



KOLLEKTIVE STRATEGIEENTWICKLUNG

Ein Methoden-Reader

Arbeitsfassung vom 01.08.2019

Kontakt:
www.phase5-kollektiv.org
info@phase5-kollektiv.org

THEORY OF CHANGE

DAUER

30 Minuten

VORBEREITUNG UND MATERIAL

Plakat mit Leitfragen

Papier und Stifte

ZIEL

Erkennen, dass es verschiedene Vorstellungen davon gibt, wie sich Gesellschaft verändern lässt (Theories of Change) und dass diese das politische Handeln prägen.

Die eigenen Theories of Change reflektieren

ABLAUF

1) Einleitung (3 min)

Wir alle haben gewisse Annahmen, die unserem Handeln zugrunde liegen, auch wenn diese häufig nicht explizit sind. Vorstellungen darüber, wie sich Welt verändern lässt nennen wir *Theory of Change*.

Wir halten es für wertvoll, diese explizit zu machen und darüber nachzudenken, welche Annahmen unseren politischen Handlungen und Aktionen zugrunde liegen - nicht um daraus „die einzig Richtige“ auszuwählen, sondern um unterschiedliche Herangehensweisen begreifbar zu machen. Dadurch lassen sich auch die Verhaltensweisen anderer (Akteure) besser nachvollziehen und die kollektive Handlungsfähigkeit erhöhen.

Eine Auseinandersetzung damit könnte alleine Tage füllen, in der Kürze der Zeit wollen wir das Thema zunächst nur kurz anreißen und laden euch ein darüber heute Abend oder nach dem Workshop in euren Gruppen weiter darüber zu reflektieren.

2) Einzelarbeit (5 min)

Wir haben folgende Fragen für euch vorbereitet:

- Was sind Akteure und Orte, die bzw. an denen die Welt (in unserem Sinne) verändert wird?
- Was glaubst du, wie du die Welt verändern kannst?

3) Kleingruppenarbeit (10 min)

Findet euch jetzt in Kleingruppen von ca. 3 Personen zusammen und berichtet einander von euren Überlegungen und diskutiert darüber.

Wie gesagt, es geht nicht um „Richtig“ oder „Falsch“ sondern um ein Sichtbarwerden von unterschiedlichen Möglichkeiten. Verschiedene Herangehensweisen können sich auch sinnvoll ergänzen und das Handeln Anderer kann verständlicher werden, wenn die zugrunde liegenden Annahmen bekannt sind. Unsere Theories of Change können sich selbstverständlich mit der Zeit auch ändern.

4) Vorstellen von Erkenntnissen (5min)

Was für „Aha“-Momente hattet ihr / was wollt ihr gerne mit der Gesamtgruppe teilen ?

5) Zusammenfassung/Input (3 min)

Während sich linksradikale Theorie häufig abgrenzt von: Wahlen, Gesetzen, Konsum,... verbleiben dennoch sehr unterschiedliche Praktiken innerhalb der radikalen Linken, z.B.

- performative Veränderung von Alltagspraxen
- Intervention in politische Diskurse
- Intervention in die materiellen Verhältnisse
- ...

Dies ist auch Teil von Dissens, Streit und Abgrenzungen.

Wir wollen:

- explizit benennen, wo wir selbst stehen
- dies nicht als das einzig Richtige setzen
- herausfinden, wie wir auch mit Unterschiedlichkeiten innerhalb der großen Theory of change im Konkreten gut zusammenarbeiten und in eine gemeinsame Richtung voranschreiten können.
- darüber eine bessere Bündnisfähigkeit ermöglichen, denn ein klarer und kommunizierbarer eigener Standpunkt kann dabei helfen auch Bündnispositionen mitzutragen, die dem nicht zu 100% entsprechen.

6) Ausblick: Überleitung zu Strategie/Taktik

Die Theory of Change – also das Bild, wie große gesellschaftliche Veränderungen zu erreichen sind, ist die Basis für Strategien und Taktiken, die wir wählen. Wir wollen daher im Folgenden die Begriffe Strategie und Taktik genauer anschauen.

STRATEGIE UND TAKTIK

DAUER

30 min.

VORBEREITUNG UND MATERIAL

Flipchartplakate (3-4)

Eddings

Plakat des Action Learning Cycles (siehe Anhang)

ZIEL

Ein Verständnis der Begriffe Strategie und Taktik erlangen.

Nutzen und Mehrwert von strategischer Reflexion für die eigene politische Arbeit erkennen.

Ein hierarchisches Verständnis von Strategie kritisch reflektieren und eine Haltung und Ideen für die Umsetzung basisdemokratischer und feministischer Strategieentwicklung entwickeln.

METHODE

Zurufplakate

Input

ABLAUF

1) Zurufplakat zur Frage: Was ist Strategie? Was ist Taktik ? (5 min)

Die Antworten werden per Zuruf genannt und für alle sichtbar unter den jeweiligen Begriffen (Strategie / Taktik) mitgeschrieben. Hierfür eignen sich entweder zwei Plakate (eines für den Begriff Strategie, eines für den Begriff der Taktik) oder ein Plakat, das in der Mitte durch eine gestrichelte Linie getrennt wird.

Mögliche Antworten:

Strategie: Strategos, General, langfristig, Ziel, Überblick verschaffen, Bündeln von Ressourcen, Wie kommt man da hin, wo man hin will? Agieren, statt reagieren,...

Taktik: Kurzfristig, Aktion, Mittel, Methode, das Konkrete,...

Die genannten Antworten werden von den Workshop-Leiter*innen zusammengefasst. Dabei werden von den Teilnehmer*innen genannte Antworten hervorgehoben und deutlich gemacht, dass dies eher eine erste Arbeitsdefinition darstellt und die Begriffe damit nicht abschließend bestimmt sind.

Eine Zusammenfassung beschreibt: Strategie als langfristiges, zielorientiertes Handeln. Taktiken als Mittel und Aktionsformen, um die größere Strategie zu verwirklichen.

2) Zurufplakat zur Frage: Wozu eigentlich Strategie & Taktik? (5 min)

Die Antworten werden per Zuruf geäußert und auf einem neuen Plakat gesammelt

Möglich Antworten:

Damit wir nicht ausbrennen; damit wir erfolgreicher sind; für mehr Effektivität und Effizienz; damit wir uns orientieren können; damit wird uns weniger ohnmächtig und hilflos fühlen; Empowerment; wenn etwas nicht klappt haben wir einen Plan B; wir wissen wo wir grade stehen; um dann ... tun; Wenn wir keine eigene Strategie haben, laufen wir Gefahr, der Strategie von anderen zu unterliegen; Erweiterung der Handlungsmöglichkeiten; auf Reaktionen der Gegenseite vorbereitet sein; ...

3) Zurufplakat zur Frage: Was brauchen wir, um Strategien entwickeln zu können/ was sind Vorbedingungen? (5 min)

Die Antworten werden per Zuruf geäußert und auf einem neuen Plakat gesammelt.

Mögliche Antworten:

Zeit, Werkzeuge, Innehalten, aus dem Reagieren herauskommen, Analyse-Methoden, Reflexion, Informationen über die Gegenseite, Informationen über unsere vergangene Bewegung, Informationen über unsere Freunde, den Mut unser eigenes Handeln ergebnisoffen zu reflektieren, ...

Die Antworten werden zusammengefasst und in eine Überleitung eingebettet: Oft mangelt es an Zeit und Tools. Deshalb wollen wir uns in diesem Seminar die Zeit dafür nehmen und Tools kennenlernen.

THE ACTION LEARNING CYCLE

4) Kurzinput: The Action Learning Cycle (10 min)

Das Plakat zum Action Learning Cycle wird vorgestellt:

Ausgehend von dem Gesammelten wollen wir uns hier noch eine Visualisierung anschauen von Menschen, die sich darüber vor uns auch schon mal Gedanken dazu gemacht haben.

Wir machen häufig die Erfahrung, dass wir uns nicht die Zeit nehmen um zu reflektieren. Das sehen wir hier in diesem oberen Kreislauf veranschaulicht. Wir machen eine Aktion, machen Erfahrungen in dieser Aktion und machen dann die nächste Aktion (Aktion → Erfahrung → Aktion). Das führt dazu, dass wir häufig nur reagieren und nicht agieren und dadurch schneller ausbrennen.

Die Idee des strategischen Handelns ist es, dass wir unsere Erfahrungen und Handlungen reflektieren, gesellschaftliche Tendenzen und Entwicklungen analysieren und daraus neue Pläne schmieden, um unsere nächste Aktion zu planen.

Wir wollen dieses Wochenende aus unseren Gewohnheiten (dem oberen Kreis) ausbrechen und schauen wie wir den unteren Kreis handlungsleitend machen.

5) Rückfragen und Reaktionen darauf anhören (5min)

Die Teilnehmer*innen tauschen sich in einer Tuschelrunde zu der Frage aus, wo sie als Gruppe oder individuell schon mal Erfahrungen mit Elementen dieses Circles gemacht haben.

Anschließend werden einzelne Stimmen dazu im Plenum gehört.



ERFAHRUNG

- IST DIE KONSEQUENZ AUS HANDLUNGEN / AKTIONEN
- VERANKERT SICH AUF VERSCHIEDENEN EBENEN & IN UNTERSCHIEDLICHER TIEFE

HANDLUNG

- PHYSISCH - KÖRPER
 - KOMMUNIKATIV - SPRACHE
 - MENTAL - BEWUSSTSEIN
- ← (Gewohnheitszyklus (Reaktivierung))

PLANUNG

- ERKANNTES (NEU) ANWENDEN

ANALYSE

- ALSO? WAS HEIßT DAS JETZT? - WAS BEDEUTET DAS?
- INFRAGESTELLUNG & KONZEPTUALISIERUNG (z.B. MIT METHODEN / ANALYSEWERKZEUGEN)

REFLEXION

- PAUSE. -
- DEN ZYKLUS UNTERBRECHEN UND RAUM FÜR NEUES SCHAFFEN
- NEUGIERDE & AUFNAHME-BEREITSCHAFT
- "AWARENESS" (BEWUSSTHEIT) VERTIEFEN
- WAS IST PASSIERT? -

↓
Aus Gewohnheiten
ausbrechen...

UNSER ANLIEGEN

DAUER

10 min.

MATERIAL UND VORBEREITUNG

Ggf. Plakat mit Vogelschwarm zur Visualisierung

ZIEL

Über die Auseinandersetzung mit Strategie-Werkzeugen erkennen die Teilnehmer*innen ihre eigene *Rolle* als Person und/oder Gruppe in der Bewegung. Daraus resultiert eine erhöhte *Handlungsfähigkeit*. Das erlernte Wissen sollte idealerweise im Anschluss durch die Teilnehmer*innen an ihre Gruppe weitergegeben werden.

METHODE

In einem maximal 10 minütigen Input benennen wir die Kernelemente der unten aufgeführten Anliegen und unser Grundverständnis, um den Teilnehmer*innen gegenüber offen zu legen, wo wir stehen, und zu welchen Traditionen von Strategieentwicklung wir uns auch explizit abgrenzen möchten.

INPUT

1) Abgrenzung zu neoliberalen change management und liberalem organizing

Wir grenzen uns explizit von *neoliberalen change management* ab. Dort steht das Ziel bereits fest und wurde von Außen gesetzt, statt gemeinsam entwickelt. Meist geht es dabei um eine bessere Anpassung an die vermeintlichen Sachzwänge des Marktes. In Abgrenzung dazu wollen wir, dass das Ziel gemeinsam ausgehandelt wird und dies sich im gemeinsamen Handeln auch verändern kann.

Auch unterscheidet sich unser Ansatz von dem des *liberalen organizing*, in dem die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen als weitestgehend gegeben und unveränderlich angenommen werden. Wir nehmen demgegenüber eine transformatorische Perspektive ein, in der wir es durchaus wagen, die notwendigen großen gesellschaftlichen Veränderungen als Fernziel anzuvisieren.

2) Breite und basisdemokratische Strategiebildung in Abgrenzung zu hierarchischen Ansätzen

Das Wort Strategie kommt aus dem Altgriechischen und heißt wörtlich übersetzt *Feldherrenkunst*. Es meint damit also den Heerführer, der auf dem Hügel steht und die Schlacht aus der Ferne beobachtet und anführt.

Dem wollen wir das Bild einer Vogelperspektive entgegensetzen: Wie ein Vogelschwarm fliegen wir gemeinsam hinauf, um uns einen Überblick zu verschaffen und dann zusammen zu beraten, wie wir unserem Ziel näher kommen können. Dies ermöglicht, dass wir in den alltäglichen Aktivitäten das große Ganze mitdenken aber in Abgrenzung zur Feldherrenlogik einen partizipativen und demokratischen Prozess anstreben.

Wir denken, dass Ziel und Anliegen von sozialen Bewegungen nicht nur ist, das konkrete Anliegen voranzubringen, sondern gleichzeitig immer auch die Art und Weise, wie Politik gemacht wird zu verändern und damit Hierarchien abzubauen. Daher wollen wir Strategie nicht den wenigen überlassen, sondern setzen bewusst auf eine breite Strategiebildung.

Indem wir unabhängiger werden von Einzelnen, machen wir uns weniger angreifbar für Repression, Korruption und Vereinnahmung. Durch breite Strategiebildung können wir mehr Perspektiven mitdenken und durch kollektive Intelligenz unsere Handlungsfähigkeit erhöhen. Dies kann auch zu mehr Motivation und Energie und damit Bewegungswachstum führen, da Menschen ihre eigene Rolle und Bedeutung innerhalb der Bewegung erkennen können.

3) Ko-Kreative Strategieentwicklung

An die Stelle eines Tunnelblicks für die eigenen Anliegen, setzen wir auf eine Vogelperspektive, die versucht einen Überblick zu gewinnen über vielfältige Bewegungsakteure, um mit diesen zusammen im Dialog gemeinsame Ko-Kreative Strategien zu entwickeln. Das heißt, dass unser Blick nicht nur auf uns und unsere eigenen Ziele gerichtet ist, sondern wir nach Wegen suchen wollen, wie verschiedene Akteure innerhalb einer vielfältigen Bewegung möglichst gut zusammen, nebeneinander her, sich bestärkend und nicht behindernd zusammenwirken können.

Strategieentwicklung verstehen wir als lediglich ein Element innerhalb von vielfältigen wichtigen Gruppenaufgaben in sozialen Bewegungen. Wir haben uns dafür entschieden Workshops hierzu zu machen, weil wir hier bislang eine Leerstelle sahen.

4) Feministische Strategieentwicklung?

5) Strategieentwicklung als Element von nachhaltigem Aktivismus?

MOVEMENT ACTION PLAN

DAUER

90 Minuten

MATERIAL UND VORBEREITUNG

Poster mit Movement Action Plan (siehe Anhang)
Textausschnitte für Kleingruppenarbeit
Stifte und Papier

ZIEL

Erkennen, dass soziale Bewegungen typischerweise verschiedene Phasen durchlaufen. Die eigene Bewegung in die Phasen einordnen und Implukationen reflektieren. Dies kann - je nach Bewegungsphase - ermutigen bzw. einem Gefühl von Hoffnungslosigkeit entgegenwirken.

METHODE

Input
Textarbeit

ABLAUF

- 1) MAP vorstellen (20 min)
- 2) Einschätzung in welcher Phase wir uns befinden (10 min)
- 3) Kleingruppenarbeit (45 min)
- 4) Reflexion (15 min)

1) Vorstellung des MAP (20 min)

Der Movement Action Plan (MAP) wurde von Bill Moyer (1933 - 2002) entwickelt. Moyer wurde über die Quaker in den USA zu einem (dogmatisch) gewaltfreien Aktivist und Organizer (u.a. Movement for a New Society). Er hat mit u.a. mit Dr. Martin Luther King Jr. im SCLC (Southern Christian Leadership Committee) der US-Bürgerrechtsbewegung gearbeitet, war in Wounded Knee und Seabrook anwesend und hat mit Osteuropäischen Bewegungen nach 1989 gearbeitet. Doing Democracy ist sein Hauptwerk.

Der MAP ist ein Aktionsplan für soziale Bewegungen, der in den späten 1970er Jahren entwickelt wurde. Es ist ein analytisches Modell, das den Prozess beschreibt, den soziale Bewegungen „normalerweise“/„idealtypischerweise“ durchlaufen. Dies soll Aktivist*innen dabei helfen, Erfolge als solche zu erkennen, spezifische Strategien und Ziele zu entwickeln und übliche Gefahren zu vermeiden. So soll es Aktivist*innen Hoffnung und Energie geben, Entmutigung entgegenwirken und die Effektivität von Bewegungen steigern. Es

kann außerdem dazu beitragen, Lehren aus vergangenen Fehlern und Situationen zu ziehen.

Bill Moyer beschreibt acht Phasen, die soziale Bewegungen durchlaufen. Dazu beschreibt er jeweils die Situation allgemein, die der Opposition, die der Herrschenden, das Bild der Öffentlichkeit. Außerdem die daraus resultierenden Ziele und Gefahren für soziale Bewegungen. Wir beschränken uns daher hier darauf auch die Kernzüge der Phase vorzustellen.

[Informationen zum Kurvenverlauf-Plakat einfügen]

Einschränkung: Natürlich verlaufen nicht alle Bewegungen gleich. Es kann sogar sein, dass sich Bewegungen mit unterschiedlichen Forderungen gleichzeitig in verschiedenen Phasen befinden. D.h. es ist eher ein grobes Modell zur Orientierung. Der MAP ist auch eher anwendbar auf thematisch sehr zugespitzte Fragestellungen, meist auf konkrete Kampagnen.

Die Phasen:

- *Phase 1: Normale Zeiten*
sind politisch ruhige Zeiten
es gibt viel Grund zur Empörung, aber gesamtgesellschaftlich bleibt das relativ unbeachtet
die Opposition ist klein
- *Phase 2: Versagen der öffentlichen Institutionen nachweisen*
Die Öffentlichkeit merkt, dass die Politik gesellschaftliche Werte missachtet
Opposition: muss zeigen, dass es ein Problem gibt und zeigen, dass die gängigen Wege demokratischer Einflussnahme nicht funktionieren
- *Phase 3: Reifende Bedingungen*
Die Entstehung einer sozialen Bewegung steht kurz bevor
Dazu braucht es gewisse historische Voraussetzungen
Aufgabe der Opposition: Aufbau von Netzwerken und Gemeinschaften
- *Phase 4: Start der Bewegung*
Startphase
meist gibt es Auslöser auf die eine Kampagne mit Massenversammlungen und Aktionen Zivilen Ungehorsams folgt
aufregend, dramatische Aktionen, Enthusiasmus, neue Bewegung, öffentliches Interesse, Hoffnung, Engagement
- *Phase 5: Identitätskrise und Machtlosigkeit*
Hoffnungen der Startphase münden in Verzweiflung und Ausgebranntsein
Gefühl von Enttäuschung und Machtlosigkeit
- *Phase 6: massive öffentliche Unterstützung*
Ein Großteil der Bevölkerung unterstützt die Forderungen der Opposition
Trotzdem scheint sich nichts zu ändern
Die Bewegung scheint sich in einer Flaute zu befinden

- *Phase 7: Erfolg*
Verschiedene Szenarien:
 - dramatischer Entscheidungskampf
 - stiller Entscheidungskampf
 - langsamer ZermübungskampfBewegung hat eine oder mehrere Forderungen durchgesetzt, jetzt geht es um die Frage: Was ist Erfolg? Was steht an weiteren Schritten an?
- *Phase 8: Fortsetzung des Kampfes*
Erfolg bedeutet nicht das Ende der Auseinandersetzung sondern ist Grundlage für eine Fortsetzung des Kampfes und einen neuen Anfang
Nun geht es darum, sich anderen Forderungen widmen, sich als Teil einer größeren Bewegung zu begreifen und sich auf langfristige Ziele orientieren

2) Einschätzung in welcher Phase wir uns befinden (10 min)

Die Teilnehmer*innen tauschen sich in einer Murmelrunde mit dem dem/der Nachbar*in aus: Nehmt euch kurz Zeit um mit eurem Nachbarn/eurer Nachbarin darüber zu tuscheln was ihr denkt in welcher Phase wir uns befinden
Hinweis: Hier kann es hilfreich sein die Frage bereits auf eine konkrete Forderung der Bewegung zu fokussieren oder zumindest klar benennen zu lassen auf welche Auseinandersetzung sich die jeweiligen Einschätzungen beziehen, da sich unterschiedliche Kämpfe in unterschiedlichen Phasen befinden können

Anschließend werden Einschätzungen mit dem Plenum geteilt: Stellt dem Plenum vor, was eure Einschätzung war, gerne mit einer kurzen Begründung

3) Kleingruppenarbeit (45 min)

Sucht euch eine Phase aus, mit der ihr euch näher beschäftigen wollt und findet euch mit anderen Menschen, die sich für die gleiche Phase interessieren in einer Kleingruppe zusammen. Ihr bekommt einen Textausschnitt zu der Phase und wir würden euch bitten euch zu folgenden Fragen auszutauschen:

- was haltet ihr von den Handlungsempfehlungen von B.M.?
- welchen stimmt ihr zu ?
- welchen nicht ?
- was denkt ihr, ist sonst noch wichtig, in dieser Phase ?

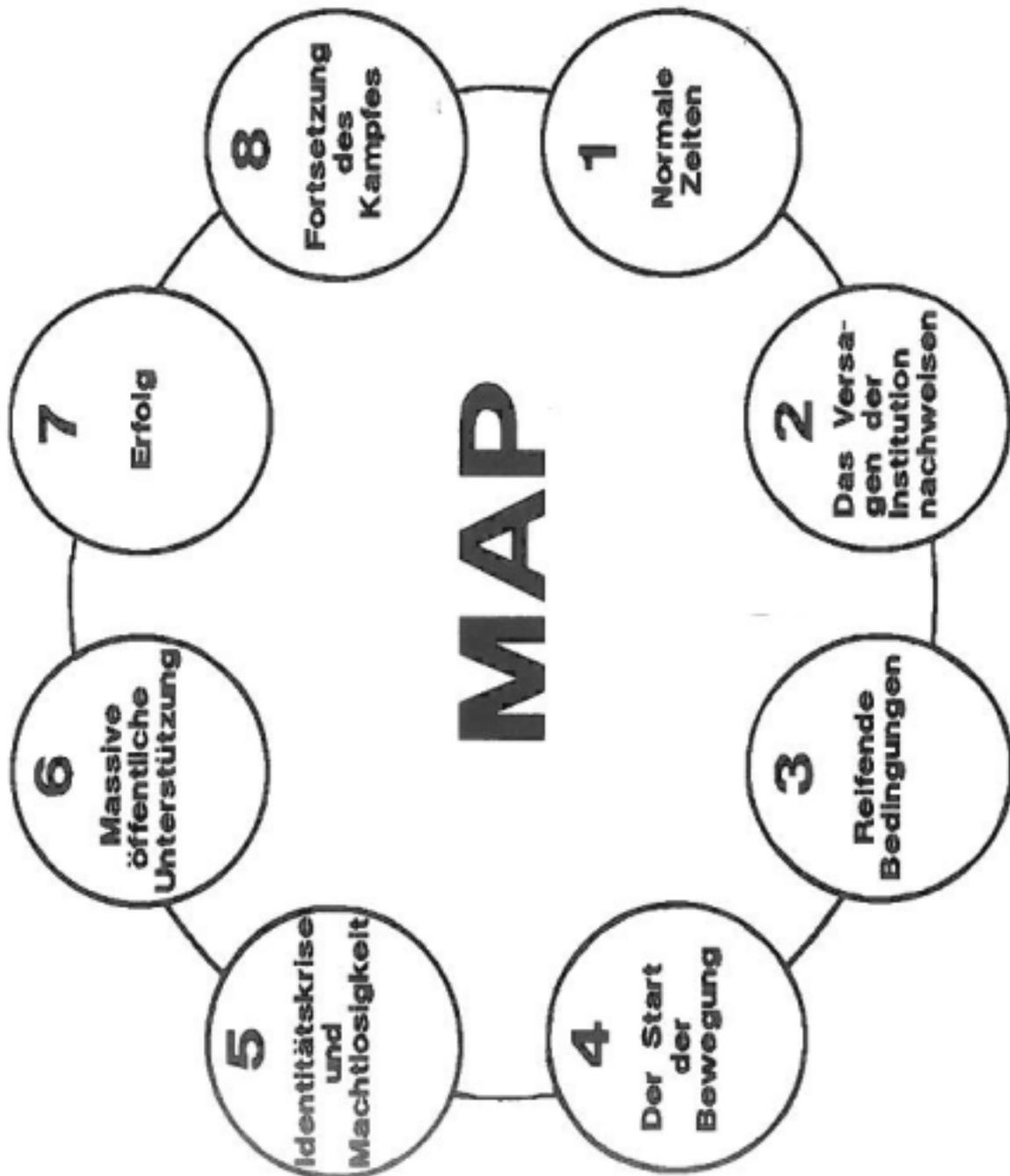
4) Reflexion

Im Plenum werden zwei Fragen kurz diskutiert:

- Was nehme ich vom MAP mit?
- Was lasse ich erst mal bei Seite?

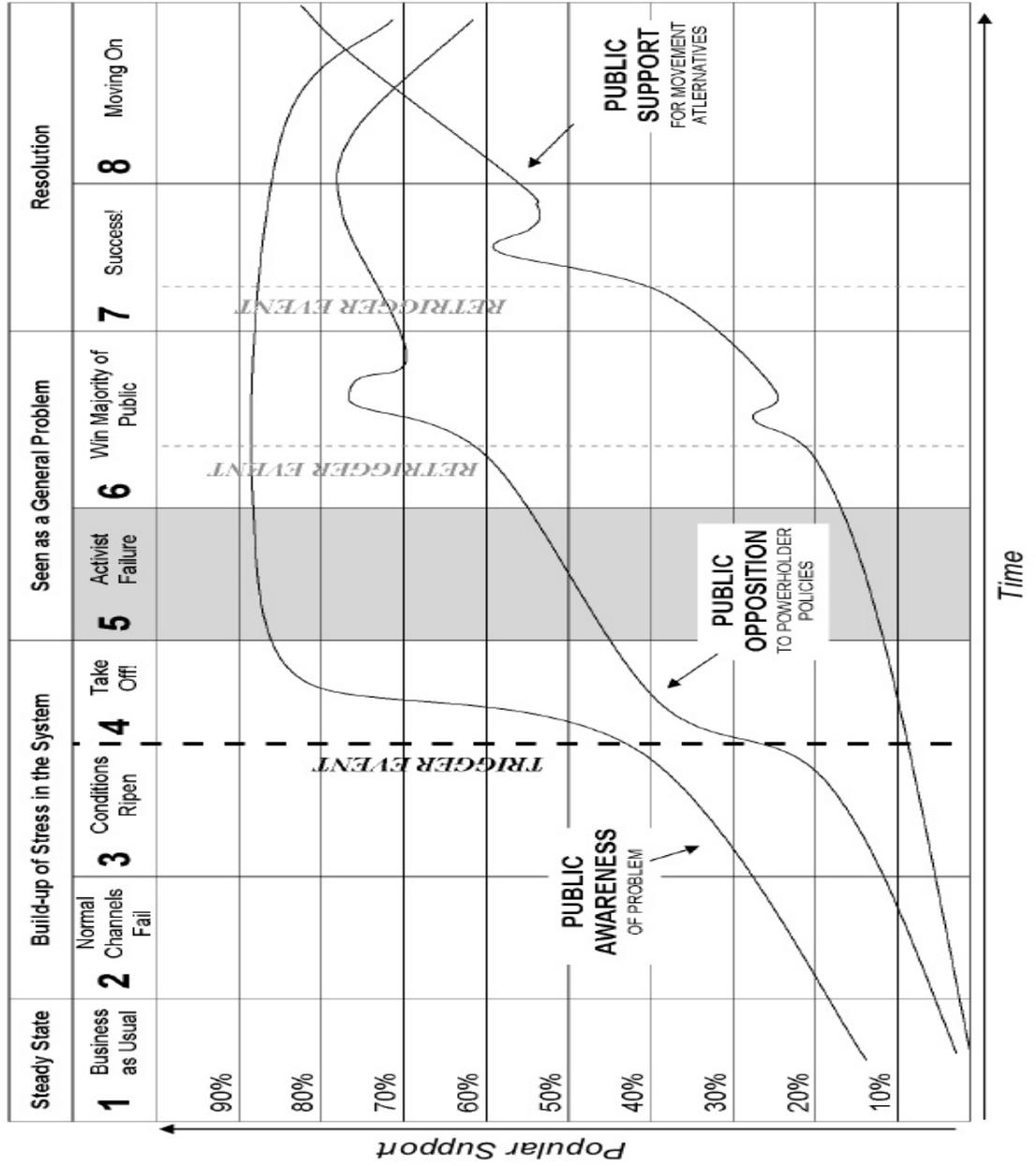
INSPIRIERT DURCH/ ZUM WEITERLESEN:

- Moyer, Bill/ Soifer, Steven/ Finley, Mary Lou/ Macallister, Joann: Doing Democracy: The Map Model for Organising Social Movements, New Society Publishers
- Moyer, Bill: Aktionsplan für soziale Bewegungen, Kassel 1989



KEY NEGOTIATIONS IN MULTI-STAKEHOLDER MOVEMENTS

based on Bill Moyes *Movement Action Plan*



PILLARS OF POWER + POINTS OF INTERVENTION

DAUER

105 Minuten

MATERIAL UND VORBEREITUNG

Metaplan-papier mit vorgezeichneten Säulen (siehe Vorlage. Unter den Säulen sollte noch Platz bleiben für die Sammlung von Interventionspunkten)

Eddings, Marker

Handouts Pillars of Power und Points of Intervention

ZIEL

Erkennen, dass die bestehenden Verhältnisse nicht einfach von oben nach unten durchgesetzt werden können, sondern auch durch Zustimmung von unten in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen aufrecht erhalten werden. Erkennen, dass es lohnend sein kann, Interventionspunkte auszuwählen, an denen Hegemonie bereits bröckelt oder angreifbar ist.

Die Methode hilft dabei zu strategisch sinnvollen und realisierbaren Nahzielen zu kommen.

ABLAUF

- 1) Modell und Methode Vorstellen (5 min)
- 2) „Status Quo“ auswählen und Säulen ausarbeiten (40 min)
- 3) Interventionspunkte vorstellen (5 min)
- 4) Diskussion – Clustern (25 min)

1) Modell und Methode vorstellen (5 min)

Gene Sharp (geboren 1928, leider diesen Januar verstorben) war Kriegsdienstverweigerer, der dafür auch ins Gefängnis ging. Hierüber führte er einen intensiven Briefwechsel mit Albert Einstein und arbeitete wissenschaftlich zu Ghandi. Er ist also ein eher ein strikt-gewaltfreier Theoretiker. Seine Hauptthese ist, dass Macht nicht als eine Gewalt von oben nach unten strömt, sondern dass ihre Durchsetzung (auch) der (passiven) Zustimmung der Bevölkerungsmassen bedarf. Wird diese entzogen, werden auch die brutalsten Diktaturen mit dem stärksten Militär stürzen. Vertiefung bei: "Waging Nonviolent Struggle" (Buch von Sharp) und "How to start a Revolution" (Dokufilm über Sharp).

Oft erscheinen uns die herrschenden Machtverhältnisse als kaum veränderbar. Insbesondere, wenn wir von einem Top-Down-Machtverständnis ausgehen. Aber Macht wird nicht einfach nur von oben nach unten ausgeübt, sondern basiert darauf, dass sie von unten aufrecht erhalten wird. Jeder gesellschaftliche

Zustand basiert auf Machtsäulen, auf verschiedenen Säulen, die die Macht stützen. Mit diesem Verständnis von Macht können wir uns darauf fokussieren einzelne Säulen niederzureißen. Wir müssen dann nicht mehr alle Säulen niederreißen um eine problematische Machtstruktur zu ändern. Schon das Schwächen einzelner Säulen kann einen großen Effekt haben. Das Modell Pillars of Power ermöglicht uns, die einzelnen Säulen, die die Macht stützen zu identifizieren, zu schauen, welche davon leichter angreifbar sind oder sogar schon Risse haben und konkrete Ansatzpunkte zu deren weiteren Schwächung zu finden.

2) „Status Quo“ auswählen und Säulen ausarbeiten (40 min)

Zunächst muss ein Thema ausgewählt werden, anhand dessen die Methode ausprobiert wird.

Anschließend werden die einzelnen Säulen gefüllt – in kleinen Gruppen durch Zuruf im Plenum (Popcorn), bei großen Gruppen in Teams, die je eine Säule füllen. Alles gesagte wird in dem großen Säulenmodell auf dem Metapapier gesammelt.

3) Vorstellung der Points of Intervention (5 min)

Es gibt ein Konzept für Interventionspunkte aus dem Buch Beautiful Trouble. Hier wird unterschieden an welchen Punkten oder Orten Interventionen möglich sind. Interventionspunkte sind empfindliche Stellen in dem Herrschaftssystem, an denen Druck ausgeübt werden kann.

„Wirkungsvolle Interventionen gehen über eine bloße Störung weit hinaus und stellen die zugrunde liegenden Wertvorstellungen, also die Rechtmäßigkeit des ganzen Systems infrage.“ (Beautiful Trouble; 168)

Es gibt 5 Typen von Intervention (Erläuterungen sind vorläufig noch auf dem Handout zu finden):

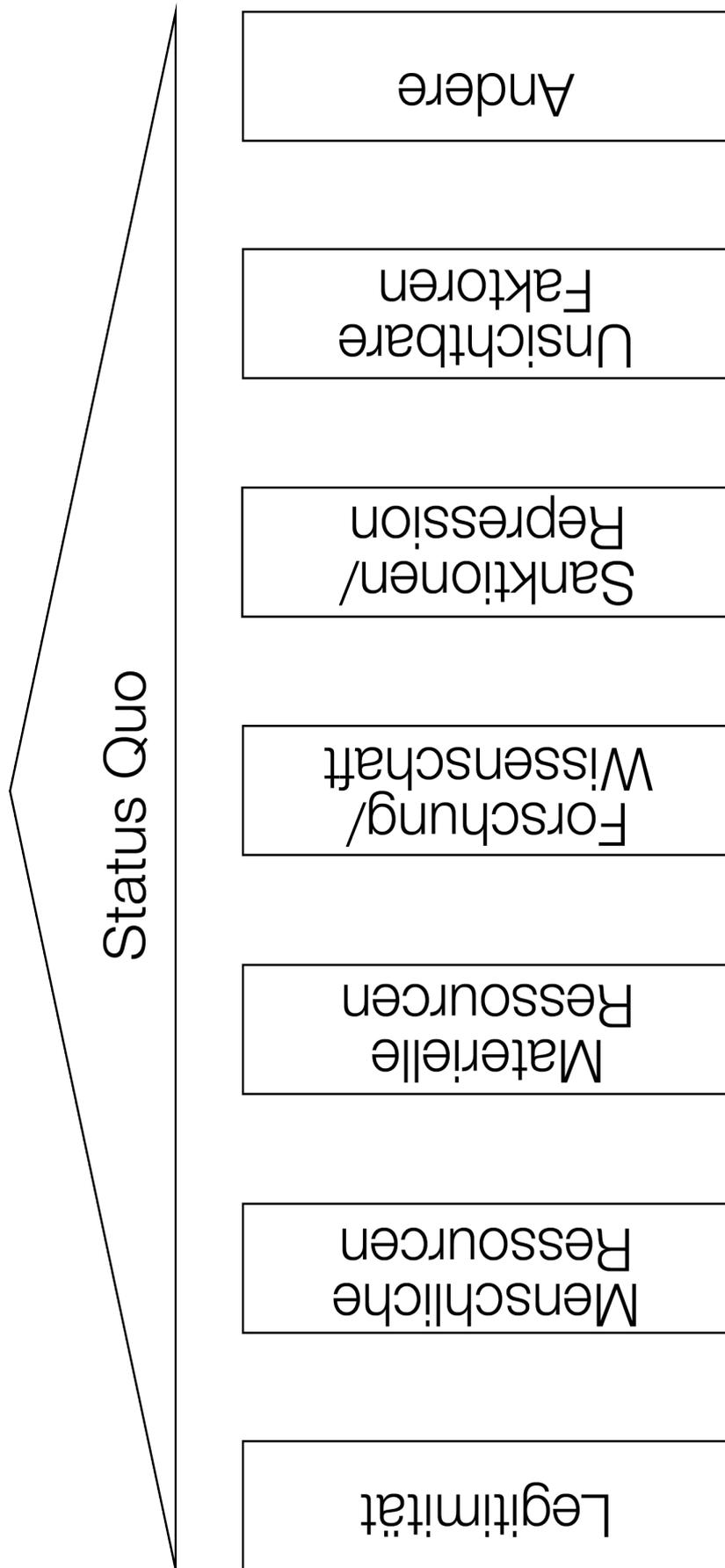
- Produktionspunkte (z.B. Fabrik)
- Zerstörungspunkte (z.B. Tagebau)
- Konsumpunkte (z.B. Geschäfte)
- Entscheidungspunkte (z.B. Führungsetagen, Stadtrat, Gipfel)
- Vorstellungspunkte (z.B. symbolträchtige Orte)

4) Diskussion (25 min)

Anwendung des Modells auf die eigene politische Arbeit anhand folgender Fragen:

- 1) Was wird derzeit schon (ausreichend) bearbeitet
- 2) Was lohnt sich nicht, was sollten wir sein lassen
- 3) Was sollten wir noch angehen

Ziel der Diskussion ist, erste Ideen zu sammeln für konkrete Ziele



ZIELE FORMULIEREN

DAUER

60min

MATERIAL UND VORBEREITUNG

Metaplan-Papier
Fragebogen-Arbeitsblatt
Stifte und Eddings

ZIEL

Die Teilnehmer*innen erkennen, dass

- es als Aktivist*in wichtig ist Ziele zu formulieren
- dass es unterschiedliche Formen von Zielen gibt (nah, mittel, ferne Ziele), unterschiedliche Arten (Prozessziele, Ergebnisziele) und dass diese einen unterschiedlichen Grad an Planbarkeit innehaben (Nahziele sind planbar, Fernziele nicht so sehr).

ABLAUF

- 1) Zurufplakat
- 2) Arbeitsblatt
- 3) Sammeln im Plenum

1) Einleitung: Zurufplakat

Auf einem Metaplan-Papier werden auf Zuruf Antworten auf folgende Fragen gesammelt:

Warum Ziele formulieren?

Herausheben: Ziele sind wichtig, um unser Handeln planbar, reflektierbar und veränderbar zu machen. Wenn wir keine Ziele formulieren, laufen wir Gefahr uns in blindem Aktionismus zu verlieren oder uns im Gefühl verlieren, überall am Start sein zu müssen. Dennoch ist es insbesondere aus herrschaftskritischer Perspektive schwierig, Ziele zu formulieren. Wir sind es häufig nicht gewohnt oder lehnen diese sogar ab. Wir wollen hier einen Raum schaffen, diese Arbeitsweise zu reflektieren und uns mit dem Setzen von Politischen Zielen beschäftigen.

2) Arbeitsblatt: Ziele reflektieren – Ziele formulieren

Ziele können kurz, mittel und langfristig formuliert werden und haben eine nahe bis weite Reichweite. Je nach Größe werden diese planbarer oder eben nicht. Große Ziele können hilfreich sein, da sie Fixsterne der Orientierung bieten, um dorthin zu kommen ist es jedoch notwendig, diese mit kurz und mittelfristigen Zielen zu verknüpfen. Bsp. Klimagerechtigkeit – Ausstieg aus der Braunkohle. Daher wollen wir euch nun Zeit geben, euch mit euren eigenen Zielen und denen eurer Gruppe zu beschäftigen.

3) Zusammentragen ins Plenum

TN stellen ihre Ziele vor, Trainer*in clustert diese anhand von kurz- mittel- und langfristigen Zielen, schreibt auf Moderationskarten mit und versucht sie in eine einigermaßen sinnvolle Reihenfolge zu bringen.

Einen Strang auswählen, wenn diese noch nicht konkret genug sind, dann nochmal weitere formulieren, und daraus eine schematische Zieltreppe formen und Verweis auf die Methode.

Was macht ihr konkret als Gruppe zur Zeit?

Wie haben wir uns für diese entschieden?

Wie bauen diese Ziele aufeinander auf? Wie sind sie miteinander verknüpft?

ANALYSE

Was bringen uns
meine/unsere
Zwischenziele für das
Erreichen unserer
langfristigen Ziele?

Gibt es eine breitere
Strategie, die
deine/eure Ziele
rahmt?
Wenn ja, wie sieht
diese aus?

SMARTIE ZIELE

DAUER

30 Minuten

MATERIAL/VORBEREITUNG

vorbereitete Plakate oder Arbeitsblätter
Eddings und Stifte

METHODE

Input und Kleingruppenreflexion

STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Die Methode kommt aus dem Projektmanagement und ist sehr Ergebnisorientiert (Zweck-Mittel Orientierung). Sie kann aber helfen, sich über den Charakter der eigenen Ziele klar zu werden. Somit wollen wir nicht, dass alle unsere Ziele SMART sind, aber es hilft, vor allem bei konkreten Projekten (eine Demo, eine Veranstaltungsreihe, Aktion,...) die Umsetzbarkeit zu prüfen.

ABLAUF

1) Input was sind SMARTie Ziele? - 10 min

Input zu SMARTie Zielen anhand des Plakats

2) Kleingruppen - 10min

Die TN sollen sich aus den bereits bearbeiteten Zielen ein Ziel aussuchen, das sie (möglicherweise) weiter bearbeiten wollen bzw. das sie „spannend/interessant finden“ als eventuell nächstes anzugehen.

Dieses Ziel soll nun auf einem Plakat als „SMARTes Ziel“ umformulieren und konkretisiert werden.

Beispiel: „Demo am xx.x“

| | | |
|----------|---|--|
| <i>S</i> | - | <i>Demo</i> |
| <i>M</i> | - | <i>1000 Teilnehmende</i> |
| <i>A</i> | - | <i>Druck aufbauen, macht Spaß</i> |
| <i>R</i> | - | <i>können wir schaffen</i> |
| <i>T</i> | - | <i>am xx.x</i> |
| <i>I</i> | - | <i>Frauen* sprechen mit der Presse</i> |
| <i>E</i> | - | <i>hilft auf dem weg zu klimagerechtigkeit</i> |

SMARTie Reflexion der differenzierten Ziele. Welche lassen sich überhaupt SMART formulieren?

3) Input - 10min

Ziele SMART zu formulieren ist eine Methode zur Überprüfung von Zielen. Überprüft wird, ob die „Sinn ergeben“, ob wir die wirklich machen können und wollen. SMARTie Ziele schützen auch vor Überarbeitung ;) Grundsätzlich: Ziele positiv formulieren.

Gefragt wird folgendermaßen:

S - spezifisch - Ist das Ziel spezifisch, konkret? Woran können wir erkennen, dass das Ziel erreicht wurde?

M - messbar - Ist die das Erreichen des Zieles messbar? (zB Wieviele Menschen sollen bei Aktion xy teilgenommen haben?)

A - attraktiv - Wollen wir das? Haben wir da Bock drauf? Ist das die Mühe wert?

R - realistisch - Können wir das überhaupt erreichen? Oder sollten wir das Ziel etwas kleiner formulieren?

T - terminiert - Ist das Ziel zeitlich begrenzt? Gibt es einen Zeitraum/ein Datum in welchem wir das Ziel erreicht haben wollen?

I - Inklusiv - für wen ist die Aktion zugänglich? Wen denken wir mit? Wer spricht?

E - emanzipatorisch - Überprüfung, ob das formulierte Ziel unseren politischen Ansprüchen gerecht wird und unseren großen/langfristigen/Oberzielen dienlich ist.

Nicht alle unsere Ziele sollten SMART sein! Nur solche, die in naher Zukunft liegen, an denen wir konkret arbeiten.

D.h. Ergebnisziele und Projektziele/Unterziele (Prozessziele?) sollten SMART sein

Optional:

Folgende Fragen helfen in der Reflexion:

- *Woran können die Beteiligten erkennen, dass das Projektziel erreicht worden ist?*
- *Kann das Projektteam genau festlegen, welche Aufgaben und Aktivitäten erledigt werden müssen, um das Projektziel zu erreichen?*
- *Können die formulierten Projektziele im Team/Gruppe/Bündnis oder von Außenstehenden unterschiedlich gedeutet werden?*
- *Kann nach der Durchführung des Projektes ein begründetes Urteil über Erfolg/Misserfolg des Projektes abgegeben werden?*

Quelle: Friedrich-Ebert-Stiftung (2008): Projektmanagement. Verfahren und Instrumente für erfolgreiche Projektarbeit in Vereinen und Verbänden. Ein Trainingsbuch.

HANDOUT SMARTIE ZIELE

SMARTIE Ziele ist eine Methode um kurzfristige und mittelfristige Ziele umsetzbar zu formulieren. Dabei werden unterschiedliche Fragen an unsere Ziele gestellt um diese konkreter zur formulieren.

SPEZIFISCH - Ist es konkret? Verstehen wir alle das Gleiche darunter?

MESSBAR - Woran merken wir, dass wir das Ziel erreicht haben?

ATTRAKTIV - Was macht Lust darauf das Ziel zu erreichen? Was macht es nach außen ansprechend/anziehend?

REALISTISCH - Können wir das Ziel erreichen mit dem, was wir zur Verfügung haben und dem was uns zugänglich ist?

TERMINIERT - Bis wann planen wir das Ziel zu erreichen? Wann schauen wir, ob wir das Ziel erreicht haben? Wann findet etwas statt?

INKLUSIV - Wen denken wir mit? Inwieweit ist für Andere verstehbar was wir tun? Inwieweit ist es einladend und zugänglich?

EMANZIPATORISCH - Inwieweit bringt uns das Ziel unserem großen gesellschaftlichen Ziel näher? Und inwieweit holt es das wo wir hin wollen in das was wir tun?

ARBEITSAUFTRAG:

Sammelt in Kleingruppen Ziele (es kann sinnvoll sein diese erst zu differenzieren → Handout Ziele differenzieren) und formuliert die kurz- und mittelfristigen, bzw. Unter- und Mittelziele als SMARTIE Ziele.

ZIELE DIFFERENZIEREN

DAUER

55 Minuten

MATERIAL UND VORBEREITUNG

Arbeitsblätter für alle

Stifte

Metaplanpapier

METHODE

Kleingruppendiskussion mit Aufgabenblatt

ABLAUF

1) Kleingruppen finden (3 min)

Die TN gruppieren sich in 4-6 Personengruppen. Jede Gruppe bekommt eine Aufgabe

2) Austausch in Kleingruppen zu Zielen (10)

Die TN tauschen sich in Kleingruppen aus „Was für Ziele habe ich mit der Gruppe bzw. haben wir als Gruppe?“ und schreiben diese auf Moderationskarten

→ Auf (einfarbige) Moderationskarten schreiben

3) Ziele differenzieren in Kleingruppen (30 min)

Die Teilnehmer*innen bekommen eine Variante des Arbeitsblatts „Ziele differenzieren“ und sortieren ihre Ziele anhand der Aufgabenstellung. Die Sortierung kann in zwei Arbeitsphasen anhand der Kategorien vorgenommen werden.

→ Die Methoden widersprechen sich nicht und könne alle auf dieselben Ziele nacheinander angewendet werden

Unterteilungsmöglichkeiten von Zielen:

Aufgabe 1

a) Kurz-/Mittel-/Langfristige Ziele

b) Oberziele/Projektziele/Unterziele

→ Baumstruktur oder Zeitachse

Aufgabe 2

a) Prozessziele – Ergebnisziele

b) ABC Methode – K.O. Kriterium, Wichtig, nice to have

→ Farben (zB Post its, Rahmen malen)

4) Gallery-Walk (5min)

Die TN haben die Möglichkeit, sich die Ergebnisse der anderen Kleingruppen anzuschauen → Eine Person sollte stehen bleiben und Fragen beantworten

5) Plenumsrunde (5min)

Die TN stellen kurz im Plenum vor, was ihre Aufgabenstellung war & ob, bzw. welche Aha-Momente sie daraus ziehen konnten.

HANDOUT ZIELE

DIFFERENZIEREN

A) KURZ- MITTEL- LANGFRISTIGE ZIELE

kurzfristig: innerhalb der nächsten Wochen oder Monate erreichbar; Sachen, die können wir jetzt ganz konkret angehen und realistisch innerhalb eines definierten Zeitrahmens umsetzen

mittelfristig: Monate bis Jahre; mittelfristige Ziele liegen nicht ganz in unserer Hand, wir können das nicht durchtackten, aber sie sind trotzdem greifbar und wir können darauf hinwirken

langfristig: Jahre Jahrzehnte, Orientierungspunkte, da wo wir hinwollen, die Gesellschaft für die wir streiten

C) PROZESS-ZIELE ↔ ERGEBNISZIELE

Prozessziele: Wie kommen wir zu den Ergebnissen?

Ergebnisziele: wie sieht unser Ergebnis aus?

B) OBER- MITTEL- UNTERZIELE

Oberziele: Orientierungspunkte, da wo wir hinwollen, die Gesellschaft für die wir streiten

Mittelziele: Was sind davon ausgehend mögliche Zwischenziele, die greifbarer scheinen aber das Oberziel näher bringen

Unterziele: Was sind konkrete erste Schritte, die wir jetzt schon angehen können, die uns den Mittel- und Oberzielen näher bringen?

D) ABC ZIELE

A = K.O. Kriterium (unbedingt erreichen!)

B = Wichtig (sollten wir wenn möglich auch schaffen)

C = nice to have (wär cool, ist aber auch nicht schlimm wenn nicht)

ARBEITSAUFTRAG:

Sammelt gemeinsame Ziele (als Gruppe/Bündnis/...) und schreibt diese auf Moderationskarten o.Ä.

Anschließend ordnet ihr diese Ziele erstens anhand von A) oder B) und danach anhand von C) oder D).

Prinzipiell ist es möglich alle Unterscheidungen auf eine Zielesammlung anzuwenden.

SPECTRUM OF ALLIES

DAUER

75 min.

MATERIAL UND VORBEREITUNG

Arbeitsblatt Spectrum of Allies
Meterplanpapier mit Spectrum of Allies
Moderationskarten oder Post-its
Eddings und Stifte

ZIEL

Ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass

- wir nicht alleine sind (nicht: „we against the world“)
- es viele Abstufungen von Unterstützung gibt
- wir nicht nur auf die Gegner schießen sollten, wenn wir erfolgreich sein wollen
- wir durch Verschiebung des gesamten Spektrums gewinnen werden.

Dafür sensibilisiert sein, dass wir nicht die anderen Akteure „manipulieren“ wollen, sondern stattdessen unseren Blick dafür schulen, mit wem wir zusammenarbeiten wollen und auf wen wir zugehen könnten

STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

- + Differenzierung zwischen verschiedenen Akteuren
- + Eröffnet im zweiten Schritt konkrete Handlungsoptionen.
- Sichtbarkeit von Gruppen, die man noch nicht verorten kann, bleibt begrenzt.
- Betroffene, die nicht aktiv sind, werden schnell übersehen → strukturelle Machtverhältnisse

ABLAUF

Teil 1: Verbündete finden - 40 min

- 1) Methode vorstellen und Ziele erklären - 10min
- 2) Kleingruppenphase - 15 min
- 3) Zusammentragen - 10 min

Teil 2: Handlungsoptionen benennen - 20 min

- 4) Handlungsoptionen vorstellen - 5 min
- 5) Einzelarbeit - 5 min
- 6) zusammentragen - 10 min

Teil 3: Auswertung - 10 min

- 7) Einzel - 2 min
- 8) im Plenum - 8 min

Teil 1: Verbündete finden

1) Erklärung der Methode (10 min)

Mit dem Spectrum of Allies versuchen wir uns einen Überblick darüber zu verschaffen, wo verschiedene Akteure in Bezug auf eine konkrete Fragestellung unseres Struggles stehen.

Beispielsweise könnte ein Spektrum of Allies für das Anliegen „sofortiger Braunkohleausstieg“ oder noch konkreter für „Umsiedlung von Keyenberg verhindern“ erstellt werden.

Auf einem Halbkreis, der in 5 Teile unterteilt ist, wird von links nach rechts eingetragen, wie stark verschiedene Gruppen die Position unterstützen oder dieser entgegenstehen. Ganz Links tragen wir uns als Gruppe ein, ganz rechts unsere Gegner*innen. Nun können alle Gruppen, die uns in Bezug auf die Fragestellung einfallen in dem Spektrum verortet werden.

Die gute Nachricht ist: um den Struggle gewinnen zu können, ist es nicht notwendig, unsere aktiven Gegner*innen zu überzeugen. Es genügt, wenn wir alle anderen motivieren können, ein Stück näher zu uns zu rücken. Dabei geht es nicht darum, die anderen zu „manipulieren“ und intrigant „auf unsere Seite zu ziehen“, sondern mit ihnen in Kontakt zu treten, sie zu informieren, ihnen Möglichkeiten zu bieten, das Anliegen zu unterstützen, mit ihnen zusammenzuarbeiten etc.

2) Kleingruppenphase (15 min)

Tragt in Kleingruppen von XY Personen alle Akteure ein, die euch in Bezug auf das Thema XY einfallen in ein Arbeitsblatt ein.

3) Zusammentragen (10 min)

Im Plenum benennt jede Kleingruppe reihum einen Akteur und ordnet diesen im Spektrum ein. Dies wird auf einem großen Plakat mit kleinen Kärtchen visualisiert.

Wenn eine andere Gruppe die selben Akteure an anderer Stelle eingetragen hat, kann der Akteur entweder als Kärtchen verrückt werden und mit einem Fragezeichen versehen werden, was bedeutet, dass diesbezüglich weitere Recherchen notwendig sein können.

Teil 2: Handlungsoptionen

4) Handlungsoptionen vorstellen (5 min)

Nachdem wir uns vergegenwärtigt haben, wie viele und welche Akteure es gibt, und wo sie stehen, ist der nächste Schritt, sich zu überlegen, wie wir mit diesen in Interaktion treten können.

Mit unseren aktiven Verbündeten könnten wir uns stärker gemeinsam organisieren und unterstützen. Wir könnten passive Verbündete bestärken und ihnen Möglichkeiten bieten zu aktiven Verbündeten zu werden. Sich bislang neutral verhaltende könnten wir informieren und versuchen, sie von unserem Anliegen zu überzeugen. Unsere passiven Gegner*innen wollen wir lieber nicht

zum Handeln auffordern. Stattdessen könnten wir - ihre Bedürfnisse und Ängste anerkennend - ihnen Möglichkeiten bieten, ihre Position zu ändern. Zu unseren aktiven Gegnern bleibt uns nicht viel, als ihre Motive aufzudecken, und nicht zu hart gegen sie als Menschen zu sein.

5) Einzelarbeit (5 min)

Mit diesen Anregungen kann jede*r für sich noch einmal kurz überlegen, wie wir mit den eben skizzierten Akteuren in Interaktion treten könnten / wollen. Tragt die Ideen unter eurem Spectrum of Allies ein.

6) Zusammentragen (10 min)

Alle die wollen, können nun Ideen eintragen, wie wir mit den Akteuren in Interaktion treten könnten. Die Moderation schreibt diese auf dem Plakat unter dem Spectrum of Allies stichwortartig mit.

Teil 3: Auswertung

7) Einzel (2 min)

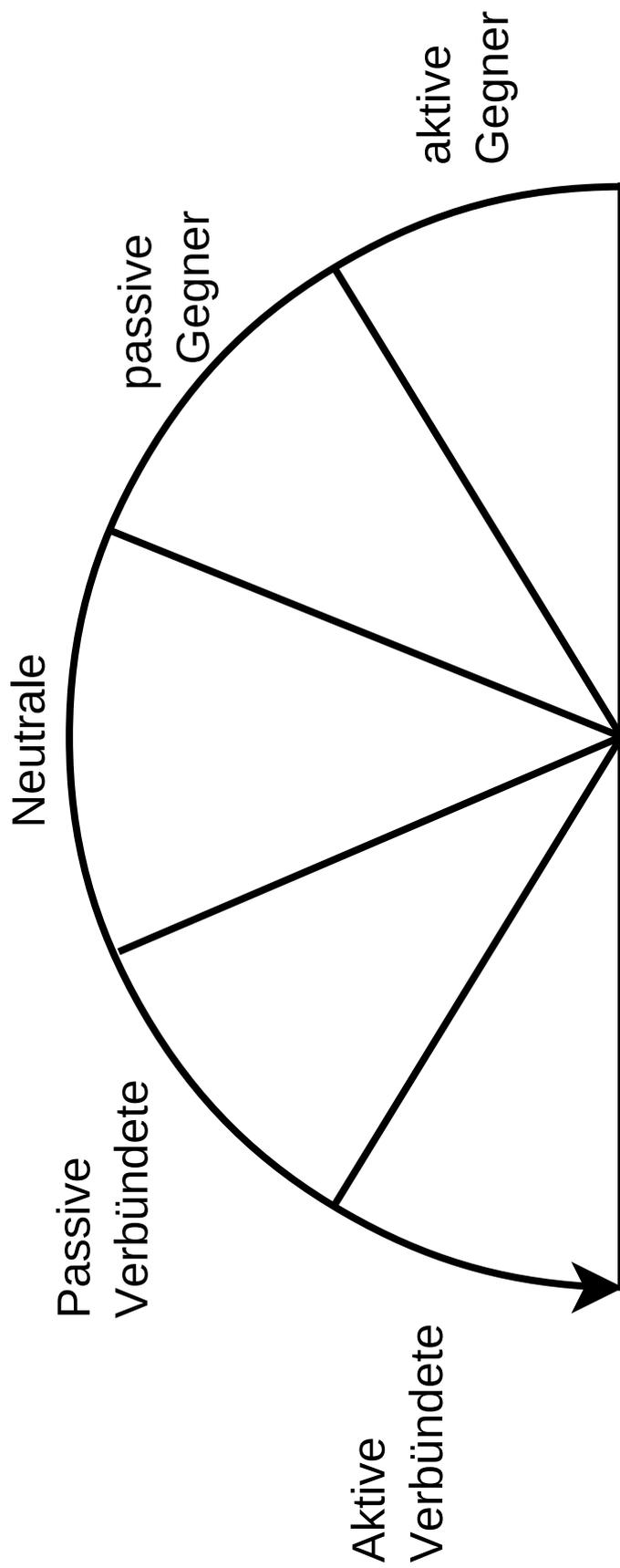
Jede*r überlegt für sich: Was waren „Aha-Momente“ bei dieser Methoden

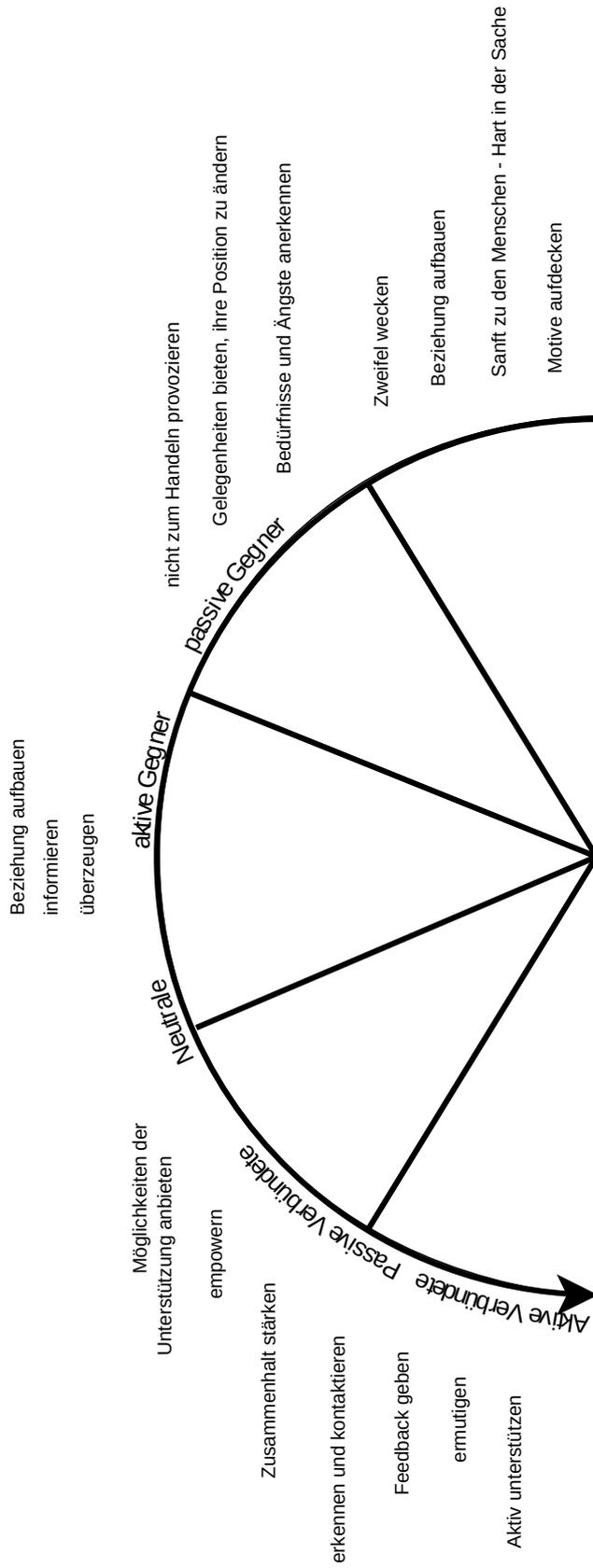
8) Teilen (8 min)

Alle die möchten, können ihre „Aha-Momente“ mit der Gruppe teilen.

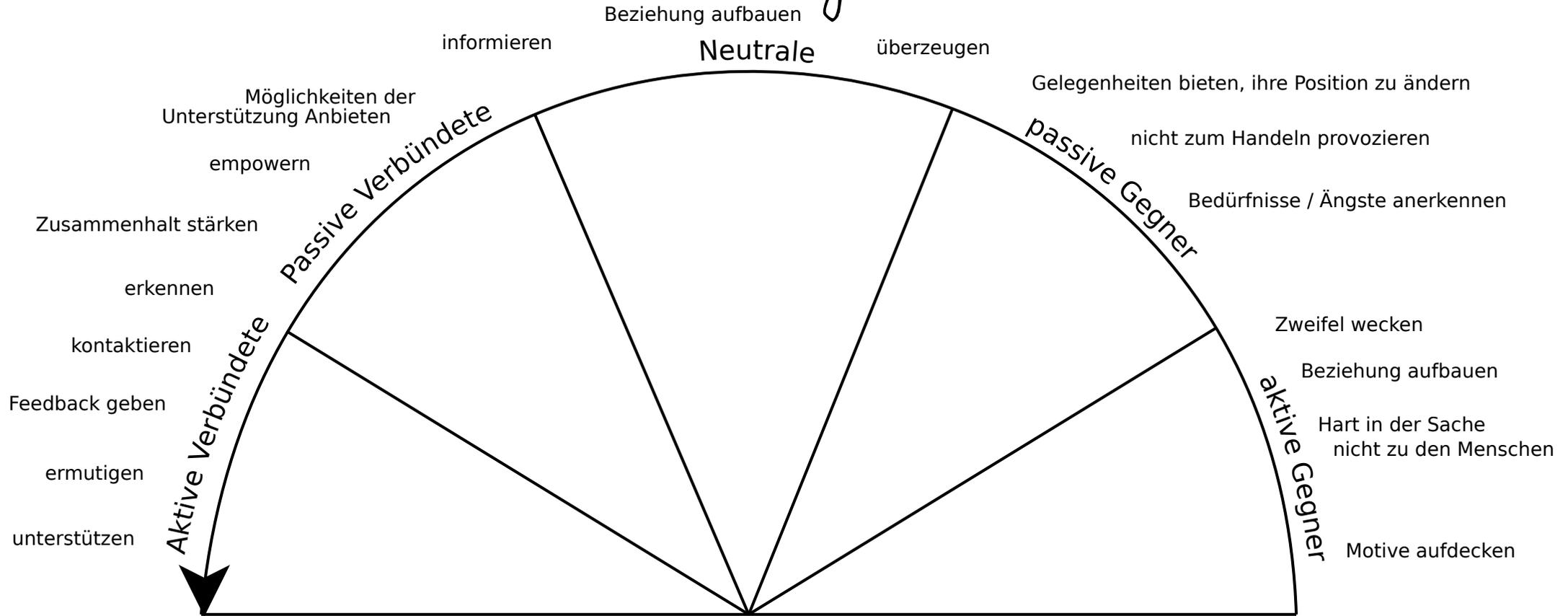
INSPIRIERT DURCH/ ZUM WEITERLESEN

Spectrum of Allies - George Lakey, Training for Change,
<http://www.TrainingForChange.org/>





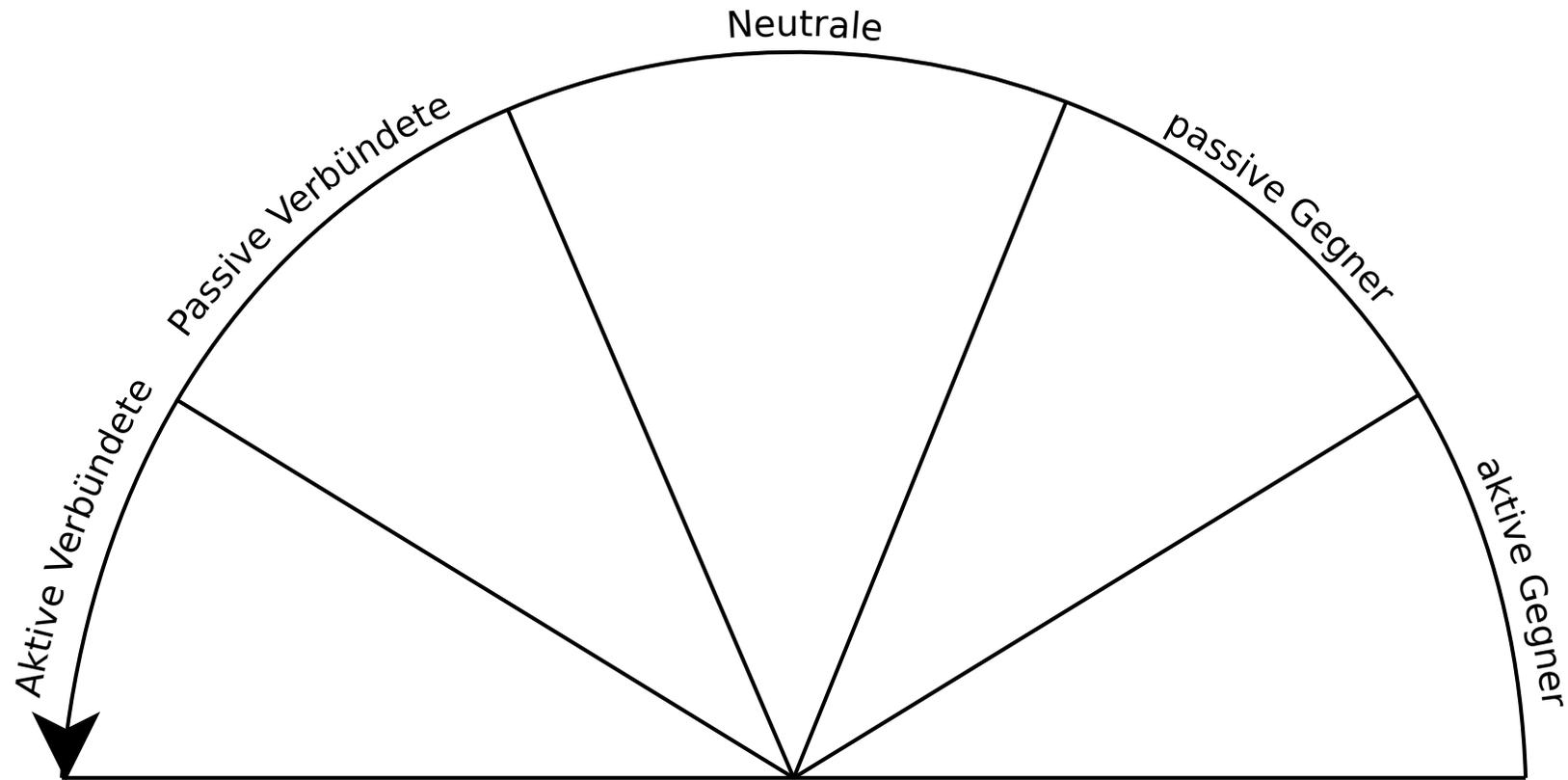
SPECTRUM of ALLIES.



Raum für Ideen:



SPECTRUM of ALLIES.



Raum für Ideen:



DER TACTIC STAR

DAUER

105 min

MATERIAL UND VORBEREITUNG

Arbeitsblatt Tactic Star

Für die Variante: Pro „Zacken“ ein Meterplanpapier vorbereiten

ZIEL

- Inspiration & Aktionsideen teilen
- Von der Strategie zur Taktik übergehen
- Konkret ins Planen & Handeln kommen

STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

+ inspirierend

- setzt voraus, dass davor schon kreative Ideen entstanden sind
- setzt eine gewisse Vertraulichkeit der Gruppe voraus

ABLAUF

0-2) Einleitung (10min)

3) Ideen teilen (10min)

4) Tactic Star vorstellen (10min)

5) Kleingruppenphase (ca. 45min)

6) Ideen berichten (30min)

0) Einleitung (5min)

In diesem Block wollen wir Ideen, die entstanden sind teilen und anhand einer Methode des Tactic Stars weiterentwickeln um sie dann der Gruppe vorzustellen.

1) Einzelarbeit (2min)

Dazu seid ihr jetzt eingeladen, 1 Minute lang für euch zu überlegen, welche der während des Wochenendes benannten Ideen ihr besonders spannend fandet, oder an welcher ihr Lust habt, konkret weiterzudenken.

2) Tuschelrunde (3min)

Findet euch jetzt mit euren Nachbar*innen zusammen und erzählt euch kurz, von der Idee, die ihr am spannendsten fandet.

3) Ideen die Entstanden sind teilen (10min)

Als nächstes könnt ihr mit der Gesamtgruppe Ideen teilen, die ihr besonders spannend fandet, und zu denen ihr euch gleich noch intensiver beschäftigen wollt.

4) Tactic Star vorstellen (10min)

Hier soll der Tactic Star vorgestellt werden / siehe unten. Es bietet sich an, zu jedem der Strahlen auch kurz an einem Beispiel in einem Satz zu erläutern, was damit gemeint sein könnte.

5) Kleingruppenphase zu verschiedenen Ideen (30 - 60min)

Tauscht euch anhand der Fragen des Tactic Stars über die Idee eurer Kleingruppe aus. Ihr seid dabei herzlich eingeladen, euch inhaltlich auch auf andere Methoden zu beziehen, die ihr an dem Wochenende gelernt habt.

5b) Variante: Gemeinsame Formulierung der Antworten (40-60min)

Vorbereitete Plakate zu den verschiedenen „Zacken“ des Tactic Star werden auf dem Boden ausgelegt.

1) 5 min Murmelrunden zu den Fragen auf den Plakaten

2) mindestens 35 min Debatte und Ausformulierung der Antworten auf die Fragen. Die TN können dabei bei einem Plakat bleiben oder sich von einem zum anderen bewegen. Appell an kollektive Verantwortung möglichst alle Fragen kollektiv zu beantworten. Beobachtende Begleitung des Prozesses mit Blick auf Gruppenhierarchien, wer schreibt auf, wer traut sich was zu sagen etc.?

Ziel ist es durch die lockerere Struktur der Ausarbeitung die Beteiligung an der Formulierung zu erhöhen.

6) Ideen berichten (30min)

Jetzt könnt ihr eure Aktionsidee mit der Gesamtgruppe teilen

Nachbesprechung

Was waren die Höhepunkte der Aktion? Wo gibt es Möglichkeiten zur Verbesserung? Wie hat die Aktion die Basis der Leute, die in der Kampagne mitmachen, beeinflusst? Wie hat der Planungsprozess Beziehungen zwischen organisierten Aktivist*innen, Gruppen und Organisationen vertieft oder belastet? Wie hat die Aktion euer Gegner unter Druck gesetzt? Was sind eure Erfolgsindikatoren?

Vergesst nicht, euch nächste Schritte zu überlegen!

Feiern

Erfolge zu feiern (oder erfolgreiche Kooperationen, auch wenn wir noch nicht „gewonnen“ haben) ist ein wichtiger Teil des Bauens von Beziehungen. Feiert jetzt, feiert oft. Benennt die Erfolge in eurer Arbeit, so klein sie auch scheinen, und es wird das Moment fortführen!

Ressourcen

Ist die Aktion die begrenzte Zeit, Energie und Ressourcen der Gruppe wert? Sind alle Aufgaben verteilt? Wie verteilen wir Arbeit gerecht? Wer macht (un)sichtbare Aufgaben? Sind alle Arbeitsabläufe geklärt?

Ort

Haben wir einen Ort an dem wir unsere Stärken ausspielen können? Passt der Ort mit unserer Nachricht zusammen? Was können wir durch die Wahl des Ortes vermitteln?

Zeitpunkt

Können wir unvorhergesehene Ereignisse oder neue Entwicklungen als Möglichkeiten ausnutzen? Beinhaltet der politische Zeitpunkt Potential für uns oder Verwundbarkeit für unsere Gegner?

Tonfall

Wird die Aktion feierlich, jubelnd, wütend oder ruhig sein? Wird die Atmosphäre diejenigen Leute, die wir ansprechen wollen, anziehen oder abstoßen?

Strategie

Bevor ihr anfangt: Wie passt diese Taktik in eure über-geordnete Strategie und Kampagnenplanung? Nachdem ihr aufhört: Wie verändern die gelernten Lektionen aus der Nach-besprechung euren Kampagnenplan oder zeigen Vorannahmen auf, die ihr in eurer Strategie hattet?

Geschichte

Was haben eure und andere Gruppen bereits getan, um das Problem anzugehen? Wie haben Aktivist*innengruppen, die Aktionen in der Vergangenheit durchgeführt haben, die Gemeinschaften, die nahe eures Aktionsortes wohnen, beeinflusst?

Mitwirkende

Welche Beziehungen müssen entwickelt werden, um eine kollaborative direkte Aktion zu entwickeln? Kommt der Impuls der Aktion aus den direkt betroffenen Gemeinschaften selbst? Wenn nein, wie gedenkt ihr, ihn vorzuschlagen und zu vermitteln? Wird die Aktion Menschen ermutigen, sich selber einzubringen?

Verbündete

Wie wird eure Taktik eure Verbündeten, die nicht an dieser spezifischen Aktion mitwirken, und potentielle Verbündete beeinflussen? Wie wird die betroffene Gemeinschaft in Entscheidungsprozesse eingebunden sein?

Publikum

Wen wollen wir mit unserer Taktik erreichen? Welche Antwort wollen wir in ihnen auslösen und welche Reaktion wollen wir ihnen entlocken?

Ziel

Welche Reaktion lösen wir bei denen, die unsere Forderungen konkret umsetzen können, aus? Wird es sie unter Druck setzen, aufzugeben und ihnen eine Zwickmühle stellen oder ermöglicht sie ihnen, uns abzutun und zurückzuschlagen? Wie werden wir wissen können, ob wir unser Ziel beeinflusst haben?

Nachricht

Wie machen wir komplizierte Sachverhalte leicht verständlich? Was wird die Taktik unserem Publikum, unserem Ziel oder der Gemeinschaft kommunizieren? Wie wird die Taktik ein überzeugendes Narrativ, eine ansprechende Geschichte transportieren?

