

## **Mailgewitter & Twitterstürme**

- 1987 Erste Meldungen über einen Joseph Kony und seine Lords Resistance Army (LRA) dringen nach Europa. Ein brutaler Warlord, der Kinder entführt und als Soldaten und Sexsklavinnen missbraucht. Nur: Afrika ist weit – wen kümmerts?
- 2005 Der Internationale Strafgerichtshof erlässt Haftbefehle gegen Joseph Kony und einige LRA Kommandanten. Die Anklage: Detaillierte Listen mit Verbrechen gegen die Menschlichkeit und Kriegsverbrechen. Nur: Wen interessiert schon, was Juristen schlimm finden?
- 2012 Die Nichtregierungsorganisation Invisible Children stellt, ausgehend von der Geschichte eines ehemaligen Kindersoldaten Konys, ein Video auf YouTube. Innerhalb weniger Tage wissen Millionen Menschen, wer Joseph Kony ist und warum er aus dem Verkehr gezogen gehört.

Es erhoben sich Mailgewitter und Twitterstürme. Tausende Menschen begannen, Briefe zu schreiben, Politiker zu nerven, Plakate zu kleben und zu fragen, warum man da nicht schon längst was getan hat. Und es bewegte sich: die US Regierung, die Afrikanische Union, sogar der UN Sicherheitsrat...

In Deutschland jedoch blieb es vergleichsweise ruhig: Mainstream-Medien und NROs konzentrierten sich mäkelig auf die Schwachstellen des Videos, sodass der Eindruck entstand, dass das Anliegen hinter der Verpackung der Aufmerksamkeit nicht würdig sei. Entsprechend spielte auch keine Rolle, dass Invisible Children auf die Kritik am ersten Video mit einem zweiten Video reagierte, welches um einiges besser ist und mehr Schnittmengen zu seriöser Auseinandersetzung bietet.

Nicht nur "Kony 2012", auch die "Arabellion" oder die Kampagne "Steuer gegen Armut" für eine Finanztransaktionssteuer sind Beispiele dafür, wie die Sozialen Medien Menschen informieren und mobilisieren können. Denn: Natürlich darf das Engagement nicht beim "Clicktivism" stehen bleiben. Ziel muss es stets sein, die Information in konkrete Aktion umzuwandeln – was unterschiedlich gut gelingt.

Kony 2012 hat in Deutschland keine vergleichbare Resonanz gefunden wie in anderen Ländern, auch wenn deutsche und afrikanische Jesuiten sich sehr dafür einsetzten. Aber Erfolge der Finanztransaktionssteuer-Kampagne oder Bemühungen, Spekulation mit Lebensmitteln zu verbieten, belegen, dass auch in Deutschland das Web 2.0 aus der gesellschaftspolitischen Mobilisierung nicht mehr wegzudenken ist. Da mehr und mehr Menschen in Deutschland 'online' sind, gibt es wohl kaum jemand, der nicht schon mit E-Petitionen, kreative, neugierig machende Kurzvideos, "Infotainment", provozierenden Kampagnen über Facebook, Twitter, campact und AVAAZ mit "Fünf-Minuten-Infopacks" konfrontiert worden ist.

Man mag das für unseriös halten, weil komplexe Anliegen nicht in der nötigen Differenziertheit behandelt werden. Dabei übersieht man aber die Notwendigkeit, im Meer an Informationen zunächst Aufmerksamkeit für sein Anliegen zu erhalten. Hat man diese Aufmerksamkeit, kann man im zweiten Schritt differenzierte Information und Handlungsmöglichkeiten anbieten. Insofern können Social Media Aufhänger und Ansatz für seriöse Arbeit sein.

Natürlich kann man auch weiterhin mit klassischen Medien und Kommunikationsmitteln die eigene 'Klientel' erreichen. Die Gefahr ist, dass die zirkulierten Informationen dann im Kreis

der 'üblichen Verdächtigen' verbleiben. Mit den Mitteln des Webs 2.0 fällt es leichter, dem eigenen Milieu Fernstehende zu interessieren und parteien- und gruppenübergreifend gesellschaftspolitisch mehrheitsfähige Bündnisse zu schaffen, die dann wiederum Einfluss auf die Politik nehmen können.

Am erfolgversprechendsten ist dabei sicher ein "Mix" verschiedener Methoden. Es folgt ein Beispiel aus der Kampagne "Steuer gegen Armut", und zwar die fünf Tage vom 17.-20. Mai 2010: Die Woche stand im Zeichen der koalitionsinternen Auseinandersetzungen, ob nämlich die Finanztransaktionssteuer oder Finanzaktivitätssteuer der beste Weg sei den Finanzsektor an den Krisenfolgekosten zu beteiligen. Die FDP wollte die Aktivitätssteuer, die Kampagne die Transaktionssteuer. Folgende Mittel wurden genutzt, diese Position deutlich zu machen: Zunächst am 17.5. die von der Kampagnen-E-Petition mitangeschobene Expertenanhörung im Finanzausschuss des Bundestags, bei der auch Kampagnenvertreter Redezeit hatten. Am selben Abend fand eine gut besuchte Diskussionsveranstaltung mit Vertretern aller Parteien in der Katholischen Akademie statt. Es folgte am 29.5. ein Medienstunt vor dem Brandenburger Tor, bei dem von attac, Jusos, Oxfam und anderen mobilisierte Robin Hoods, Maid Marians und Bruder Tucs eine Kutsche von Bankern überfiel und ihnen 0,05% des Besitzes für Armutsbekämpfung und Klimaschutz abzwackte. Während der ganzen Woche wurden Kampagnenunterstützer deutschlandweit über Facebook und Twitter aufgerufen, Bundestagsabgeordneten auf geeignete Weise mitzuteilen, dass sie Partei für die Transaktionssteuer ergreifen sollten. Mit Erfolg: Am 20.5. verkündete Finanzminister Schäuble vor dem Bundestag, dass die Bundesregierung sich ab sofort für eine Transaktionssteuer einsetzen werde.

Das Problem mit Web 2.0 basierten Kampagnen ist, dass sie recht kurzlebig sein können bzw. immer wieder überlegt werden muss, wie das Interesse am Thema aufrecht erhalten werden kann und somit Menschen an das Thema gebunden werden können. Dies macht erforderlich, immer wieder mit neuen Kurzvideos mit prominenten Künstlern, witzigen Medien-Stunts oder originelle Aktionen aufwarten zu müssen, wie z.B. den Sandsack-Wall von compact, attac und anderen um die Frankfurter Börse zur 'Eindämmung unnützer Spekulation'. Die Erzeugung origineller Bilder ist schließlich der beste Aufhänger für eine mediale Berichterstattung.

Dennoch glaube ich nicht, dass sich der Trend aufhalten oder gar umkehren lassen wird. Auch in Deutschland wird das Web 2.0. für thematisches Agenda Setting und gesellschaftliche Mobilisierung an Bedeutung zunehmen. Entsprechend sollte man mit Mut und Kreativität experimentieren und sich dieses Mediums so gut wie möglich für die eigenen Themen und Anliegen bedienen.

Weitere Infos: [www.joergalt.de/kony2012.html](http://www.joergalt.de/kony2012.html) sowie [www.steuer-gegen-armut.org](http://www.steuer-gegen-armut.org)