

Felicitas Weck  
Gerd Siebecke

# Lokal ankommen



Kommunale und  
regionale Gegen-Öffentlichkeit

Crashkurs Kommune 7

Crashkurs Kommune 7  
Felicitas Weck/Gerd Siebecke  
Lokal ankommen

*Felicitas Weck* arbeitet als Referentin in der Bund-Länder- und in der kommunalen Koordination der Fraktion DIE LINKE im Deutschen Bundestag. Sie ist Autorin von Crashkurs Kommune 1: »Linke Kommunalpolitik. Eine Einführung«.

*Gerd Siebecke* arbeitet im Team des VSA: Verlags Hamburg. Er ist zudem Redakteur der Zeitschrift Sozialismus und Autor von »Die Schanze: Galão-Strich oder Widerstandskiez?« über das Hamburger Schanzenviertel.

Felcitas Weck/Gerd Siebecke

## **Lokal ankommen**

Kommunale und regionale GegenÖffentlichkeit

Crashkurs Kommune 7

Herausgegeben von Katharina Weise

In Kooperation mit der Kommunalakademie  
der Rosa-Luxemburg-Stiftung

VSA: Verlag Hamburg

**www.vsa-verlag.de**

**www.rosalux.de**

**www.kommunalakademie.rosalux.de**

Kontakt:

Rosa-Luxemburg-Stiftung

Kommunalpolitische Bildung – Kommunalakademie

Franz-Mehring-Platz 1, 10243 Berlin

Katharina Weise (Referentin Kommunalpolitische Bildung)

weise@rosalux.de; Telefon 030/44 31 04 70

*Geschlechtergerechte Sprache:* In diesem Buch wird der Unterstrich bzw. »Gap« zugunsten einer geschlechtergerechten Sprache benutzt (zum Beispiel Kommunalpolitiker\_innen). Dies soll auf den Zusammenhang von Sprache, Geschlecht und Repräsentation hinweisen und der normativen Zweigeschlechtlichkeit, die nur Frauen und Männer umfasst, entgegenwirken. Sich als transsexuell, transgender und queer begreifende Menschen werden mittels dieser Sprachpraxis ebenso benannt.

Der Pfeil vor einem Begriff (→) verweist auf das Glossar, S. 96.



Dieses Buch wird unter den Bedingungen einer Creative Commons License veröffentlicht: Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Germany License (abrufbar unter [www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/legalcode](http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/legalcode)). Nach dieser Lizenz dürfen Sie die Texte für nichtkommerzielle Zwecke vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen unter der Bedingung, dass die Namen der Autoren und der Buchtitel inkl. Verlag genannt werden, der Inhalt nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert wird und Sie ihn unter vollständigem Abdruck dieses Lizenzhinweises weitergeben. Alle anderen Nutzungsformen, die nicht durch diese Creative Commons Lizenz oder das Urheberrecht gestattet sind, bleiben vorbehalten.

© VSA: Verlag 2013, St. Georgs Kirchhof 6, 20099 Hamburg

Titelfoto: Katharina Weise

Druck und Buchbindearbeiten: Idee, Satz & Druck, Hamburg

ISBN 978-3-89965-507-0

# Inhalt

## Kapitel 1

<b>Tue Gutes und rede drüber!</b> .....	7
1.1 Formen der Gegenöffentlichkeit .....	8
1.2 Neue Medien .....	12
E-Mails bringen Informationen 13   Achtung! Datenschutz! 13	
Social Media ist nicht nur Twitter und Co. 15   Wikis 17	
1.3 Die eigene Website und der eigene Blog stellen Infos zur Verfügung .....	17
1.4 Probleme des Web 2.0 .....	20
1.5 Mitstreiter_innen mitnehmen .....	21

## Kapitel 2

<b>Der direkte Draht zu den Bürger_innen</b> .....	24
2.1 E-Participation .....	25
2.2 Transparenz leben und darstellen .....	26
2.3 Die Menschen mitnehmen .....	27
Einwohner_innenfragestunden 28   Einwohner_innerversamm- lungen 29   Bürger_innensprechstunden – Schwellenängste abbauen 30   Das öffentliche Gespräch mit den Bürger_innen 31	
2.4 Netzwerke bilden – Mitstreiter_innen gewinnen .....	33
Kampagnen planen 33	
2.5 Sich mit der Bewegung bewegen .....	35

## Kapitel 3

<b>Das eigene Agieren im Rat und in der Öffentlichkeit</b> .....	41
3.1 Der öffentliche Auftritt .....	42
Sich mit sich selbst wohlfühlen 42   Was ziehe ich an? 42	
3.2 Körpersprache .....	43
3.3 Rhetorisch gut? Das kann geübt werden! .....	44
3.4 Das Interview .....	48
Lampenfieber 48	

## **Kapitel 4**

### **Öffentlich auftreten – in und mit Veranstaltungen** ..... 50

4.1 Lokal ankommen... ..... 50

4.2 Lokal hingehen... ..... 51

4.3 Selbst aktiv werden: Die eigene Veranstaltung ..... 54

Was bedacht werden muss 55 | Mobilisieren! 57 | Organisieren, moderieren, inszenieren 59 | Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung 61

## **Kapitel 5**

### **Öffentlichkeits- und Pressearbeit in »alten« und »neuen« Medien** ..... 62

5.1 »Die schärfste Waffe der Arbeiterbewegung«?

Auch Pressearbeit muss »lokal ankommen« ..... 62

5.2 Die eigenen Medien... ..... 70

Flugblätter & Flyer 71 | Plakate & Broschüren 72 | Infoblätter, Bürger\_innenbriefe 72 | Eigene Zeitungen 76 | Erscheinungsrhythmus und Verbreitung 77

5.3 Die neuen Medien (eigene Website, Mail-Verteiler, Newsletter) ..... 78

Internetseite 79 | E-Mails und Newsletter 81

## **Kapitel 6**

### **»Wer lange kämpfen will, muss auch feiern können«** ..... 83

6.1 Bessermachen statt Besserwissen ..... 84

6.2 Brisante Probleme erfordern besondere Aktionen ..... 87

6.3 Feste feiern! ..... 93

Anhang

Glossar ..... 96

Literatur ..... 99

Links ..... 101

# Kapitel 1

## Tue Gutes und rede drüber!

»Gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern in Deutschland, in Europa und weltweit, mit Gewerkschaften und Bewegungen, suchen wir nach alternativen Lösungen und gesellschaftlichen Alternativen.« So heißt es im Grundsatzzprogramm der Partei DIE LINKE, das im Oktober 2011 verabschiedet wurde. Der Anspruch linker emanzipatorischer Kommunalpolitik – nicht nur in der Parteipolitik, sondern auch außerhalb davon – beinhaltet, Politik mit den Bürger\_innen gemeinsam zu machen und nicht stellvertretend für sie. Doch ist es nicht ganz leicht, diese Kontakte zu finden und auch zu halten.

Es ist vergleichsweise einfach, als Mitglied einer kleinen Fraktion oder gar als Einzelmandatierte\_r am Küchen- oder Schreibtisch einen Antrag zu ersinnen, ihn kraftvoll schriftlich zu begründen und in den Rat einzureichen. Er wird – die entsprechenden Mehrheiten vorausgesetzt – vermutlich von den anderen Parteien ebenso kraftvoll abgelehnt und damit mehr oder weniger stilvoll beerdigt. Langjährige Kommunalpolitiker\_innen aus kleinen Minderheitsgruppierungen wissen zu berichten, dass gute Anträge nach einer gewissen Schamfrist manches Mal von anderen Parteien wieder aufgenommen werden und ihnen so zur Verwirklichung verholfen wird. Da das nicht ausreicht, sollten wir zu anderen Strategien greifen.

Ja, hier werden die Leser\_innen schon murren: »Woher sollen wir denn die Zeit dafür nehmen?« Als kommunale\_r Mandatsträger\_in wird Mensch regelmäßig mit Drucksachen und anderen Informationen so zugeschüttet, dass vor allem bei kleinen Fraktionen kaum noch Zeit übrig ist, eigene Ideen zu entwickeln. Da bleibt dann nur noch der »Mut zur Lücke«. Nicht alles will gelesen werden und mit der Zeit entwickelt sich das Vermögen, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden. Und: Gemeinsam mit anderen macht (Kommunal-)Politik viel mehr Spaß als allein am Küchentisch. Auf die Dauer wirkt eine solche Zusammenarbeit auch zeitsparend, da gibt es dann mit einem Mal Mitstreiter\_innen, die projektweise den Blog betreuen, bei der Pressearbeit mithelfen oder in Kleingruppen weitere Konzepte erstellen. Solange wir aber am Küchentisch sitzen bleiben, werden wir we-



der Mitstreiter\_innen finden noch in Kontakt mit den Menschen der eigenen Gemeinde kommen, um mit ihnen und nicht für sie Politik zu machen.

Immer dort also, wo sich Kommunalpolitiker\_innen im öffentlichen Raum bewegen und etwas bewegen wollen, müssen sie sich mit der Frage auseinandersetzen: Wie bringe ich meine Botschaft an die Menschen? Diese Überlegung sollte sowohl dem Motto »Tue Gutes und rede darüber« geschuldet sein als auch der Einsicht, dass linke, emanzipatorische Politik immer zugleich für → Transparenz sorgen muss. Leider macht es einem die Presse nicht immer leicht, diesen Anspruch ausreichend in die Tat umzusetzen. Daher tut Gegen-Öffentlichkeit not.

Unsere Überlegungen zu dieser stellen wir in diesem Band der Reihe »Crashkurs Kommune« aus unterschiedlichen Bereichen zur Diskussion: aus langjähriger Erfahrung mit kommunalpolitischer Arbeit vor Ort und in der Bund-Länder- und kommunalpolitischen Koordination innerhalb der Linksfraktion im Bundestag einerseits, aus der Arbeit in einem linken Publikationsprojekt andererseits. Die sich damit ergebenden unterschiedlichen Akzentsetzungen mochten wir nicht »vereinheitlichen« – auch um den Preis, dass ähnliche Themen aus zwei Blickwinkeln gelegentlich zweimal aufgegriffen werden. Und die Leser\_innen werden in den verschiedenen Kapiteln auch persönliche Erfahrungen kennenlernen. Wir erlauben uns zudem, die Leser\_innen direkt anzusprechen. »Lokal ankommen« ist auch ein Plädoyer für eine noch nicht immer und überall realisierte Methode der politischen Arbeit vor Ort: Aufmerksam zuhören, analysieren, aktiv werden und Alternativen mitgestalten.

## 1.1 Formen der Gegenöffentlichkeit

»Gegenöffentlichkeit schaffen, Genossen!« Diese Parole der 1970er Jahre wurde immer dann kollektiv angestimmt, wenn politisch gegen »das System« interveniert wurde. Allerdings verschwand der Begriff ab Mitte der 1980er Jahre in der Nostalgie-Schublade, um gut zehn Jahre später in einem kritischen Kunstkontext eine taktische Renaissance zu erfahren (vgl. Does 2001).

Gegenöffentlichkeit wurde 1967 vom Sozialistischen Deutschen Studentenbund (SDS) erstmals dargestellt und beinhaltete, nach Rudi Dutschke, eine Form der Öffentlichkeit zu schaffen, in der die Intellektuellen »mit dem

Volk und nicht über das Volk« sprechen. Durch öffentlichkeitswirksame Aktionen wie Demonstrationen, Straßenblockaden und Massenversammlungen auf der Straße, aber auch mit eigenen »Medien«, wie Flugblättern, Wandzeitungen als übernommem Propagandamaterial aus der chinesischen »Kulturrevolution«, Büchern, Broschüren oder Schriftenreihen verschafften sich die »68er« eine Öffentlichkeit für ihren Protest und setzten die kritisierten Institutionen und nicht zuletzt die Politik unter Druck (vgl. Plake/Jansen/Schuhmacher 2001). Diese Aktionsformen wurden in den 1980er Jahren von Alternativ- und Ökologiebewegungen aufgegriffen und fortgeführt. In der Folge entstand ein breites Spektrum alternativer Medien in Form von Zeitungen, Radio, Verlagen etc.

Das Bedürfnis nach Gegenöffentlichkeit beginnt mit der Erfahrung, sich mit seinem Anliegen nicht offen äußern zu können oder mit seiner Stimme keinen Einfluss zu haben. In der Konsequenz heißt das, die Regeln dieser Öffentlichkeit brechen zu müssen, um wahrgenommen zu werden oder sich austauschen zu können. Gegenöffentlichkeit schafft eine andere Öffentlichkeit, aber sie beansprucht gleichzeitig, gegen die Herrschaftswirkung der herrschenden Öffentlichkeit zu arbeiten. Es ist dieser Anspruch, der einer immer wieder zu erneuernden kritischen Überprüfung standzuhalten hat (vgl. Spehr 2002).

Heute versuchen insbesondere soziale Gruppen, deren Themen und Erfahrungen durch die herrschende Politik aus der Öffentlichkeit und damit auch aus dem öffentlichen Bewusstsein ausgeschlossen sind, sich durch Gegenöffentlichkeit Raum und Wahrnehmung zu verschaffen. Dabei wird vor allem das Internet als virtueller Gegenpol der Straße eingesetzt.

**Indymedia** ist die bekannteste internationale Plattform für alternative → Nachrichten im Internet. Gegründet 1999 anlässlich der globalisierungskritischen Proteste in Seattle, praktiziert indymedia seitdem Gegenöffentlichkeit in Reinkultur: [www.indymedia.org](http://www.indymedia.org).

Ende 2003 entstanden die **Nachdenkseiten**. Das Projekt geht auf die Initiative von Albrecht Müller und Wolfgang Lieb zurück. Beide haben sich beruflich mit politischer Kommunikation und öffentlichen Meinungsbildungsprozessen und ihrer Wirkung auf die Qualität politischer Entscheidungen beschäftigt: [www.nachdenkseiten.de](http://www.nachdenkseiten.de)

**LabourNet Germany** ist der Treffpunkt der gewerkschaftlichen Linken mit und ohne Job im weitesten Sinne. Es versteht sich als Teil jener weltweiten Labournet-Initiativen, die die Vorteile der neuen Technologien für emanzipative Bestrebungen nutzen, um Schnelligkeit, Tiefgang und Kontinuität von gesellschaftlicher Information, Diskussion und Aktion zu ermöglichen. [www.labournet.de](http://www.labournet.de).

**Linksnet** ist ein Kooperationsprojekt linker Zeitschriften und Netzwerke für Politik und Wissenschaft. [www.linksnet.de](http://www.linksnet.de)

**vorortLINKS** soll eine Internet-Plattform für Analysen & Ansichten aus Ländern, Städten und Regionen sein. Deshalb laden die Macher\_innen Autor\_innen aus der ganzen Republik ein, sich mit eigenen Beiträge zu beteiligen. vorortLINKS ist ein unabhängiges linkes Projekt, der LINKEN wohlgesonnen, aber immer auf der Suche nach breiteren Kooperationen. [www.vorort-links.de](http://www.vorort-links.de).

Das Internet ist nicht nur Einbahnstraße zum Senden, sondern dient auch der Vernetzung. Statt einem Sender und vielen Empfänger\_innen gibt es nun tatsächlich viele Sender\_innen und viele Empfänger\_innen, weiterentwickelt als open publishing System. Web 2.0 ist das Schlagwort, welches derweil für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internets verwendet wird. Hierbei konsumieren die Nutzer\_innen nicht nur den Inhalt, sondern sie stellen selbst Inhalte zur Verfügung. Der Begriff bezeichnet eine neue Generation des Webs, seine Verwendung nimmt jedoch zugunsten des Begriffs → Social Media ab.

Engagierte können sich mit Hilfe von so genannten Social Media auf vielfältige Weise an Prozessen und Aktionen beteiligen, indem sie

- ihr Wissen und ihre Erfahrungen zusammentragen, (z.B. [engagiert-inddeutschland.de](http://engagiert-inddeutschland.de), [wikipedia.org/wiki/Pflegewiki](http://wikipedia.org/wiki/Pflegewiki), [weltbeweger.de](http://weltbeweger.de));
- mitgestalten, Meinungen einbringen ([enquetebeteiligung.de](http://enquetebeteiligung.de));
- Informationen für Kartierungsprojekte liefern (z.B. [Wheelmap.org](http://Wheelmap.org), [ushahidi.com](http://ushahidi.com));
- eigene Aktivitäten starten, sich vernetzen und Werkzeuge (Toolkits) für Nachahmer\_innen zur Verfügung stellen ([bewegung.taz.de](http://bewegung.taz.de), [greenaction.de](http://greenaction.de), [socialbar.de](http://socialbar.de));

- Geld spenden und Fundraising-Aktionen in ihrem Netzwerk starten (z.B. [betterplace.org](http://betterplace.org), [helpedia.de](http://helpedia.de), [reset.to](http://reset.to));
- Petitionen unterschreiben (z.B. [Avaaz](http://Avaaz.org), [Campact](http://Campact.org));
- eigene Online-Petitionen initiieren ([epetitionen.bundestag.de](http://epetitionen.bundestag.de)).

Zur Gegenöffentlichkeit zählen neben den neuen Medien genauso kulturelle Praxen wie Kleidung, Musik oder Kunst. Der Zettel am schwarzen Brett oder die Wandzeitung können ebenso dazu gehören wie Rap, Graffiti oder der »Remix« von Wahlplakaten, d.h. die Umgestaltung hin zu einer anderen, meist persifierenden Aussage. Das Flurgespräch vor und nach dem überregelten Diskussions- und Repräsentationsprozess im Ratssaal, die Verständigung in Kantine oder Kneipe zu Repressalien am Arbeitsplatz; Frauenfreiräume als Alternative zur patriarchalen Öffentlichkeit in Familie, Arbeit und Politik sind durchaus auch Gegenöffentlichkeit.

Doch Achtung! Gegenöffentlichkeit ist eben nicht → Agenda Setting, hat nichts Statisches, sondern bewegt sich immer irgendwo zwischen Anerkennung und Abgrenzung. Damit besteht die Gefahr für die handelnde Gruppe, schließlich selbst Teil der meinungsbestimmenden Öffentlichkeit zu werden. Ein ganz offensichtliches Beispiel für eine solche Entwicklung ist die Partei Bündnis 90/DIE GRÜNEN, deren Fraktion später den ersten deutschen Angriffskrieg seit dem Ende der Nazizeit mit verantwortete (Kosovo-Krieg). Auch die in den 1980er Jahren entstandenen alternativen Medien wurden zum großen Teil vom bestehenden Mediensystem samt seiner kommerziellen Ausrichtung sowie den journalistischen Qualitätskriterien geschluckt.

Der Begriff der Gegen-Öffentlichkeit wird manchmal auch von rechts genutzt, wenn Neonazis mit eigenen Zeitungen, Webauftritten und Netzwerken sowie mit subkulturellen Popstrategien für ihre rassistischen, menschenfeindlichen, faschistischen Ziele werben. Wenn aber Gegenöffentlichkeit als ein Projekt allgemeiner Emanzipation verstanden wird, dann darf nicht mehr von »rechter Gegenöffentlichkeit« die Rede sein.