

Politische Kampagnenplanung

Bevor ihr eine politische Kampagne startet, müssen einige wesentliche Überlegungen angestellt werden. Diese Vorarbeit ist für den Erfolg ein entscheidender Faktor. Je besser ihr euch zu Beginn aufstellt, desto weniger muss während der eigentlichen Kampagne nachgearbeitet werden.

1. Kampagnenziel definieren

Eine Kampagne benötigt klare Ziele. Diese können zum Teil übergeordnet und langfristig sein. Dennoch sollten erreichbare Zwischenziele festgelegt werden.

Für das Thema „Unser Stadtwerk kohlefrei“ könnte das langfristige politische Hauptziel der Ausstieg aus der Kohleverstromung in Deutschland heißen. Das Kampagnenziel wäre der Ausstieg deines Stadtwerkes aus dem Kohlestrom. **Erreichbare Zwischenziele** wären die Diskussion über eine erneuerbare, kohlefreie Energieversorgung durch dein Stadtwerk sowie die Erarbeitung konkreter Ausstiegsfahrpläne. Auch die Erweiterung und Zuspitzung der öffentlichen Debatte über den Kohleausstieg ist ein machbares Ziel.

2. Kampagnenzeitraum festlegen

Für den Start einer Kampagne ist es stets besonders hilfreich, wenn sich das „window of opportunity“ als ein Zeitfenster öffnet. Dies kann z.B. eine Wahl oder eine wichtige kommunale Entscheidung sein. Aber auch eine übergeordnete Diskussion kann ausreichen, um mit einer Kampagne die nötige Aufmerksamkeit zu erzeugen.

Im Falle von „Unser Stadtwerk kohlefrei“ ist dies die derzeit geführte Diskussion um die trotz Energiewende nicht sinkenden CO₂ Emissionen. Das Wort „Kohleausstieg“ ist seitdem auch im Mainstream angekommen. Ein weiterer Anknüpfungspunkt ist das Thema Divestment. Mehrere Kommunen oder Firmen ziehen derzeit ihre Investitionen in fossile Energieträger ab. Zudem steht Ende 2015 der Klimagipfel in Paris an. Aber vielleicht gibt es bei euch vor Ort gerade auch ein lokales Thema auf das ihr aufsetzen könnt.

Eine Kampagne sollte zu einem klar definierten Zeitpunkt starten. Am besten verknüpft man dies mit einer Aktion und/oder einer Pressekonferenz. Medienberichterstattung ist hier besonders wichtig. Je mehr Entscheidungsträger, Stakeholder, Multiplikator*innen und Einwohner*innen deiner Stadt dies mitbekommen, desto leichter lassen sich weitere Kampagnenbausteine darauf aufbauen.

Eine jede Kampagne sollte auch ein Ende haben. Manchmal lässt sich dies von vornherein gut festlegen, wie z.B. eine Kommunalwahl, manchmal ist es unkonkret. Im vorliegenden Fall ist die Kampagne mit dem Ausstieg deiner Stadtwerke aus dem Kohlegeschäft beendet. Klare Zwischenziele dienen der Evaluierung, ob die Kampagne noch für einen weiteren Zeitraum trägt.

3. Kampagnenstrategie entwerfen

Bevor eine Kampagne startet, solltet ihr eine Strategie festlegen. Hier geht es darum die verschiedenen Schritte auch in einer zeitlichen Dimension festzulegen. Die Strategie umfasst Überlegungen zur Kampagnengeschichte, wie ein Spannungsbogen aufgebaut werden kann, welche Kampagnenmittel zum Einsatz kommen, welche Verbündeten ihr habt habe bzw. welche Gegner und auch wie diese argumentieren könnten.

Diese Vorüberlegungen sind sehr wichtig. Da nur eine gut vorbereitete Kampagne einen reibungslosen Ablauf ermöglicht.