

Macht mit

TTIP, Fracking, Big Data: Die Aktivisten von Campact mobilisieren per Internet mehr als 1,5 Millionen Menschen zu Protestaktionen.

Manager und Politiker fürchten den stetig wachsenden Einfluss dieser deutschen Organisation. Sie hat längst ein neues Ziel: Widerstand in ganz Europa

VON MARKUS BALSER

Berlin/Verden – Als Hartwig Eibert zum Potsdamer Platz kommt, um das Land etwas besser zu machen, ist der Rest des Flashmobs schon da: „Frac-king rich-tig ver-beiten“, rufen drei Dutzend Protestler von Campact. Hartwig Eibert, 64, der Ex-Unternehmensberater mit Dreitagebart, Mütze und Jeans, muss erst mal ankommen im Demonachmittag. „Die 68er haben mich politisiert“, sagt Eibert. Dann kann eine lange Pause: Jetzt aber ist Eibert wieder bereit für die Straße. Der Einfluss der Wirtschaft wächst in allen Lebensbereichen. Das muss sich ändern.“

Eibert ist auf Protest gebürstet. Und er ist nicht allein. So häufig wie seit Jahren nicht mehr finden derzeit in Deutschland Proteste gegen alles Mögliche statt: Kohlekraft abschalten, Story für TTIP, Schutz für Edward Snowden – es gibt jede Menge zu tun. Allein in Berlin wurden im vergangenen Jahr 5000 Kundgebungen gezählt – so viele wie seit Jahren nicht mehr. Oft ziehen dabei nicht mehr Ortsgruppen von Parteien oder Verbänden die Fäden, sondern die professionelle Kampagnen-Organisation Campact – eine Online-Plattform für den organisierten Protest.

Campact ist zwar weit weniger bekannt als das globalisierungskritische Bündnis Attac, gilt aber gemessen an Aktiven inzwischen als größte deutsche Nichtregierungsorganisation (NGO).

Ihr Ziel: Mobilisierung per Twitter, Facebook und einem rasch wachsenden E-Mail-Verteiler von über 1,5 Millionen Menschen. Name, Wohnort und E-Mail-Adresse angegeben – auch Eibert wurde erst vor ein paar Monaten Teil der neuen deutschen Mitmach-Bewegung. Campact will Leuten in den Widerstand helfen, denen der Alltag wenig Zeit lässt, sich zu engagieren. Aufrufe kommen per E-Mail, Protest-Kits samt Plakaten mit „snail mail“ aus Verden.

Als Kind trägt Christoph Bautz Kröten über die Straße, dann rettet er Streubstwiesen

An Macht erinnert ziemlich wenig in Verden an der Aller, Niedersachsen, 27 000 Einwohner, dem Sitz der zehn Jahre alten Bewegung, Das Ökozentrum an der Artilleriestraße ist ein dreigeschossiger Bau mit Holzfassade – und die Zentrale von Campact. Im Treppenhaus stapeln sich Flugblätter und Pappaussteller. In den verlinkerten Räumen sitzen 30 Mitarbeiter. Christoph Bautz, 42, ist Mitgründer und einer der drei Geschäftsführer von Campact, ein zurückhaltender Mann für einen, dessen Beruf Protest ist.

Wer zu Bautz kommt, dem erzählt er, wie seine Protestkarriere begann. Als Kind trug er in seiner Heimat Darmstadt Kröten über die Straße, als Jugendlicher rettete er Streubstwiesen. Bautz zählte später zu den Gründern von Attac. Bei einer USA-Reise wurde ihm klar, man kann die Dinge mit mehr Schlagkraft angehen. Bautz stieß auf „Move on“, die erste Internet-Protestorganisation der Welt. Er sammelte Startkapital ein und gründete vor genau zehn Jahren mit anderen Campact.

Der Name, zusammengesetzt aus „campaign“ und „act“, soll klarmachen, worum es geht: aus einer Stimme einen einflussreichen Schwarm machen. „Schnell mit vielen Stimmen öffentlichen Druck aufbauen. Auf den reagieren Politiker und Manager am sensibelsten“, so sagt es Bautz.

Campact nimmt sich nicht jedes Themas an. Es geht um die großen. Die NGO springt dann auf, wenn die Sache brenzlich wird, wenn Entscheidungen anstehen. So wie beim Fracking. Sind ein paar Hunderttausend Unterschriften zusammen, werden Demos organisiert, die Forderungen an Regierungen oder Firmen übergeben. Die Botschaft: Passt auf, das Internet ist sauer! 500 000 Unterschriften drückt der Protestschwarm an diesem Nachmittag. Umweltministerin Barbara Hendricks in die Hand. Es sind Stimmen für ein Fracking-Verbot. „Wir wollen Einschränkungen“, sagt Hendricks. „Aber Sie können doch nicht verlangen, dass ich eine ganze Industrie vernichte.“ Das Internet kann vieles, findet man bei Campact.

Zuerst hat das Netz den Alltag verändert. Jetzt beginnt es, mehr und mehr auch die Gesellschaft zu verändern. Campagnerin Maritta Strasser weiß, welche Kraft von elektronischen Protestschwärmen ausgehen kann. Strasser, eine Frau mit roten Haaren und weicher Stimme, steuert von Verden aus den Widerstand gegen die Freihandelsabkommen TTIP und Ceta mit den USA und Kanada. Strasser kennt die Mechanismen der Politik. Sie ist die Tochter des SPD-Vordenkers Johano Strasser, hat für SPD und Grüne gearbeitet, war Pressesprecherin unter Justizministerin Herta andäuler-Gmelin. „Für erfolgreiche Aktionen muss vieles zusammenkommen“, sagt Strasser. „Vor allem ein klarer Appell!“

Ein wichtiges Thema wie die Flüchtlingspolitik? Zu kompliziert. Campact startet eine Kampagne nur, wenn sie hohe Erfolgsaussichten hat. Am Anfang steigt immer ein Testballon. Sollen wir beim Freihandel aktiv werden, fragte Campact wie in jedem anderen Fall vor einem knappen Jahr 5000 zufällig ausgewählte Aktive.



FOTO: THOMAS SCHWABZ/REUTERS

Kommt ein negatives Echo, wird die Kampagne abgeblasen. Doch mehr als 80 Prozent waren dafür. Damit war klar: TTIP hat das Zeug zum Riesenthema.

Was es vor zwei oder drei Jahren schon ein Erfolg, wenn bei Campact-Petitionen 20 000 oder 30 000 Unterschriften zusammenkamen, unterzeichneten bis Mai 700 000 Menschen den Aufruf gegen die Handelsabkommen. Dann wurden die Unterschriften den Spitzenkandidaten im Europaparlament übergeben. „Im Internet kann man schneller sehr viele Unterzeichner gewinnen als in jeder Fußgängerzone“, sagt Strasser. Doch der Online-Klick ist meist nur der Einstieg. Tausende nahmen in der Folge auch bei Campact-Protestaktionen an öffentlichen Orten teil.

Die Protestwelle gegen TTIP gilt in Deutschland bereits als Durchbruch der Online-Bewegung. Genmais, Privatisierungen, Proteste gab es im Netz schon immer. Noch nie aber machten so viele Menschen mit. Noch nie waren sie so gut organisiert. Forscher attestieren Deutschland eine Wende in der Protestkultur. „In den 2000er-Jahren ging die Zahl der Proteste in Deutschland über einige Jahre zurück“, sagt der Bewegungsforscher Dieter Rucht, emeritierter Professor des Wissenschaftszentrums Berlin. In einer Datenbank hat Rucht Statistiken von Protesten vieler Jahrzehnte gesammelt. „Jetzt ziehen die Aktivitäten wieder an“, sagt Rucht. Dafür seien vor allem verantwortlich: Stuttgart 21, Flughafenbau, Occupy, Protest sei in Deutschland wieder gesellschaftsfähig geworden. Mit Kampagnen-Organisationen, die diese Bereitschaft mit der Mobilisierungskraft des Internets verbinden, bekomme die Entwicklung einen neuen Schub. „Organisationen wie Campact haben Zulauf, weil sie bequem sind“, glaubt Rucht. „Man muss sich nicht binden, ein Masklik, eine Demo. Das reicht.“

Die Szene politischer Aktivisten beobachtet die Professionalisierung des Protests mit Sorge. Die Orientierung an der Realpolitik verliert, dass Visionen formuliert werden, klärt die Umweltaktivistin Hanna Poddig. Nur scheinbar würden Aktive zu Akteuren. „Die Organisation macht sie eher zu blinden Konsumenten der von Campact geplanten Protestaktionen.“ Und oft seien die Themen komplexer, als die plakative Vereinfachung der Kampagnen das wiedergeben könne. „Politik passt nicht immer in eine Fünf-Minuten-Info.“

In jedem Fall aber passt sie zu einer Gesellschaft, die politisch aktiv werden will, aber den etablierten Parteien oder Organisationen misstraut. In den Zentren anderer NGOs rümpft manche Führungskraft auch deshalb bereits die Nase, wenn das Gespräch auf Campact kommt.

Öffentlich für dasselbe Ziel zu kämpfen, heißt noch lange nicht, dieselben Ziele zu verfolgen. Zwischen Umweltorganisationen wie Greenpeace oder dem BUND und Campact hat sich eine Arbeitsteilung etabliert, die mancherorts auf wachsende Kritik stößt. Während Fach-NGOs Positionen erarbeiten, sich mit Gesetzessentwürfen auseinandersetzen, steuert eine thematische flexible Kampagnen-Organisation wie Campact vor allem die Kraft zur Mobilisierung bei. „Davon profitieren beide Seiten“, glaubt Campact-Co-Chef Bautz.

An Macht erinnert ziemlich wenig in Verden an der Aller in Niedersachsen, dem Sitz der zehn Jahre alten Bewegung Campact. Das Ökozentrum am Stadtrand ist ein dreigeschossiger Bau mit Holzfassade – und die Zentrale der Online-Plattform für den organisierten Aufruf. Campact hat das Bündnis Attac überholt, was die Anzahl der Aktiven angeht. Forscher sehen im rasanten Zulauf für Kampagnen-Organisationen den Beginn einer neuen Protestkultur.

„Davon profitiert vor allem Campact“, glaubt dagegen der Chef einer Umwelt-NGO. Denn im Kampf um Aufmerksamkeit ziehen die Campact-Partner nicht selten die Kürzeren. In den Fernseh-Nachrichten der „Tagesschau“ sind oft die Aktionen der Protestler in ihren roten Jacken zu sehen – und bestenfalls noch ein kleines Logo der Partner. Im Kampf um lebensnotwendige Spenden ein gravierender Nachteil. Bei Campact jedenfalls läuft das Geschäft. Fünf Millionen Euro kommen dieses Jahr durch Förderer und Spender zusammen – 60 Prozent mehr als im Vorjahr.

Eine wachsende Finanzkraft, die da für Unruhe sorgt, wo man noch ganz andere Zahlen gewohnt ist. In den Zentren der deutschen Banken ist noch lange nicht vergessen, was es bedeuten kann, ins Visier der Bürger zu geraten. „Wir haben eine schwierige Zeit erlebt“, sagt Andreas Krautscheid am Sitz des Bundesverbands deutscher Banken (BDB) in Berlin. Krautscheid kannte die Tricks des politischen Geschäfts, als er 2011 zum Bankenlobbyisten wurde. Er war selbst viele Jahre Bundestagsabgeordneter für die CDU und Landesminister in Nordrhein-Westfalen. Doch die Intensität der Occupy-Bewegung, die Massendemonstrationen gegen Banken vor zwei Jahren – Krautscheid hat Politiker wie Manager hilflos erlebt.

Zu Hoch-Zeiten des Protests ging nicht mehr in den Bankentürmen. Große Institute in der Frankfurter Innenstadt empfahlen ihren Mitarbeitern 2012 gleich für mehrere Tage von zu Hause aus zu arbeiten, der Bankenverband Hessag setzte seine Mitgliederversammlung in der Cityfiliale der

Bundesbank aus Sicherheitsgründen lieber ab. Für Krautscheid ist klar: „Bürgerproteste wie im Fall Occupy sind keine Einzelfliege. Wir werden so etwas in ähnlicher Form wiedersehen.“

Wie verändert sich eine Gesellschaft, wenn Bürger auf praktisch jeden Beschluss von Managern und Politikern sofort reagieren können – tausendfach, binnen Stunden? Was bedeutet es, wenn Firmen und Abgeordnete beinahe permanent Flashmobs fürchten müssen? Auch Politiker fragen sich, was da gerade entsteht. Im Berliner Bundestag beobachtet Thomas Jarzombek, der Netzexperte der CDU/CSU-Fraktion, die Internetszene von Berufs wegen. Für Jarzombek entwickelt sich gerade kaum mehr als ein Sturm im Wasserglas. „Auch wenn der Protest zum Teil aggressiv vorgetragen wird – davon lässt sich kein Politiker beeindrucken“, glaubt Jarzombek und zweifelt an der Nachhaltigkeit der virtuellen Protestnetze.

Die Welt wird sich an die Macht aus dem Netz gewöhnen müssen, glaubt Ben Brandzel

Digitale Unterschriften und virtuelle Vernetzung seien zu flüchtig, um dauerhafte Veränderungen auszulösen.

Protestforscher Rucht glaubt gar an einen Gewöhnungseffekt der Campact-Aktiven. „Wenn ständig hunderttausend Unterschriften übergeben werden, nehmen Minister das irgendwann nicht mehr als Bedrohung wahr.“

Ben Brandzel dagegen glaubt an die immer größere Kraft der Klicks. „Viele ahnen nicht mal, welche Energie sich mit Kampagnen-Organisationen entfalten kann“, ist sich Brandzel, 34, sicher. Vor allem dann, wenn sich Online-Aufrufe mit realen Protest verbinden. Der US-Amerikaner, der heute in Bangalore in Indien lebt, gilt als internationaler Kopf der Online-Protestbewegung. Brandzel ist Gründer und Leiter von Open – einem Zusammenschluss weitführender, nationaler Online-Kampagnen-Organisationen. Move on in den USA, Get up in Australien, 38 Degrees in Großbritannien – in vielen Ländern sind Organisationen wie Campact entstanden. Oft arbeiten sie an ähnlichen Themen. „Die großen Herausforderungen, die auf uns zukommen – der Klimawandel, undurchsichtige Handelsabkommen, Steuerhinterziehung durch Großkonzerne oder die Einkommensungerechtigkeit – es geht immer um globale Kämpfe, die nur auf verschiedenen nationalen Schlachtfeldern ausgetragen werden.“

Schlachtfelder, Kämpfe. Brandzel weiß, worauf es ankommt. Er leitete für US-Präsident Barack Obama am Ende von dessen erster Amtszeit die Neue-Medien-Kampagne und das Fundraising im amerikanischen Wahlkampf sei ihm klar geworden, was die vielleicht größte Veränderung durch Netzkampagnen bedeutet: „Heute trägt jeder das Äquivalent eines Fernsehsenders in der Tasche.“ In Zeiten von Twitter, Facebook und Youtube müsse weltweit niemand mehr 300 Kilometer mit dem Auto fahren, um seiner Stimme bei der nächsten Demo Gewicht zu geben. Das gehe auf Knopfdruck und zwar sofort. Die Welt werde sich an die Mitmachmächte aus dem Netz gewöhnen müssen, glaubt Brandzel. „Das ist keine Mode, das bleibt.“

Schwärme im Internet entstehen lassen, die auch in der Realität Wirkung zeigen: Campact-Geschäftsführer Bautz arbeitet in Deutschland bereits an Strategien, wie sich künftig noch mehr Menschen auf die Straße bringen lassen. „Wir wünschen uns noch mehr Aktionstage“, sagt Bautz. Filmabende gegen Privatisierungen, Grillpartys für die Agrarwende: Campact wolle Menschen künftig noch stärker in Kontakt bringen. Zum Diskutieren und zum Überzeugen. An diesem Wochenende etwa kommen tausend Aktive zum ersten Campact-Kongress nach Berlin. Im Kosmos, dem einst größten Kino der DDR, debattieren Politiker und Aktivisten über Fragen wie: „Wutbürger, Mutbürger und Erregungsdemokratie. Wie verändert sich Politik?“ Die Suche nach der Masse geht für Campact weiter. Nur die verleiht der Bewegung Macht.

In ganz Europa könnten aus 500 000 Unterschriften schnell fünf Millionen werden

Campact arbeitet bereits an einem Netz-europäischen Protestorganisationsnetz.

Aus 500 000 Unterschriften könnten so schnell mal fünf Millionen werden – aus Protestaktionen im ganzen Land die Proteste eines Kontinents. „Wir wollen eine europäische Zivilgesellschaft schaffen – als Gegengewicht zu Brüssel“, sagt Bautz.

In Berlin löst sich der Flashmob auf. Wann ist er wieder dabei? Hartwig Eibert, weiß es noch nicht. Mal sehen, was der Newsletter in den nächsten Wochen hergibt. Rentner und Studenten packen Protest-Kits ein, die Fernsehensende Kameras. Für Hartwig Eibert, den 64-jährigen mit Dreitagebart, war es ein guter Tag. „Die Minister hat sich einiges anhören müssen. Campact“, sagt er noch, „das ist gerade die Bühne, die Protest braucht.“ Ein paar Minuten später ist die Bühne leer.