entscheiden.

Die Ansprache der Abgeordneten, dazu gehörten für die Kampagne ausdrücklich nicht die Fraktionsmitglieder der AfD, erfolgte postalisch oder via Mail vor jeder relevanten Abstimmung im Bundestag. Bereits ein oder zwei Wochen vor der Bundestagsabstimmung sollten die Anschreiben in den Postfächern der Abgeordneten liegen. Auch bei neuen Entwicklungen bzw. Eskalationen in Syrien und Irak wendete sich die Kampagne an die Mitglieder des Bundestages.

Im Verhältnis zur Anzahl der verschickten Anschreiben, blieb die Antwortquote der Abgeordneten gering. Positive und persönliche Rückmeldungen gab es von den Abgeordneten der Fraktionen, die mehrheitlich gegen den Bundeswehreinsatz stimmten. Die Antworten der SPD-Abgeordneten, von deren Votum der Ausgang der Abstimmung in all den Jahren maßgeblich abhing, waren oft vorgefertigte Texte, die von einem Mitglied der Fraktion oder dessen Mitarbeiter\*innen verfasst und verteilt und dann von den Fraktionskolleg\*innen genutzt und verschickt wurde. Abgeordneten von CDU/CSU und FDP wiederum reagierten selten bis gar nicht.

Wenn Abgeordnete aber mit einer persönlich verfassten Mail auf die Anschreiben reagierten,



Übergabe von Lobbybriefen am 09.10.2018 im Bundestag

fehlten der Kampagne oft die Ressourcen, um einen fachlich guten Austausch am Laufen zu halten. Auch persönliche Treffen mit den Abgeordneten in ihren Wahlkreisen oder in Berlin waren auf Grund der fehlenden personellen und finanziellen Ressourcen kaum möglich. Die Campaignerin arbeitete wöchentlich wenige Stunden im Kampagnenbüro in Bonn und auch die Kapazitäten der ehrenamtlich Aktiven waren eingeschränkt.

Die Kampagne versuchte deshalb im Laufe der Jahre immer wieder, das Konzept des Graswurzellobbyings an die Friedensaktivist\*innen heranzuführen und in der Friedensbewegung bekannt zu machen.

### Graswurzellobbying

Beim Graswurzellobbying sollen Menschen bei sich vor Ort aktiv werden, um Einfluss auf Bundestagsabgeordnete in ihren Wahlkreisen zu nehmen. Dies kann durch lokale Diskussionsveranstaltungen, Aktionen vor Wahlkreisbüros oder Lobby-Gespräche geschehen. Erfahrungsgemäß räumen Abgeordnete den Wähler\*innen in ihren Wahlkreisen besondere Priorität ein und nehmen sich außerhalb der Sitzungswochen im Bundestag deshalb oft viel Zeit, um mit den Menschen Zuhause in Kontakt zu treten und sich um ihre Anliegen zu kümmern.

Als Unterstützung der eigenen Lobbyarbeit trieb die Kampagne von Anfang an diese Methode des dezentralen Lobbyings voran und machte es sich zur Aufgabe regionale und lokale Friedensgruppen zu unterstützen und zu ermächtigen. "MACHT FRIEDEN." veröffentlichte in diesem Zusammenhang einen Lobbyleitfaden und zwei Argumentationshilfen zur zivilen Konfliktbearbeitung im Syrienkonflikt zur Wirksamkeit und zu völker-Grundlagen rechtlichen eines Bundeswehreinsatzes. Die Kampagne veranstaltete zudem einen Workshop zu Lobbygesprächen und ermutigte Friedensaktivist\*innen immer wieder, selbst aktiv zu werden.

#### **Aktionen**

Trotz des Lobbying-Schwerpunktes der Kampagne, waren immer auch Aktionen und Protest wichtiger Bestandteil der politischen Arbeit. Eine Kampagne



Aktion am 10..11.2016

aus der Friedensbewegung kommt nicht ohne die Unterstützung von Aktivist\*innen aus, die deren Forderungen unterstützen. Die Aktionen vor den Abstimmungen über den Bundeswehreinsatz waren deshalb eine tolle Gelegenheit, neue und alte Unterstützer\*innen zu mobilisieren und gleichzeitig zu zeigen, dass viele hinter den Zielen der Kampagne standen.

Da zu den Aktionen, die zum Großteil auf der Wiese vor dem Parlamentsgebäude stattfanden, oft auch Abgeordnete eingeladen waren, entstand hier eine regelmäßige Möglichkeit, die Politiker\*innen auf die Kampagne aufmerksam zu machen.

Die Aktionen bestanden meist aus Redebeiträgen von Kampagnenratsmitgliedern oder Unterstützer\*innen aus den Trägerorganisationen und einer



Workshop Graswurzellobbying am 23.06.2019

Fotoaktion, die meist tolle Bilder für den Onlineauftritt der Kampagne lieferte.

Für die Planung und Umsetzung, das heißt u.a. die Anmeldung und Mobilisierung der Aktion, waren primär die Campaignerin und das Kampagnenbüro zuständig, die von den in Berlin ansässigen Trägerorganisationen unterstützt wurden.

#### Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit von "MACHT FRIEDEN." fand zum großen Teil über das Internet statt. Neben der Website und den regelmäßigen Online-

Newslettern, war die Kampagne natürlich auch in den sozialen Medien zu finden.

Für den Erfolg einer Kampagne, auch um Menschen außerhalb der eigenen Bewegung zu erreichen, scheint die Präsenz auf Facebook, Twitter und Instagram heute unabdingbar geworden zu sein. "MACHT FRIEDEN." war, auch aufgrund der knappen personellen Ressourcen nur auf Facebook aktiv, betreut wurde der Kanal von der Campaignerin. Der Account wurde regelmäßig mit aktuellen Informationen zur Lage in Syrien und Irak und mit Pressemitteilungen und Veranstaltungsinfos der Kampagne bestückt. Darüber hinaus wurden dort Fotos, Videos und anderes Material von verwandten Seiten, Artikel aus Online-Zeitungen und andere Inhalte geteilt. Dadurch war die eigene Facebookseite oft noch aktueller als die Website. Unterstützer\*innen und Trägerorganisationen konnten hier zudem Inhalte von "MACHT FRIEDEN." teilen und weiterverbreiten. Die Facebookseite der Kampagne hatte zu ihrem Höhepunkt rund 1.100 Follower\*innen und konnte mit einem Beitrag bis zu 10.000 User\*innen erreichen.

Instagram und Twitter wurden von "MACHT FRIEDEN." nicht genutzt. Letzteres ist aber besonders für politische Kampagnen heutzutage mehr als empfehlenswert. Die Plattform wird von Journalist\*innen, Politiker\*innen, gemeinnützigen Vereinen und Nichtregierungsorganisationen genutzt, um über Tagespolitik und andere gesellschaftlich relevante Themen zu debattieren. Auch als kleine Organisation oder Kampagne kann man hier schnell in eine Diskussion mit politischen Entscheidungsträger\*innen kommen. Wenn der Twitter-Account einer Kampagne wachsen soll, muss er in regelmäßigen Abständen bespielt werden. Zudem muss die verantwortliche Person hinter dem Account immer topinformiert sein, um sich an den für die Kampagne wichtigen Diskussionen beteiligen zu können.

Ob und in welchem Maße Instagram von einer politischen Kampagne genutzt werden sollte, hängt ebenfalls von den personellen Ressourcen aber auch vom Thema dieser ab. Um sich auf Instagram zu bewähren, muss die Kampagne in der Lage sein, ihre Arbeit zu visualisieren. Es sollten regelmäßig neue Bilder oder Videos produziert werden, die dann auf dem Instagram-Profil veröffentlicht werden können. Mithilfe ästhetischer und aussagekräftiger Fotos und Videos von Demonstrationen und Aktionen, von der Arbeit im Team oder mit Unterstützer\*innen oder rund um das Thema der Kampagne muss dieses Profil dann mit Leben gefüllt werden. Entgegen verbreiteten Annahmen werden auch auf dieser Plattform vermehrt politische Inhalte von Aktivist\*innen geteilt. Oft wird jedoch unterschätzt, wie zeitintensiv die Arbeit in den sozialen Medien ist, sodass zwar viele Kampagnen und Organisationen in den sozialen Medien vertreten sind, oft aber nur mäßige bis keine Reichweite haben.

Die eigene Website ist für die meisten Organisationen und Kampagnen deshalb noch immer das wichtigste Medium, um eigene Inhalte online zu verbreiten und somit oft die digitale Visitenkarte. Die Website von "MACHT FRIEDEN." wurde regelmäßig mit wichtigen Informationen zum Bundeswehrmandat, mit Abstimmungsergebnissen, Pressemitteilungen und Veranstaltungsinfos bestückt und erhielt dadurch nach einiger Zeit auch einen archivarischen Charakter.

Das zahlenmäßig wichtigste Medium war für die Kampagne allerdings der Newsletter, der mit seinen rund 4.500 Abonnent\*innen die größte Reichweite generieren konnte. Im Laufe der Jahre wurden wichtige Infos rund um das Bundeswehrmandat in Syrien und die Kampagne in über 20 Newslettern direkt an Unterstützer\*innen und Interessierte übermittelt.

Neben der Öffentlichkeitsarbeit über das Internet gab es immer wieder auch Gelegenheiten die Kampagne im Radio oder den Printmedien bekannt zu machen. Regelmäßig kam "MACHT FRIEDEN." im FriedensForum zu Wort, war Gast bei Radio LORA aus München.

### Veranstaltungen

### Aktionskonferenz 2017

Neben der Graswurzel-Lobbyarbeit zur Beeinflussung der politischen Entscheidungsträger-\*innen und den aktivistischen Elementen zur Mobilisierung politischen Engagements, war ein Ziel der Kampagne, das Thema Zivile Konfliktbearbeitung noch stärker in die Friedensbewegung und in die interessierte Öffentlichkeit zu bringen. Als Instrument dazu sollte u.a. eine Konferenz dienen, die für das Frühjahr 2017 geplant wurde. Schwerpunkt sollte sein: Wie könnte Frieden in Syrien auf zivilen, nicht-militärischen Wegen herbeigeführt werden? Welche Ideen dazu gibt es innerhalb der syrischen Community, sowohl vor Ort als auch im Exil? Und welchen Beitrag könnte Deutschland und insbesondere die deutsche Friedensbewegung dazu leisten?

Da die Kampagne allein weder über die nötigen personellen noch finanziellen Mittel verfügte, bot sich an, eine Kooperation mit anderen Bündnissen zu suchen. Mit der Kooperation für den Frieden, einem der beiden Dachverbände der deutschen Friedensbewegung, in der auch viele der Kampagnenträger\*innen organisiert waren, war bald eine passende Partnerin gefunden. Effizienzsteigernd kam hinzu, dass das Netzwerk Friedenskooperative sowohl als Kampagnenbüro für "MACHT FRIEDEN.", als auch als Geschäftsstelle für die Kooperation für den Frieden agiert und damit die organisatorischen Fäden in Bonn zusammenlaufen konnten. Rasch bildete sich eine Arbeitsgruppe von Vertreter\*innen aus beiden Bündnissen, die

die Konferenz inhaltlich planten.

Im Laufe der Vorbereitungen wurde klar, dass die ursprünglich für drei Tage (Freitag bis Sonntag) ausgelegte Konferenz insbesondere aus finanziellen Gründen auf nur einen Tag verkürzt werden musste. Dies stellte unser ganzes bisheriges Konzept auf den Kopf: Wir hatten nun nicht mehr die Zeit und den Raum, die unterschiedlichen Stimmen aus der syrischen Community, die wir uns gewünscht hätten, zu Wort kommen zu lassen. Und nur eine\*n oder zwei Vertreter\*innen einzuladen, wäre uns nicht angemessen vorgekommen: Zu unterschiedlich sind die politischen Wahrnehmungen, zu vielfältig die Community und ihre Einschätzungen. Innerhalb der Vorbereitungs-AG gab es das starke Bedürfnis möglichst mehrere Vertreter\*innen unterschiedlicher "Seiten" einzuladen, damit die Stimmen auf dem Podium möglichst ausgewogen seien. Dies war nun nicht mehr möglich. Und auch die zumindest teilweise notwendige Simultanübersetzung hätten finanziell nicht stemmen können. Und entschieden wir uns, den Fokus stattdessen auf Stimmen aus der deutschen Friedensbewegung zu richten - wohlwissend, dass wir uns damit dem häufig und auch zu Recht erhobenen Vorwurf aussetzten, dass wieder einmal "über" Syrien, aber ohne Syrer\*innen auf dem Podium gesprochen wurde. Wir begegneten diesem Vorwurf dadurch, dass wir die Gründe für den Umsturz des Konzepts und die daraus entstehenden Leerstellen möglich transparent machten. Und wir legten den Fokus nun mehr auf die Möglichkeiten der Zivilen Konfliktbearbeitung und der Graswurzel-Lobbyarbeit - beides Thematiken, die in der Friedensbewegung zum damaligen Zeitpunkt noch eher unterbelichtet waren. Durch die Kooperation mit dem Projekt "Friedenslogik" der Plattform Zivile Konfliktbearbeitung bekam auch dieses friedenswissenschaftliche Konzept einen prominenten Platz. Und sie ermöglichte uns eine mehr als



Aktionskonferenz am 13.05.2017 in Köln

ausführliche Dokumentation der Konferenz, die kostenlos auf der Website der Kampagne abrufbar ist und dazu beiträgt, dass die erarbeiteten Ergebnisse und Gedankenanstöße auch noch weit über das Ende der Kampagne hinaus nachlesbar sind.

Für uns als damals noch junge Kampagne und mit chronisch knappen personellen und finanziellen Ressourcen war die Ausrichtung einer solchen Konferenz ein Mammutprojekt, das uns viele Monate lang beschäftigt hat. Wir hätten uns gewünscht, Veranstaltungen dieser Art öfter, womöglich jährlich auszurichten. Doch der Umfang der übrigen Arbeiten, insbesondere der zentralen und dezentralen Aktionen sowie der umfangreichen Lobbyarbeit mit Briefen, Petitionen und Pressemitteilungen rund um die zunächst jährlich, später halbjährlich stattfindenden Mandatsverlängerungen, ließ dies rein ressourcentechnisch nicht zu. Inhaltlich organisatorisch hat uns die Ausrichtung der Konferenz, insbesondere in so einem frühen Stadium der Kampagne, sehr gestärkt. Sie brachte uns Öffentlichkeit, gewinnbringende Diskussionen und nicht zuletzt auch einige neue Mitstreiter\*innen. So können wir in der Rückschau, bei allen Herausforderungen, die die Konferenz mit sich brachte, ein durchaus positives Fazit auch zu diesem Element unserer Kampagnenarbeit ziehen. Die 90-seitige Dokumentation der Aktionskonferenz 2017 kann auf der Kampagnenwebseite unter folgender URL abgerufen werden: http://macht-frieden.de/sites/default/files/inlinefiles/Doku\_Aktionskonferenz\_Syrien\_Mai\_2017.p df

### Workshop 2018

Mit einem Workshop und Argumentationstraining startete die Kampagne im Jahr 2018 einen weiteren Versuch Unterstützer\*innen und Friedensaktivist\*innen an das Graswurzellobbying heranzuführen. Schon öfter hatte die Kampagne in der Bewegung dazu aufgerufen, Gespräche mit Bundestagsabgeordneten in den eigenen Wahlkreisen zu führen. Einige Friedensgruppen waren in dieser Hinsicht bereits aktiv, neue Gruppen konnten durch die Aufrufe von "MACHT FRIEDEN." allerdings nicht mobilisiert werden.

Das Argumentationstraining, das im September 2018 stattfand, sollte Interessierte für konstruk-

tive Gespräche und Diskussionen mit den Parlamentarier\*innen fit machen und ihnen vor allem die Angst nehmen, für solche Zusammentreffen nicht mit genügend Hintergrundwissen und Expertise ausgestattet zu sein.

Die Planung für den eintägigen Workshop wurde von Kampagnenbüro und der Campaignerin übernommen. Aufgrund der begrenzten finanziellen Mittel, die der Kampagne zur Verfügung standen, wurden für die Vorträge und Moderation des Workshops Referent\*innen aus dem Kampagnenrat gewählt. Die Campaignerin übernahm den Einführungsvortrag, während eines der Gründungsmitglieder der Kampagne und erfahrender Moderator und Kommunikationscoach für die Leitung und Moderation der Trainings zuständig war.

Der Raum für den Workshop wurde vom Friedensbildungswerk in Köln bereitgestellt, sodass sich der finanzielle Aufwand für die Veranstaltung auf die Verpflegung der Teilnehmenden und Fahrtkosten für die Referent\*innen beschränkte.

Schon im Vorfeld wurde für den Workshop ein Argumentationspapier erstellt, das konkrete Zitate von Bundestagsabgeordneten beispielsweise über die Notwendigkeit des Bundeswehreinsatz in Syrien und Irak enthielt und diese Aussagen mit Gegenargumenten der Kampagne entkräftete.

Etwa 15-20 Personen aus dem Umkreis von Köln aus dem Kampagnenrat nahmen am Workshop teil. Trotz der mäßigen Beteiligung entstanden nach dem Einführungsvortrag und während der Trainings nicht nur spannende thematische Diskussionen, sondern auch über die Wirksamkeit von Lobbyarbeit insgesamt. Sicherlich konnten Hemmschwellen abgebaut einige werden, inwieweit das Argumentations- und aber tatsächlich Gesprächstraining Früchte getragen hat und ob Teilnehmende aufgrund



Aktion nach der Konferenz am 13.05.2017

dessen mit den Abgeordneten in ihren Wahlkreisen in Kontakt getreten sind, ist unbekannt. Der Erfolg einer solchen Veranstaltung lässt sich nur schwer messen und ließ den Kampagnenrat schlussendlich mit der Frage zurück, ob und in welcher Form ähnliche Veranstaltungen in Zukunft sinnvoll wären.

Schon häufiger wurde innerhalb der Kampagne die Frage besprochen, warum nur wenig Menschen auf unsere Aufrufe zum Graswurzellobbying über Newsletter und in den sozialen Medien reagierten und ob Friedensgruppen stattdessen nicht gezielt von uns angesprochen und unterstützt werden müssten. Bis zum Ende der Kampagne im August 2020 wurde dieser Frage, auch aufgrund der beschränkten Kapazitäten, nicht mehr nachgegangen.

Das für den Workshop erstellte Argumentationspapier ist auf der Webseite der Kampagne zu finden.

### **Erfahrungsberichte**

### IPPNW: Trägerorganisation der Kampagne

Die IPPNW war bereits an der Entwicklung der Kampagne beteiligt. Es waren damals intensive Diskussionen über die Themen Zielrichtung der Kampagne. Zum einen schien den Entwickler\*innen der Kampagne das Thema "Krieg in Syrien" wichtig, insbesondere nachdem der erste Syrien-Auslandseinsatz der Bundeswehr beschlossen worden war. Wir sahen zudem eine große Betroffenheit und Interesse in der Friedensbewegung und darüber hinaus, als sich im Dezember 2015 beim ersten Bundestagsbeschluss zum Auslandsmandat viele Menschen empörten und demonstrierten. Zum anderen wollten wir die Alternativen, nämlich die zivilen Lösungen, bekannter machen. Ein weiterer wichtiger Aspekt war der demokratiepolitische: dass nämlich die Bundeswehr ein Parlamentsheer ist und die Abgeordneten über Auslandseinsätze entscheiden müssen. Das wollten wir in der Öffentlichkeit und

bei den Abgeordneten selbst bewusster machen und ein "Durchwinken" ohne großes öffentliches Interesse verhindern. Gleichzeitig sahen wir, dass Lobbyarbeit eine nicht unbedeutende Rolle bei politischen Entscheidungen spielt, und dass sie von vielen Interessengruppen gemacht wird, während die Friedensbewegung mit Kontaktpflege und Überzeugungsarbeit bei Politiker\*innen noch nicht sehr weit ist. An den Kampagnenratstreffen nahm IPPNW regelmäßig teil und im E-Mail-Verteiler des Kampagnenrats waren fünf IPPNWler\*innen in unterschiedlichem Maße aktiv. Bei allen wiederkehrenden zentralen Aktionen in Berlin zur Mandatsverlängerung konnten IPPNW-Mitglieder und die IPPNW-Geschäftsstelle wichtige inhaltliche Beiträge und viel praktische Unterstützung, Materialien, Pressearbeit und organisatorische Hilfen geben. Bei den ersten Aktionen 2016 z.B. waren Mitglieder der Berliner IPPNW-Regionalgruppe dabei



IPPNW nutzt die Aktionsplane für eine Aktion vor dem Kölner Dom 2018

Vorstandsmitglied Susanne Grabenhorst verwies auf die Notwendigkeit von ziviler Konfliktbearbeitung. Eva Clemenz sprach über Gesundheitsaspekte und verurteilte die Zerstörung ziviler Infrastruktur, die Angriffe Krankenhäuser und medizinisches Personal durch alle Kriegsparteien. Etwa ein Jahr lang sammelten auch IPPNW-Mitglieder knapp 5.000 Unterschriften für die Online- und Offline-Petition "NEIN zum Bundeswehreinsatz in Syrien - JA zu zivilen Lösungen". Am 20. März überreichte sie Angelika Wilmen von der IPPNW-Geschäftsstelle an die Bundestagsvizepräsidentin Claudia Roth. Sie hatte zugesagt, den dicken Ordner mit sämtlichen Unterschriften im Auswärtigen Ausschuss auszulegen, wenn dort über den Bundeswehreinsatz in Syrien und im Irak beraten werde. Außerdem beteiligten sich IPPNW-Mitglieder an Briefaktionen an die MdBs. Die Syrien-Aktionskonferenz "Was wir können als Friedensbewegung tun?" am 13. Mai 2017 richtete ihr Augenmerk auf die Zivilgesellschaft in Syrien sowie auf die politisch Verantwortlichen in Deutschland. Ziel der Konferenz war es, der militärischen Logik mit einer friedenspolitischen Logik zu widersprechen. Im Anschluss an das Treffen gab es eine öffentlichkeitswirksame Aktion auf der Kölner Domplatte. Eine Reihe von IPPNW-Mitgliedern nahm teil, Sabine Farrouh war in der Vorbereitung sehr aktiv, Helmut Lohrer war an einer Podiumsdiskussion beteiligt. Beim IPPNW-Jahrestreffen am 6. Mai 2018 in Köln nutzte die IPPNW das Aktionsset der Kampagne "Macht Frieden". Auf dem Bahnhofsvorplatz in Köln forderten Ärzt\*innen in weißen Kitteln vor einer bunten Fotoleinwand der Kampagne "Macht Frieden – Zivile Lösungen für Syrien" mit großen Buchstaben eine friedliche Lösung für die Menschen in Syrien. In den IPPNW-Pressemitteilungen wurde oft auf die Kampagne über unseren Verteiler hingewiesen. Viele Mitglieder

gaben uns zu "MACHT FRIEDEN." ein positives Feedback, daneben gab es Kritik z.B. an der mangelnden Betonung geopolitischer Aspekte.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Über 3,5 Jahre haben Mitglieder aus Vorstand und Geschäftsstelle die Kampagne regelmäßig unterstützt. Sie nahmen an Kampagnentreffen und Telefonkonferenzen teil, unterstützten die Organisation, Aktionen und machten Presse- und Lobbyarbeit, informierten die IPPNW-Mitlieder über die Arbeit der Kampagne und die Abstimmungen im Bundestag (Viele Mitglieder der IPPNW haben) Außerdem wurden viele Briefe an Abgeordnete des Wahlkreises geschrieben, an Vorbereitungstreffen oder Konferenzen teilgenommen oder sich an der Aktion vor der Fotoleinwand beim Jahrestreffen in Köln beteiligt. Daneben gab es eine finanzielle Unterstützung. Auf der anderen Seite hat die Kampagne viele Impulse in unsere ärztliche Friedensorganisation getragen, kontroverse Diskussionen angeregt, unser Verständnis von Lobbyarbeit verbessert. IPPNW ist jetzt noch besser vernetzt. Macht Frieden hat aber auch Schwierigkeiten beim Aufzeigen ziviler Konfliktlösungen aufgezeigt und weltanschauliche Differenzen im Verein sichtbar gemacht (ohne dass es zu einer Lähmung gekommen wäre). Auf jeden Fall hat es großen Spaß gemacht, mit so klugen, freundlichen und engagierten Menschen und tollen Organisationen in der Kampagne zusammen zu arbeiten. Macht Frieden war ein Gewinn für die IPPNW!

### **Netzwerk Friedenskooperative:**

#### Das Kampagnenbüro

Mit dem Start der Kampagne 2016 trat das Netzwerk Friedenskooperative in eine neue Phase ein. Der plötzliche und unerwartete Tod von Geschäftsführer Mani Stenner im Jahr 2014 zwang die Friedenskooperative dazu sich neu aufzustellen und neue Arbeitsschwerpunkte festzulegen. Eines davon sollte zukünftig in der Kampagnenarbeit liegen und "MACHT FRIEDEN." war sozusagen der Lackmustest für das Bonner der Büro, das von Entwicklung Durchführung von "MACHT FRIEDEN." Kampagnenbüro fungierte und für die Mitarbeiter Ingenleuf die Gesamtkoordination Philipp übernahm.

### <u>Das Büro wächst an der Kampagne – ganz</u> praktisch

Nach vier Jahren lässt sich festhalten, dass die Kampagne einen großen Anteil zu der positiven Entwicklung des Netzwerk Friedenskooperative beitragen konnte. Das Netzwerk Friedenskooperative kooperative konnte seine Kompetenzen im Bereich Kampagnenarbeit ausbauen und weiterentwickeln. Davon profitierten beide Seiten ungemein.

Dazu zählen oft ganz praktische Aspekte der Verwaltung, insbesondere in den Bereichen Trägerkreis-, Adress-, aber auch Finanz- und Spendenverwaltung, die zunehmend professionalisiert wurden. Durch eine konsequente Adressverwaltung konnte beispielsweise ein solider Newsletterverteiler aufgebaut werden und im Bereich Finanzen wurde Transparenz geschaffen, indem bei jedem Treffen über den Stand der Finanzen informiert wurde und den Trägern jährlich der Finanzabschluss des vergangenen Jahres vorgelegt wurde.

Weitere praktische Erfahrungen sind verknüpft mit der Schaffung der neuen Stelle einer Campaignerin. Die Formalitäten für die Anstellungen mussten zunächst geklärt werden, aber vor allem auch die Arbeitsform der Campaignerin, die teilweise im Homeoffice aktiv war sowie die Integration in das bestehende Team des Büros. Schnell zeigte sich, dass eine weitere Mitarbeiterin im Team des Netzwerk Friedenskooperative ein



Aktion am 17.10.2019 in Berlin Übergabe Unterschriftenaktion Syrien

großer Gewinn war und die Arbeit mit- und untereinander sich äußerst positiv gestaltete. Die "Teamchemie" stimmte mit Elise Kopper und später mit Kathi Müller und trug zu einem tollen Arbeitsklima bei.

Nicht zu unterschätzen ist sicherlich der Aspekt, dass die Campaignerin teilweise im Homeoffice arbeitete. Dies führte dazu, dass sich das Netzwerk Friedenskooperative für ein "Digitales Büro" entscheiden musste. Das Arbeiten in und mit einer Cloud wurde dadurch beim Netzwerk Friedenskooperative früh Standard und wird inzwischen so gut wie von allen Projekten verwendet.

### Neue Aktionsformen und Aktivitäten etabliert

Vor allen Dingen war aber die Kampagne auch ein Riesengewinn im Bereich Aktivitäten. Das Büro half dabei, jedes Jahr (bis auf coronabedingt 2020) eine Aktion vor dem Reichstag zu organisieren und musste dafür neue Kompetenzen vor Ort in Berlin entwickeln. Die gesammelten Erfahrungen waren dabei äußerst hilfreich für andere Aktivitäten und in Berlin konnten wichtige Kontakte geknüpft und intensiviert werden.

Besonders die Lobbyarbeit der Kampagne in Berlin erweist sich im Nachhinein als wichtige Erfahrung, von der auch andere Kampagnen profitierten. Das Organisieren und Durchführen von Gesprächen mit Abgeordneten im Bundestag ermutigte uns in den kommenden Jahren zu vielen weiteren Gesprächen.

### "MACHT FRIEDEN." als Grundstein der

### Kampagnenarbeit

Inzwischen fungiert das Netzwerk Friedenskooperative auch als Kampagnenbüro für die Kampagnen "Atomwaffenfrei.jetzt! Büchel ist überall" sowie für "Unter 18 nie! Keine Minderjährigen in der Bundeswehr". "MACHT FRIEDEN." legte 2016 den Grundstein für die Ausrichtung des Netzwerk Friedenskooperative und die durch die Kampagne gewonnen Erfahrungen trugen und tragen zum Gelingen anderer Kampagnen bei. Ohne "MACHT FRIEDEN." hätte das Netzwerk Friedenskooperative nicht bzw. erst später wichtige Kompetenzen im Bereich Kampagnen- und Bewegungsarbeit erlangt. Somit ist "MACHT FRIEDEN." ein äußerst wichtiger Baustein in der Entwicklung des Netzwerk Friedenskooperative und beide Seiten konnten voneinander profitieren.



Aktion am 17.10.2019 in Berlin

### Abschluss der Kampagne

Seit 2016 hat die Kampagne "MACHT FRIEDEN. Zivile Lösungen für Syrien" die Bundestagsabstimmungen über die Verlängerung Bundeswehreinsatzes in Syrien kritisch begleitet und für gewaltfreie Möglichkeiten der Konfliktbearbeitung geworben. Sie hat mit dazu beigetragen, dass die Unterstützung der Abgeordneten für die Einsatzverlängerungen stetig sank. Ein Großteil der Arbeit der Kampagne galt der direkten Ansprache der Bundestagsabgeordneten und hat dabei erfreulich viel Resonanz erzeugt. Dennoch konnte die Kampagne mit ihren Argumenten zum Schluss immer weniger Entscheidungsträger\*innen erreichen. Auch die weder politisch noch juristisch nachvollziehbare Vermischung des Syrieneinsatzes mit dem Bundeswehreinsatz im Irak innerhalb eines Mandats, das sinkende Interesse an Syrien in der Öffentlichkeit und in den Medien sowie immer knapper werdende personelle und finanzielle Ressourcen machten die Kampagnenarbeit zunehmend schwieriger. Nach langer Diskussion entschloss sich Kampagnenrat daher nach vier Jahren intensiver Arbeit die Kampagne "MACHT FRIEDEN. Zivile Lösungen für Syrien" zum 31. August 2020 zu beenden.

Im Folgenden wollen wir als Kampagne noch einmal die "Lessons Learned" aufzeigen und hoffen, dass diese Sammlung anderen Kampagnen und Aktiven in der Friedensbewegung weiterhelfen kann.



Aktion der Kampagne am 11.12.2017 in Berlin

### "Lessons learned" der Kampagne "MACHT FRIEDEN."

# Die Lobbyarbeit langfristig planen und nachhaltig gestalten

Wenn wir persönliche Antworten von Abgeordneten auf unsere Lobbymails und -briefe erhielten, waren unsere Reaktionen darauf eher kurz. Zwar wurden von unserer Seite öfter Gesprächsangebote gemacht, daraufhin blieben die Antworten allerdings immer aus.

Um Kontakte in den Bundestag aufzubauen und nachhaltig zu stärken, sollte mindestens genau so viel Zeit in eine Antwort an einen Bundestagsabgeordneten investiert werden, wie in das ursprüngliche Schreiben, das an alle Mitglieder des Bundestags verschickt wird. Gute Kontakte, auch zu Mitarbeiter\*innen der Bundestagsabgeordneten können Gold wert sein. Wann findet die nächste Abstimmung statt, wie positioniert sich eine Fraktion inhaltlich zum Antrag der Bundesregierung? Fraktionsinterna und andere Informationen zum Thema der Kampagne können die Lobbyarbeit erleichtern und für deren Planung hilfreich sein.

### Lobbyarbeit stärker nach außen präsentieren

Oft blieb es nach dem Versand einer Lobbymail allein bei der Information unserer Unterstützer\*innen darüber. Selten wurden Reaktionen der Abgeordneten auf unsere Schreiben öffentlich gemacht. Ziel der Lobbyarbeit sollte es neben der Einflussnahme aber auch sein, Menschen, die unsere Aktivitäten verfolgen, über die Stellungnahmen der Politiker\*innen zu informieren. Aussagen von Abgeordneten

(anonymisiert) auf der Website oder in den sozialen Medien zu veröffentlichen, zeigt nicht nur, dass unsere Arbeit Früchte trägt, sondern macht unsere Kampagne und deren Lobbyarbeit erst interessant.

#### Geeignete Social Media-Plattform wählen

Die "MACHT FRIEDEN."-Kampagne war in den sozialen Medien allein auf Facebook vertreten. In den Jahren 2015/16, in denen die Kampagne geplant wurde und an Start ging, eine nachvollziehbare Entscheidung. Heute erreicht insbesondere Facebook oft nur noch ein älteres Publikum. Viele Kampagnen und Organisationen beklagen durch die Algorithmen auf Facebook einen Verlust ihrer Reichweite. Auch die Beiträge von "MACHT FRIEDEN." konnten im letzten Jahr des Bestehens der Kampagne immer weniger Menschen erreichen.

Hat eine Kampagne, wie "MACHT FRIEDEN." begrenzte personelle Kapazitäten, sollte im Voraus beschlossen werden, auf welcher Social Media-Plattform sie zuerst aktiv werden möchte. Bei der Entscheidung kommt es auf Ausrichtung, Zielgruppe und Thema der Kampagne an. Nicht zu unterschätzen ist der große Zeitaufwand, den die sozialen Medien mit sich bringen.

#### Projekte im Voraus planen

Spontan auf eine unerwartete Eskalation in einem Konflikt zu reagieren, ist für eine kleine politische Kampagne oft schwierig und benötigt viele personelle Ressourcen in kurzer Zeit. Oft bahnen sich die Eskalation eines Konfliktes oder bestimmte Ereignisse aber schon Wochen oder Monate vorher an. Der völkerrechtswidrige Einmarsch der Türkei in Syrien im Jahr 2019 beispielsweise war leider nur eine Frage der Zeit. Der Kampagnenrat von "MACHT FRIEDEN." bereitete deshalb bereits Monate vor der Invasion eine Petition vor, die dann innerhalb von wenigen Stunden an den Start gebracht werden konnte und in den ersten drei Tagen über 5.000 Mal unterzeichnet wurde. Danach sank die Zahl der Unterzeichner\*innen

rapide. Hätte die Kampagne erst mit dem Einmarsch der Türkei in Syrien mit der Erstellung der Petition begonnen, den Petitionstext verfasst, die Unterschriftenliste auf die Website gesetzt und Banner für die Bewerbung der Petition in den sozialen Medien und auf der Website erstellt, wäre diese erst Tage später veröffentlicht worden und kaum politische Wirkkraft gehabt.

# Mehr Unterstützer\*innen für die Aktionen der Kampagne gewinnen

Die Aktionen in Berlin waren aus verschiedenen Gründen wichtiger Teil der Kampagne. Sie gaben Unterstützer\*innen die Möglichkeit, aktiv an der Kampagne teilzuhaben und die Forderungen von "MACHT FRIEDEN." auf die Straße zu tragen. Mit den Jahren wurde es allerdings schwieriger, Mitstreiter\*innen für die Aktion zu gewinnen. Das kann zum einen daran gelegen haben, dass generell das Interesse in der Öffentlichkeit, aber auch in der Friedensbewegung für den Krieg in Syrien und Irak allmählich schwand. Zum anderen könnte der abgelegene Veranstaltungsort, die Wiese vor dem Reichstagsgebäude, dabei eine Rolle gespielt haben. Hinzu kam, dass es im Monat Oktober, in dem üblicherweise die Abstimmungen über das Bundeswehrmandat in Syrien und Irak stattfanden, auf der Bundestagswiese kaum Passant\*innen oder Tourist\*innen gab, die durch die Aktion auf die Kampagne hätten aufmerksam gemacht werden können. Der Bundestag blieb trotzdem aufgrund seiner Symbolkraft bis zum Ende der bevorzugte Veranstaltungsort für die Aktionen und war besonders für die Fotoaktion ideal.

Die einmalige Verlegung der Aktion vor das Brandenburger Tor führte zu mehr - Zuhörer\*innen bei der Kundgebung, insgesamt konnte aber auch der Szenenwechsel nicht mehr Demonstrant\*innen als gewöhnlich generieren.

Wie das Kampagnenteam mehr Unterstüt-

zer\*innen für die Aktionen hätte mobilisieren können, bleibt offen. Vorab wurde über alle verfügbaren Kanäle für die Veranstaltung geworben, sogar Abgeordnete aus dem Bundestag eingeladen. Besonders für Aktionen kleiner Kampagnen wäre es deshalb eventuell hilfreich kurze Evaluationsbögen für die direkte Auswertung von Aktion zu entwickeln und diese für zukünftige Veranstaltungen zu nutzen.

# Zum Start einer Kampagne gute Bilder produzieren

Äußerst positiv erwies sich die Entscheidung, die erste Aktion vor dem Bundestag "bildgewaltig" zu gestalten. Nach längeren Diskussionen entschied sich die Kampagne ein 100qm großes Banner anfertigen zu lassen. Dies war recht kostenintensiv. Jedoch hat sich diese Investition



Aktion am 08.10.2018 vor dem Brandenburger Tor

gelohnt. Dadurch konnten tolle Bilder produziert werden, die wiederum für die Gestaltung der ersten Kampagnenmaterialien genutzt werden konnten. Das Banner konnte außerdem immer wieder als Fotomotiv benutzt werden und auch an regionale Gruppen für Aktionen ausgeliehen werden.

## Die vielleicht wichtigste Kampagnenzutat: Reichweite

Viele der oben beschriebenen Probleme der Kampagne, wie z.B. geringe Mobilisierung,



Aktion am 08.10.2018 vor dem Brandenburger Tor

fehlenden Ressourcen und Spenden, können im Nachhinein darauf zurückgeführt werden, dass die Kampagne in den ersten drei Jahren nur sehr langsam ihre Reichweite ausbauen konnte. Reichweite bezieht sich in diesem Fall vor allem auf die Zahl der Empfänger\*innen per E-Mail-Newsletter, da dies immer noch der effektivste Weg ist, Menschen in großer Zahl zu erreichen. Die Kampagne versäumte es nicht bei Mitmachaktivitäten wie Petition oder Postkartenaktionen, oder bei Besuch der Webseite nach der Bereitschaft zu fragen, den Newsetter zu abon-nieren. Jedoch konnten wir mit keiner dieser Aktivitäten besonders viele Menschen anspre-chen.

Erst mit der Petition "Türkische Offensive in Syrien stoppen" im Oktober 2019 konnte die Kampagne merklich ihren Newsletter ausweiten, indem, wie oben erwähnt, eine Petition bereits vorbereitet war und sofort nach Beginn der Invasion veröffentlicht wurde. Hier zeigte sich einmal mehr, dass Aktionen, die thematisch brandaktuell sind, sehr erfolgreich sein können, weil sich durch die Aktualität und das breite Interesse der Öffentlichkeit Aktionen, wie z.B. Petitionen, über die Sozialen Medien blitzartig verbreiten. Sich ein "window of opportunity" zu Nutze zu machen, ist oft schwierig in der Umsetzung und hängt ebenso oft auch von Glück ab, aber es kann einer Kampagne sehr viel Reichweite und damit einen großen Schub nach vorne verschaffen.

### Kampagne richtig beenden

Zunächst einmal war es ein längerer Prozess, die Entscheidung über Weiterführung, Veränderung, Anschlusskampagne oder Beendigung im Konsens und in Absprache mit dem Trägerkreis herbeizuführen.

Im Nachhinein lässt sich festhalten, dass auch dieser Prozess mit genügend Personalressourcen ausgestattet werden muss, um ihn zeitnah und richtig abzuschließen. Denn viele Aufgaben müssen bei der Beendigung einer Kampagne beachtet werden:

- Den verschiedenen Friedensorganisationen eine bearbeitbare Datei zur Verfügung stellen, damit sie angepasste Versionen der Erklärungen zur Beendigung für ihre Homepages und Mitgliederzeitungen erstellen können.
- 2. Information von Öffentlichkeit und Friedensbewegung
- Mitteilung auf der Webseite, Webseite "einfrieren"
- 4. Facebook-Account "einfrieren", aber noch beobachten
- 5. Instagram-Account stilllegen
- 6. E-Mail-Adresse der Kampagne stilllegen
- 7. Mailingliste schließen
- 8. Beendigung der Beitragszahlung ankündigen
- 9. Dokumentation erstellen

Außerdem hat sich gezeigt, wie wichtig es ist eine Kampagne zeitlich zu begrenzen, denn Ressourcen, personell wie finanziell, sind immer limitiert. Ebenso können auch die Wahrnehmung des Themas in der Öffentlichkeit und die Wichtigkeit des Themas innerhalb der Bewegung mit der Zeit abnehmen und erfolgreiche Kampagnenarbeit erschweren.

### Die Kampagne in Zahlen



#### 5 Aktionen in Berlin

Vier Mal trug die Kampagne gemeinsam mit ihren Unterstützer\*innen die Forderungen der Kampagne vor den Bundestag. Im Jahr 2019 fand die Aktion der Kampagne ausnahmsweise vor dem Brandenburger Tor statt.

### 13 Kampagnentreffen

Insgesamt trafen sich die Aktiven der Kampagne in vier Jahren 13 Mal. Das Kickoff-Treffen mit den Gründungsmitgliedern fand am 10. April 2016 in Hannover statt. Seitdem folgte jeweils ein Treffen zu Beginn, Mitte und Ende eines Jahres in Köln. Das letzte Treffen der Kampagnenmitglieder musste aufgrund der Covid-19-Pandemie leider digital stattfinden.





#### 22 Newsletter

In vier Jahren verschickte die Kampagne insgesamt 22 Newsletter und einige Sondernewsletter.

### 36 Pressemitteilungen

Die Kampagne meldete sich bei Abstimmungen und besonderen Ereignissen regelmäßig zu Wort und veröffentlichte in den Jahren rund 36 Pressemitteilungen.





#### 75 Telefonkonferenzen

Es gab immer viel zu diskutieren! In regelmäßigen Abständen besprachen sich die Aktiven über 75 Mal am Telefon.

### **Danksagung**

Unser großer Dank gilt den 25 Trägerorganisationen, durch deren ideelle und finanzielle Unterstützung "MACHT FRIEDEN." überhaupt erst möglich wurde. Das jahrelang entgegengebrachte Vertrauen des Trägerkreises in die Kampagne bildete das Fundament der guten Zusammenarbeit innerhalb des Kampagnenrates und den darin versammelten Vertreter\*innen der verschiedenen Organisationen.

Darüber hinaus wollen wir uns bei allen Trägerorganisationen, die uns im Rahmen ihrer Möglichkeiten auch praktisch unterstützt und die Forderungen und Arbeit der Kampagne auf den verschiedensten Wegen verbreitet haben, ganz herzlich bedanken.

Zudem dankt die Kampagne allen Abgeordneten und ihren Mitarbeiter\*innen, die "MACHT FRIEDEN." kritisch begleitet und unterstützt haben. Gleiches gilt für diejenigen, die uns an ihren schwierigen Abwägungsprozessen haben teilhaben lassen. Unser besonderer Dank gilt denjenigen, die – teilweise auch gegen die Mehrheitsmeinung der eigenen Partei – mit einem "Nein" zum Bundeswehreinsatz und einem "Ja" zu zivilen Lösungen ein Zeichen für den Frieden gesetzt haben.



Trägerorganisationen der Kampagne "MACHT FRIEDEN."

### **Kontakt:**

Netzwerk Friedenskooperative, Römerstr. 88, 53111 Bonn

Tel.: 0228-692904 Fax: 0228-692906

Email: friekoop@friedenskooperative.de

### V.i.S.d.P.

Philipp Ingenleuf, Netzwerk Friedenskooperative