

Moderne Zeiten

Social Media, Kampagnen, Petitionen ...

Kampagnen sind ein Mittel der Wahl, um gezielt Einfluss auf politische und wirtschaftliche Prozesse nehmen, etwa zum Naturschutz oder gegen Menschenrechtsverletzungen. Bekannte Beispiele sind die internationale Kampagne #NatureAlert, die 2016 erfolgreich für den Erhalt der EU-Naturschutzrichtlinien kämpfte, oder die Kampagne für saubere Kleidung/Clean Clothes Campaign, die sich für menschenwürdige Arbeitsbedingungen entlang der globalen Textillieferkette einsetzt. Eine solche Ausrichtung bedarf auch einer entsprechenden Kommunikationsstrategie – wer mit Kampagnen öffentlichen Druck ausüben, seine Klientel schnell und direkt erreichen und ebenso schnelle Rückmeldungen haben will, der sollte sich einen gut funktionierenden Social-Media-Bereich leisten.

Auf Kampagnen setzt zum Beispiel die von uns mehrfach geförderte Organisation urgewald. „Follow the money“ lautet der strategische Ansatz, mit dem urgewald seine Kampagnen gegen die Finanzierung von Menschenrechtsverletzungen und Umweltzerstörung plant und durchführt. Durchaus erfolgreich – so hat nach monatelangen Protesten von urgewald, Unfriend Coal und Aval die Munich Re, der zweitgrößte Rückversicherer

weltweit, angekündigt, ihre Kohle-Investitionen zurückzufahren und auch die Versicherung von Kohleprojekten zumindest teilweise zu beenden. Nicht zuletzt ein Verdienst des aktuellen, von uns mit 96.924 Euro unterstützten Projekts „Die klimafreundliche Geldanlage: Einfach. Machen. Raus aus der Kohle“ (Z-5384).

Für seine Kampagnen nutzt urgewald das gesamte Spektrum der sozialen Medien, erzählt Pressesprecher Moritz Schröder: „Wir versuchen zunehmend spezifischer auf den einzelnen Plattformen zu informieren, um so die verschiedenen Facetten von urgewald klarer zu zeigen.“ Instagram bietet sich für starke Portraits und Protestbilder an, für einen persönlichen Zugang zu den Kampagnen und zu urgewald als Organisation. Über Facebook lasse sich die Arbeit gut an aktuelle gesellschaftliche Themen und Debatten andocken, etwa durch das Teilen entsprechender Medienartikel. Darüber hinaus sei Facebook ideal für Erfolgsmeldungen sowie Hinweise auf aktuelle Protestaktionen. Und Twitter? „Twitter liefert einen direkten Draht zu vielen Journalisten, ist wichtig für die Verbreitung aktueller Aktionen und sogar noch wichtiger für strategische Medienkampagnen“, ergänzt Schröder.

Die in Münster angesiedelte und ebenfalls mehrfach von uns geförderte Christliche Initiative Romero (CIR) engagiert sich insbesondere für Arbeits- und Menschenrechte in den globalen Lieferketten. Die beiden aktuell von unserer Stiftung finanziell unterstützten Kampagnen heißen „Von Fast Fashion zu Fair Fashion“, eine Aktion zu den wahren Kosten der Wegwerfmode und zu nachhaltigen Alternativen (Z-5410, 44.325 Euro) und „Rohstoffe auf Kosten von Mensch und Umwelt – NRW für Menschenrechte in globalen Lieferketten!“ (Z-5351, 149.471 Euro). Auch diese Organisation setzt verstärkt auf öffentliche Aktionen und Petitionen, zum Beispiel gegen die Praxis der Deutschen Bank, über Fonds Aktien von Bergbauunternehmen anzubieten, die etwa in Mexiko massiv Menschenrechte verletzen.

Für Isabel Ullrich, Pressereferentin bei der CIR, ist das Zusammenspiel der verschiedenen Kommunikationskanäle wichtig: „Wir bewerben unsere Informationsbroschüren auf Social Media und nutzen dabei auch externe Portale, wie utopia.de.“ Originelle Anzeigen- und Postkartenmotive wecken zusätzliche Aufmerksamkeit. Bei ihren Petitionen kombiniert die CIR den digitalen mit dem analogen Weg, letzten sogar mit oft höherer Durchschlagskraft: „Wenn wir Konzernen oder Politikern einen Korb mit Protestkarten übergeben, hat das schon eine gewisse Aussagekraft.“ Besonders wichtig ist es laut Ullrich, die Mitstreiterinnen und Mitstreiter von der Christlichen Initiative Romero auf dem Laufenden zu halten: „Wir berichten in allen unseren Medien regelmäßig und aktuell über Aktivitäten und Erfolge.“



CIR-Protestpostkarte gegen Rohstoffgeschäfte der Deutschen Bank

Illustration: Marco Fischer



Junge Geflüchtete berichten aus dem Leben in der alten Heimat.



Vertreterinnen von urgewald protestieren gegen die Versicherung von Kohleprojekten durch die Munich Re.

➔ Weitere Informationen unter www.urgewald.org und www.ci-romero.de

Foto: Greg McNevin/Europe Beyond Coal

Foto: The Global Experience