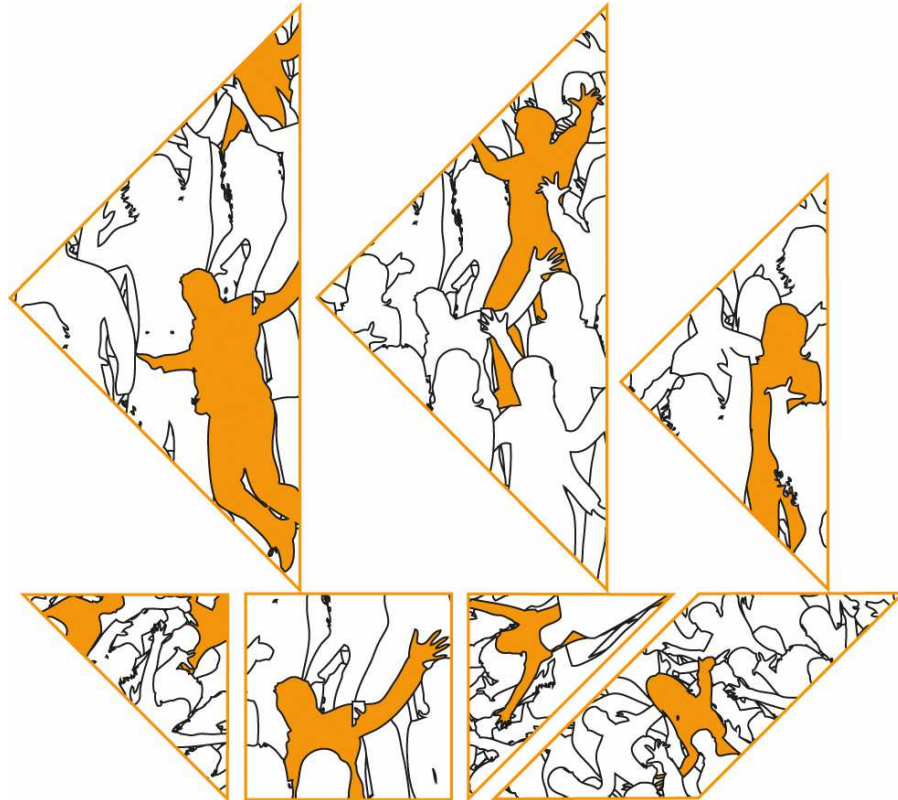


# %attac



## **Attac Österreich**

### **Gruppenleitfaden**

## Inhalt

<b>Gruppenleitfaden</b> .....	<b>3</b>
1 „Eine andere Welt ist möglich“ beginnt vor Ort.....	3
2 Die Gruppengründung – Was braucht’s? .....	3
3 Und dann... der Gruppenalltag.....	4
4 Unterstützung in der Regionalgruppenarbeit .....	6
5 Wie bleibt eine Gruppe aktiv und motiviert?.....	6
6 Kommunikation im Attac-Netzwerk .....	7
7 Rechtliches .....	7
8 Die Gruppen im Überblick .....	8
<b>Anhang</b> .....	<b>9</b>
1 So arbeitet Attac.....	9
2 Gender Mainstreaming .....	11
3 Regionale Medienarbeit .....	11
4 Checkliste Veranstaltungen .....	20
5 Checkliste Aktionen.....	21
6 Finanzen .....	23
7 Rechtsextremismus .....	25

work-in-progress

**Stand:** Oktober 2017

## Gruppenleitfaden

Liebe Attacies!

Wir haben ein paar Informationen zusammengetragen, die euch bei der Arbeit helfen sollen. Dieser Leitfaden ist ein „work-in-progress“ (die aktuellste Version findet ihr immer unter: [community.attac.at/intern-downloads.html](https://community.attac.at/intern-downloads.html)). Für weitere Fragen, Anregungen oder Beschwerden stehen wir euch gerne unter [verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at) (Monika Stadler) zur Verfügung.

### 1 „Eine andere Welt ist möglich“ beginnt vor Ort

Die Attac-Gruppen sind das wichtigste Standbein von Attac. Ohne die aktiven Gruppen vor Ort wäre eine Bewegung wie Attac nicht möglich.

Wer würde auf die Ungerechtigkeiten dieser Welt hinweisen? Wer würde mittels eines „Schuldenstreichorchesters“ einen längst überfälligen Schuldenerlass einfordern? Wer würde mit vielfältigsten Bildungsveranstaltungen die „ökonomische Alphabetisierung“ der Bevölkerung betreiben? Wer würde die neoliberale Globalisierung mit ihren Auswirkungen vor Ort angreifen? Wer würde neue Ideen für die politischen, wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Krisen entwickeln und ausprobieren? Wer würde die Mitmenschen zu Emanzipation anregen – zum Versuch und Vermögen, die Welt verstehen, verändern, gestalten zu können und wollen?

Damit ihr einen Überblick habt, wo welche Attac Gruppen sprießen, haben wir auf der Attac-Homepage eine eigene Seite dafür eingerichtet. Vermutlich gibt es in eurem Bundesland bereits aktive Gruppen... [community.attac.at/regionalgruppen](https://community.attac.at/regionalgruppen)

### 2 Die Gruppengründung – Was braucht's?

Attac ist kein straff organisierter Apparat. Es gibt einen hohen Grad an Autonomie und Selbstorganisation der Gruppen. Einige Dinge sind bei der Gründung einer Gruppe allerdings zu beachten:

#### a) Gender Mainstreaming – Frauen und Männer bei Attac

Attac bekennt sich zum Prinzip des Gender Mainstreamings (GM) auf allen Ebenen. Das ist einer der wenigen statutarisch verankerten Punkte im Selbstverständnis von Attac. Näheres auf der Attac-Seite unter: <https://www.attac.at/ueber-attac/selbstverstaendnis/gender-mainstreaming.html> jeder Gruppe soll es zwei Attacies (idealerweise eine Frau und ein Mann) geben, die zentral in die Arbeit der Gruppe eingebunden sind und auf die Einhaltung der GM-Prinzipien achten.

#### b) Medienarbeit

Derzeit wird die Medienarbeit von David Walch koordiniert. Ihr erreicht ihn unter [presse@attac.at](mailto:presse@attac.at). Da bei den ersten Schritten in den Regionen die Bearbeitung der lokalen und regionalen Medien besonders wichtig ist, unterstützt er euch gerne mit Tipps und Tricks. Eine ausführliche Unterlage findet ihr im Anhang.

#### c) Fundraising

Zumeist gibt es Möglichkeiten, in der Region Gelder für eine Veranstaltung aufzutreiben, wobei es durchaus lokal Unterschiede geben kann was die Summen betrifft. Ansprechbar für eine erste „Anschub“-Finanzierung sind in der Regel Gewerkschaften (mit ihren Bezirkssekretariaten), kirchliche Gruppen (z. B. „Eine-Welt-Gruppen“ oder „Solidaritätsinitiativen“),

entwicklungspolitische Initiativen (Weltläden, Fair-Trade-Initiativen) oder Gruppen, die im umweltpolitischen Bereich tätig sind. Teilweise finden sich auch BürgerInneninitiativen im UnterstützerInnenkreis.

Sollte es wider Erwarten keine ausreichende Finanzierung geben, so werden wir uns darum bemühen, die fehlenden Mittel für eure Veranstaltungen aufzutreiben.

#### **d) Attac ist überparteilich**

Attac ist grundsätzlich überparteilich. Wir versuchen mit unserer Arbeit Politik im Sinne der „ökonomischen Alphabetisierung“ zu beeinflussen.

### **3 Und dann... der Gruppenalltag**

Nachdem ihr die erste Hürde mit Eleganz genommen habt, kann das Attac-Leben so richtig losgehen. Bald tauchen Fragen auf, wie z.B.: Woher bekommen wir Informationsmaterial? Wie stellen wir unsere Termine ins Internet? Wieviel Geld steht uns zur Verfügung? Ein paar Antworten findet ihr hier:

#### **a) Innenleben - Strukturen von Attac Gruppen**

Vorneweg: Die Arbeitsweise der Gruppen innerhalb des Netzwerks ist sehr unterschiedlich. Grundsätzlich lassen sich einige Merkmale herausarbeiten: Es ist absolut wichtig, eine Ansprechperson in der Gruppe zu nominieren, die auf externe Anfragen reagiert und den Informationsfluss im Netzwerk aufrecht erhält.

Wie oft sich Gruppen treffen, hängt stark von den Ressourcen der Beteiligten ab. Der Rhythmus reicht von wöchentlich bis monatlich. Die Treffen in den Gruppen verfolgen in der Regel mehrere Ziele: Zum einen geht es dabei um organisatorische Dinge (Planung von Veranstaltungen, Diskussion von externen Anfragen), die anhand einer Tagesordnung abgehandelt werden. Zum anderen werden die Treffen auch genutzt, um sich inhaltlich weiterzuentwickeln (Stichwort: interne Weiterbildung). Dabei wird häufig ein Thema in Referatsform vorgetragen und anschließend in der Gruppe diskutiert. Außerdem gibt es in manchen Gruppen „Neulingstreffen“, die vor allem Interessierte ansprechen sollen, die sich ein Engagement bei Attac vorstellen können.

#### **b) Tipps zur Organisation von Veranstaltungen**

Es gibt eine breite Palette von Veranstaltungsformaten: Vortrag, Podiumsdiskussion, Infotisch, Workshop, Konferenz, Straßenaktion, Filmpräsentation, Radiosendung, Zeitungsbeitrag ... Im Anhang gibt es einiges an Tipps zur guten Vorbereitung und Durchführung. Je nach Art der Veranstaltung sind natürlich unterschiedliche Dinge zu berücksichtigen.

#### **c) Das liebe Geld – Finanzen**

Attac schwimmt nicht in Geld und baut im Wesentlichen auf der ehrenamtlichen Arbeit vieler AktivistInnen auf. Im Finanzausgleich ist festgelegt, wann und wie von Attac Kosten für Aktivitäten von Attac Gruppen übernommen werden. Näheres findet ihr im Anhang unter Punkt 6; bei weiteren Fragen wendet euch bitte ans Büro (verwaltung@attac.at oder wilhelm.zwirner@attac.at).

#### **d) Internet**

Das Internet ist „das“ zentrale Kommunikationsmedium bei Attac, da papierene Aussendungen mittlerweile fast zum Luxus geworden sind und die Vernetzung auf internationaler Ebene ohne E-Kommunikation nicht durchführbar ist. Was können wir anbieten:

▪ **Attac E-Mailadressen**

Für jede Regional- /Inhaltsgruppe gibt es die Möglichkeit eine E-Mailadresse einzurichten. Diese wird am besten von einer Person betreut. Sie erleichtert gerade in der Kommunikation nach außen Vieles. Wendet euch diesbezüglich bitte an: [verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at) oder [wilhelm.zwirner@attac.at](mailto:wilhelm.zwirner@attac.at)

▪ **Mailinglisten**

Die Mailinglisten sollen euch die Koordination in der Gruppe erleichtern. Beim Einrichten einer Liste ist euch Monika ([verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at)) gerne behilflich.

▪ **Newsletter**

Neben dem bundesweiten Attac Österreich Newsletter, der regelmäßig über Interessantes aus der Welt der Globalisierungskritik und Termine informiert, gibt es in einigen Gruppen auch einen eigenen Newsletter. Ziel ist es, Leute die mit Attac sympathisieren, sich aber nur hin und wieder in die Arbeit einklinken möchten, auf dem Laufenden zu halten. Auch hier ist euch Monika behilflich, um allgemeine regionale Infos zu streuen.

▪ **Internetseite der Gruppe**

Jede Gruppe hat die Möglichkeit, eine eigene Seite auf dem Attac Österreich Server einzurichten. Das Redaktionssystem für die Seiten ist TYPO 3. Die eigenen Seiten können von den Gruppen selbst mit Inhalten befüllt werden - ohne großes technisches Wissen. Rückfragen bitte an ([verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at)).

▪ **Termine ankündigen**

Wenn ihr Veranstaltungen oder Treffen ankündigen wollt, wendet euch bitte an das Büro ([verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at)). Dort werden die Ankündigungen in die zentrale Datenbank eingegeben und sichergestellt, dass die Termine sowohl auf der Homepage als auch im Attac Österreich Newsletter aufscheinen.

**e) ReferentInnen**

Die Themen, die Attac abdeckt sind breit gestreut. Globalisierung, Finanzmärkte, Welthandel, Internationale Finanzinstitutionen, Liberalisierung und Privatisierung öffentlicher Güter, Steueroasen und Steuergerechtigkeit, Schulden thematik, feministische Analyse der Globalisierung, Solidarische Ökonomie u.v.m.

In vielen Bereichen haben wir interessante und kompetente ReferentInnen. Für Schulklassen ab der 9. Schulstufe werden auch Schulworkshops ([workshop@attac.at](mailto:workshop@attac.at)) angeboten. Bei der Vermittlung von ReferentInnen ist Cilli Supper-Schmitzberger im Attac Büro ([infos@attac.at](mailto:infos@attac.at)) gerne behilflich.

**f) Materialien**

- Für ein Gruppen Logo bitte bei Cilli ([infos@attac.at](mailto:infos@attac.at)) anfragen.
- Materialien (Bücher, Broschüren, T-Shirts, Postitionspapiere etc.) erhaltet ihr bei Monika im Attac Büro ([verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at))
- Material für die Gruppe (Gruppenleitfaden, Vorlagen, Tipps) findet ihr im Attac Intranet unter Material für Gruppen

**g) Adressen in der Attac-Datenbank**

Monika ([verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at)) im Attac Büro hilft euch bei der Suche nach Gleichgesinnten vor Ort in einem bestimmten PLZ-Umkreis weiter (aber Rohdaten der Attac Datenbank werden nicht an Gruppen weitergegeben).

## 4 Unterstützung in der Regionalgruppenarbeit

### a) Werkzeug und Unterlagen zum konkreten TUN in der Regionalgruppentasche

In der Regionalgruppentasche findet ihr: Arbeits- und Aktionsmaterialien, inhaltliche Materialien, organisatorische und strukturelle Infos, methodische Unterlagen, und einiges mehr. Sie soll die Regionalgruppe praktisch, inhaltlich und organisatorisch unterstützen.

### b) Information, Vernetzung und Beratung über das Attac-Büro und die Attac Homepage

Viele Informationen inhaltlicher und organisatorischer Natur findest du auf der Attac Homepage [www.attac.at](http://www.attac.at). Darüber hinaus vernetzen und beraten dich Monika, Cilli und David gerne persönlich am Telefon 01/544 0010 oder über E-Mail: [verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at).

### c) Organisatorische und Strukturelle Beratung vor Ort

Gerade in Gründungsphasen von Regionalgruppen ist es wichtig Fragen zur Organisation und Struktur von Attac vor Ort zu stellen. Es gibt viele erfahrene Attac-AktivistInnen, die ihr Wissen gerne zur Verfügung stellen. Melde dich einfach; wir vermitteln dich weiter!

### d) Gruppen-Vernetzungstreffen bei AV und SoAk

Die Regionalgruppentreffen auf der Sommerakademie sowie auf den AktivistInnenversammlungen im Herbst und Frühling sind zum persönlichen Austausch, Vernetzung und Infoaustausch gedacht. Nütze die Chance AktivistInnen aus anderen Regional-, Inhalts- und Querschnittsgruppen kennen zu lernen! Außerdem bekommst du direkten Einblick in die koordinierende Arbeit des Attac Vorstands: Welche Themen werden gerade diskutiert und welche organisatorischen Fragen/Infos stehen zur Zeit zur Debatte.

### e) Seminare zur Kampagnen-, Projekt- und Aktionsarbeit sowie Workshops für Moderations- und Arbeitsmethoden

Auf der Aktionsakademie bieten wir Seminare und Workshops für Regionalgruppen an: sowohl im Bereich „Wie kann ich Kampagnen, Projekte und Aktionen erfolgreich planen und durchführen?“ als auch im Bereich Moderations- und Arbeitsmethoden werden wir Angebote setzen.

### f) Prozessbegleitung bei (Wieder)Gründungs-, Zielfindungs- und Konfliktlösungsprozessen

Es gibt viele Gründe warum eine Zusammenarbeit in Gruppen manchmal schwierig ist. Wir wollen euch mit dem Angebot der Prozessbegleitung insbesondere bei (Wieder) Gründungs-, Zielfindungs- und Konfliktlösungsprozessen unterstützen. Anfragen diesbezüglich bitte im Attac Büro.

## 5 Wie bleibt eine Gruppe aktiv und motiviert?

### Was braucht es damit eine Gruppe gut arbeiten kann?

1. klare Definition von Ziel und Aufgabe (Organisation, Gruppe)
2. Abgrenzung: wer ist Mitglied, wer nicht?
3. Soll die Gruppe (zeitlich) begrenzt - etwa für bestimmte Veranstaltungen - oder dauerhaft bestehen?
4. Wer ist KoordinatorIn, Verantwortliche/r?
5. Definition von Meilensteinen (Was soll erreicht werden?)
6. interne Spielregeln: Moderation, Tagesordnung, Protokoll, Anwesenheit... (das macht sich die Gruppe zu Anfang selbst aus; dient dem Wohlbefinden der Gruppe)
7. Anbindung an die Organisation
  - inhaltlicher Rahmen (Vorgabe!)

- Entscheidungspouvoir
- Kommunikation
- definierte Funktionen und Aufgaben innerhalb der Organisation
- Unterstützungsmöglichkeiten (durch die Organisation)

### **Was ist wichtig, um eine Gruppe aktiv und motiviert zu halten? Einige Tipps und Erfahrungen:**

- Wie wir miteinander umgehen ist Ausdruck dessen, wofür wir arbeiten.
- gutes freundschaftliches Klima, gegenseitige Wertschätzung
- jede und jeder plant und trägt eine Veranstaltung mit
- regelmäßige Treffen
- sichtbare Erfolge: Medien, interessierte BesucherInnen, gute Diskussionen
- Feedback zu Veranstaltungen
- Socialising, geselliges Beisammensein auch außerhalb der Treffen
- interne Weiterbildung
- guter Umgang mit Zeit und Ressourcen
- jede und jeder hat verschiedene Interessen, Talente, Expertise
- Gruppendynamik berücksichtigen, Umgang mit persönlichen Interessen, Konflikten
- klären, wo Neue grundsätzlich oder konkret mitarbeiten können
- klären, welche Ressourcen fehlen, wo es Unterstützung braucht
- Austausch mit anderen Gruppen, z.B. auf der Sommerakademie und auf den AktivistInnenversammlungen im Frühling und Herbst, aber auch Erfahrungsaustausch das ganze Jahr über

## **6 Kommunikation im Attac-Netzwerk**

Erfreulicherweise wächst die Zahl von Attac SympathisantInnen und Gruppen beständig weiter. Damit nimmt auch der Kommunikationsaufwand zu. Hier ein Überblick zu unserer Kommunikationsstruktur:

### **a) Mailinglisten, Newsletter**

- Alle **Attac Listen** auf einen Blick:  
Einen Überblick über sämtliche Listen (soweit sie dem Webteam gemeldet sind) findet ihr hier: [community.attac.at/teamlisten.html](http://community.attac.at/teamlisten.html)
- **Gruppenverteiler** ([attac-at-regional@listen.attac.at](mailto:attac-at-regional@listen.attac.at)):  
Dieser Verteiler ist vor allem für die Kommunikation zwischen den Regional-, Inhalts- und Querschnittsgruppen und dem Vorstand gedacht. Wichtig ist, dass aus jeder Gruppe einige Personen auf der Liste sind und die Infos, die über diese Liste laufen, an ihre Gruppe weiterleiten.
- Der **Interne Newsletter** erscheint rund fünfmal im Jahr und wird per Mail an den Gruppenverteiler geschickt. Hier haben alle Gruppen die Möglichkeit über ihre Aktivitäten (Veranstaltungen, Treffen, Gruppenprozesse...) zu informieren.

### **b) Protokolle**

Neben den Protokollen des Vorstands und den Protokollen der Gruppentreffen werden auch noch andere Protokolle, die das Webteam zugeschickt bekommt, zentral gesammelt und zwar im Intranet unter Protokolle

## **7 Rechtliches**

Die Vereinsstatuten findet ihr hier: <http://www.attac.at/ueber-attac/selbstverstaendnis/statuten.html>

## 8 Die Gruppen im Überblick

Die Arbeit von Attac basiert auf dem Engagement zahlreicher ehrenamtlicher Aktivistinnen und Aktivisten in den Attac Regional-, Inhalts- und Querschnittsgruppen.

Eine aktuelle Auflistung der zahlreichen Gruppen, Informationen, Termine und AnsprechpartnerInnen gibt es auf unserer Website im Community-Bereich:  
<http://community.attac.at/>

### **Österreichweit - die Regionalgruppen**

Die ehrenamtlichen Regionalgruppen organisieren Vorträge, Diskussionen und Aktionen, knüpfen Kontakte und organisieren Informationsstände. Die Regionalgruppen organisieren gemeinsam mit dem Büro in Wien auch Events wie z. B. die Sommerakademie und sind wichtige TrägerInnen der Attac-Kampagnen.

### **Arbeit an Themen - die Inhaltsgruppen**

Die inhaltliche Arbeit von Attac geschieht ehrenamtlich in Arbeitsgruppen, von denen es eine ganze Menge gibt. Auch sie freuen sich über Mitarbeit.

### **Für Spezialaufgaben- die Querschnittsgruppen**

Einige Gruppen haben kein spezifisches Thema, aber sie erfüllen besondere Aufgaben, die für Attac sehr wichtig sind.



## Anhang

### 1 So arbeitet Attac

#### a) Ziele

- Attac versteht sich als politische Gruppe, in der vielfältige Meinungen und Positionen Platz haben, sofern sie in einem Bezug zum erarbeiteten Grundkonsens stehen.
- Attac bringt politische Themen in die öffentliche Diskussion ein und stellt komplexe Sachverhalte in verständlicher Sprache dar.
- Attac entwickelt, lebt und vermittelt positive politische Zukunftsentwürfe.

#### b) Prinzipien

- Attac bezieht in ihre Tätigkeiten immer auch die geschlechtsspezifischen Auswirkungen politischen und ökonomischen Handelns ein und setzt die Strategie des Gendermainstreaming ein.
- Attac ist nicht auf ein bestimmtes gesellschaftliches Modell festgelegt. Wir sind parteipolitisch unabhängig. Zusammenarbeit mit Vorfeldorganisationen politischer Parteien, Organisationen und Vereinen zu Sachthemen ist möglich und erwünscht.
- Attac lernt. Wir bilden uns und einander laufend. Wir verschaffen uns Wissen darüber, wie politische Prozesse und Strukturen in Österreich, auf europäischer und internationaler Ebene funktionieren.
- Attac produziert Wissen und stellt es zur Verfügung. Attac bewegt sich damit in Rufweite des Begriffes Wissensallmende – mit der Veröffentlichung wird das Wissen zum Gemeingut von Attac. Es kann überprüft und weiterentwickelt werden. Bei der Verwendung durch Außenstehende erwarten wir eine Quellenangabe.
- Attac trifft Entscheidungen im Konsens.
- Die Arbeit in Attac ist ehrenamtlich.
- In Attac zu arbeiten soll Spaß machen.

#### c) Strukturen - innere Kommunikation - Kooperation

Attac hält die Balance zwischen Bewegung und Organisation, das heißt: so wenig organisatorische Struktur wie möglich, aber soviel wie nötig.

Alle Teilgruppen von Attac haben im Kern drei gemeinsame Aufgabenbereiche:

- Solidarität - Support der anderen Gruppen und der Gesamtorganisation
- Partizipation - Integration von AktivistInnen und Interessierten in Attac
- Verantwortung - Weiterentwicklung von Attac

#### Generalversammlung (GV)

besteht aus Mitgliedern und wählt einmal im Jahr gemäß den Vereinsstatuten den Vorstand, die RechnungsprüferInnen und das Gender-Mainstreaming-Gremium.

#### AktivistInnenversammlung (AV)

Halbjährlicher Treffpunkt der AktivistInnen aus ganz Österreich; ein Ort zur Diskussion und konsensualen Entscheidungsfindung über Inhaltsgruppen, Positionspapiere, Kampagnen und Strategien. Stimmberechtigt sind jeweils eine Delegierte und ein Delegierter aus allen aktiven Gruppen, dem Vorstand, dem Gender-Mainstreaming-Gremium.

#### Selbstverständnisseminar (SV)

dient der Diskussion der strategischen, organisatorischen und inhaltlichen Ausrichtung und Weiterentwicklung von Attac.

### **SommerAkademie (SoAk)**

Die SommerAkademie ist der Treffpunkt der Attac-Bewegung in Österreich. Eine Akademie zum Mitmachen, eine Veranstaltung für Kopf und Herz. Alle Attac-Mitglieder und Interessierte sind herzlich eingeladen. Weiterbildung und Vernetzung sind die zentralen Ziele der SOAK. Wir unternehmen gemeinsame Aktivitäten, tauschen uns mit WissenschaftlerInnen aus und machen uns einer breiteren Öffentlichkeit bekannt. Workshops und Seminare bieten Raum für Diskussion, Fragen und Kreativität.

### **Aktionsakademie (AA)**

Attac will mit der Aktionsakademie zur Förderung von Aktionslust und -erfahrung als untrennbare Schwestern von Bildung und inhaltlicher Expertise beitragen. Damit unsere politischen Kritiken und Visionen die Menschen auch erreichen und Druck zum gesellschaftlichen Wandel erzeugen.

### **European Sommer University (ESU)**

Mit der ESU schafft Attac erstmals einen Raum, um auf europäischer Ebene Wissen zu teilen, politische Diskussionen zu führen und gemeinsame Aktionen zu planen. Die Sommeruniversität ist eine einzigartige Chance, Attacies aus verschiedenen Teilen Europas kennen zu lernen, unser Wissen darüber zu schärfen, was die politische Entwicklung der unterschiedlichen europäischen Attac-Länder und -regionen unterscheidet und was sie eint.

### **Gender-Mainstreaming-Gremium (GMG)**

unterstützt das Grundprinzip der geschlechtergerechten Arbeit durch Kontakt und Unterstützung von AutorInnen und Projektgruppen. [Anm.: Derzeit ist das GMG ausgesetzt.]

### **Regionalgruppen (RG)**

arbeiten autonom mit Bezug auf den Grundkonsens und werden von Büro und Vorstand bei der Arbeit unterstützt.

### **Inhaltsgruppen (IG)**

Inhaltsgruppen können aktionsorientierte Inhaltsgruppen sein (Inhaltsrecherche, Veranstaltungsorganisation...) oder Selbstbildungsgruppen. Sie sind durch die AktivistInnenversammlung bestätigt.

### **Querschnittsgruppen (QuG)**

Einige Gruppen haben kein spezifisches Thema, aber sie erfüllen besondere Aufgaben, die für Attac sehr wichtig sind (z. B. FeministAttac, radio%attac, SambAttac, MoveAttac, kritisches Wissen, SeniorInnenAttac...)

### **Teams auf Zeit**

organisieren mit Unterstützung von Büro und Vorstand größere Veranstaltungen (z. B. Sommerakademie, Aktionsakademie), Kampagnen, Konferenzen, Projekte...

### **Büro**

mit angestellten MitarbeiterInnen (1 Person für Organisation, 1 VorstandsassistentIn, 1 PressesprecherIn, 1 GeschäftsführerIn, 1 CampaignerIn, 1 ReferentIn).  
Der/Die PressesprecherIn ist in Zusammenarbeit mit dem Medienteam und dem Vorstand für die Darstellung gegenüber den Medien zuständig.

### **Vorstand**

berät Schwerpunkte und Strategien, koordiniert die Vernetzung mit anderen Gruppen und Organisationen und steht in einem permanenten Kommunikations- und Austauschprozess mit allen Gruppen, ist gemeinsam mit dem Medienteam und der/m PressesprecherIn für die Darstellung gegenüber den Medien zuständig und führt die Geschäfte des Vereins.

### **Supportteam**

Homepage-Webteam, Grafikteam, Fundraisingteam, Medienteam

### **Supportpersonen**

unterstützen Vorstand und die Gruppen, treten als VertreterInnen von Attac als ReferentInnen auf.

**Newsletter, Mailinglisten** und **Website** unterstützen die interne Kommunikation.

## **2 Gender Mainstreaming**

### **Gender Mainstreaming innerhalb von Attac Österreich**

Frauen leisten weltweit 70% der Arbeit, verdienen 10% aller Einkommen und besitzen 1% des Kapitals. Die derzeitige neoliberale Globalisierung unterstützt die Arbeit dieser gigantischen Umverteilungsmaschinerie, indem sie die vorhandenen Ressourcen unter Zuhilfenahme der Finanzmärkte von Arm zu Reich dirigiert. Wenn Attac also für eine Umverteilung von Reich zu Arm eintritt, muss Attac auch für eine Chancengleichheit der Geschlechter eintreten.

Zur Erreichung des Ziels der Chancengleichheit wurde Gender Mainstreaming geschaffen. Gender Mainstreaming heißt, dass die Gender-Perspektive in alle Bereiche und Aktivitäten von Attac Einzug hält. Das Gender Mainstreaming Gremium ersucht daher die Attac-Gruppen, die Gender-Perspektive sowohl in ihre **inhaltliche Arbeit** als auch in ihre **Gruppenstruktur** einzubeziehen.

Das heißt konkret:

- Welche und wie viele Aktivitäten (Veranstaltungen, Grundsatzpapier etc.) der Gruppe sind genderspezifisch? Wird in allen Papieren eine geschlechtersensible Sprache verwendet? Sind in den jeweiligen Themenbereichen der Gruppe die Interessen von Frauen und die Auswirkungen auf Frauen berücksichtigt?
- Wie ist eure Gruppe im Geschlechterverhältnis zusammengesetzt? Wenn kaum oder gar keine Frauen vertreten sind, worauf führt die Gruppe das zurück? Welche Strategien gibt es, um Frauen für die Gruppe zu interessieren? Wie ist die Redezeit in der Gruppe geschlechtsspezifisch aufgeteilt? Wie sind die Tätigkeitsbereiche der Gruppe aufgeteilt? Wie werden Entscheidungen getroffen?

## **3 Regionale Medienarbeit**

### **1. WARUM UND WIE MACHEN WIR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

- Bekanntheit („Leistungen, Nutzen“)
- zur Teilnahme motivieren
- für politische Ziele werben
- um Spenden zu werben
- Mitglieder und UnterstützerInnen gewinnen

Öffentlichkeitsarbeit ist neben Bildungsarbeit zentraler Bestandteil der Arbeit von Attac um Menschen zu informieren. Je effektiver die Öffentlichkeitsarbeit umso erfolgreicher auch die Bildungsarbeit.

### **2. MITTEL FÜR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

Presseaussendungen, Pressekonferenz, Einladungen, Artikel, Gastkommentare, Protokoll, Infoblätter, Flugblätter, Internet, Intranet, Veranstaltungen, Ausstellungen, Aktionen, Newsletter.

### 3. AN WEN RICHTET SICH MEINE BOTSCHAFT – ZIELGRUPPEN/TEILÖFFENTLICHKEITEN

„Die Öffentlichkeit“ gibt es nicht. Um Ziele und Mittel richtig einzusetzen müssen wir die Öffentlichkeitsarbeit überschaubar machen. Wen will ich erreichen?

Sinnvoll ist daher eine Unterteilung in:

- interne Öffentlichkeit: Engagierte, AktivistInnen, Regionalgruppen müssen über interne Abläufe, Arbeit informiert werden → Bringschuld
- „Kern“-Öffentlichkeit (Mitglieder, SpenderInnen)
  - konkrete Angebote machen für die Mitarbeit, aber nicht zu viel verlangen
- Fach(politische) Öffentlichkeit, (ExpertInnen und MultiplikatorInnen, EntscheidungsträgerInnen)
- Medienöffentlichkeit (JournalistInnen)

unterschiedliche Öffentlichkeiten → unterschiedliche Mittel

Schwerpunkte setzen: Nicht immer kann alles mit Allen kommuniziert werden.

Mittel und Medien richtig einsetzen: zielgruppenorientiert

Teilöffentlichkeiten, Ziele und Mittel (nach N. Franck)

Teilöffentlichkeit	Angehörige	Ziele	Mittel und Medien
Interne Öffentlichkeit	Mitglieder, MitarbeiterInnen, Vorstand, AktivistInnen	Motivation, Bindung, Aktivierung, Teilnahme, Transparenz	Einladungen, Protokolle, Mitgliederzeitung, interner Newsletter, Intranet, Internet, Protokolle, Sitzungen, Versammlungen, Besprechungen
„Kern“-Öffentlichkeit	Engagierte und Interessierte, Betroffene, SpenderInnen, Angehörige, Sympathisierende, Vereine mit ähnlichen Zielen	Glaubwürdigkeit, Profil, Bindung, Aktivierung	Veranstaltungen, Infoblätter, Plakate, Anzeigen, Ausstellungen, Info-Stände, Newsletter, Zeitung, Arbeitsgruppen, Aktionen
Fach(politische) Öffentlichkeit	PolitikerInnen, Parteien, Verwaltungen, Institute, Verbände, Organisationen (und deren Medien), Fachmedien,	Überzeugung, Unterstützung, Reputation, Profil	Veranstaltungen, Fachbeiträge, Anhörungen, Stellungnahmen, Berichte, Anträge, Briefe, Newsletter, Gespräche, Verhandlungen, Internet, Streitgespräch
Medien-Öffentlichkeit	JournalistInnen, Leser, HörerInnen, Zuschauer, („allgemeine“ Öffentlichkeit)	Bekanntheit, Aufmerksamkeit, Glaubwürdigkeit, Sympathie, Unterstützung. <b>Auch:</b> Verstärkung der Ziele anderer Teilöffentlichkeiten	Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Artikel, Internet, Leserbriefe, Gastkommentare, Foto-Aktionen, Fotos, Veranstaltungen, Streitgespräch

Die Bereiche erfüllen unterschiedliche Funktionen, sind aber aufeinander angewiesen und verstärken einander.

#### 4. GRUNDLAGEN DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

- Charakter statt Werbung (sachlich) keine Übertreibungen
- Glaubwürdigkeit (Lügen verboten, verschweigen erlaubt) - Transparenz
- Unterhalten statt unterrichten
- Persönlichkeit und Wiedererkennung (Logo, Slogan)  
logo: <http://community.attac.at/intern-downloads.html>
- AdressatInnengerecht

#### 5. NACHRICHTENFAKTOREN – ANLÄSSE FÜR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT FINDEN

Medien wählen Nachrichten nach gewissen Faktoren aus:

##### 1) Aktualität und Nähe:

- Aktion vor Ort (originell oder mit großer / prominenter Beteiligung)
- Stellungnahme zu einem lokalen Thema das gerade diskutiert wird (Privatisierung, Stellenabbau...)
- Großes Thema auf regionale Ebene holen (Menschen aus unserem Ort nehmen teil, Auswirkungen auf lokale Ebene, lokale Aktion dazu)

##### 2) Prominenz:

- bekannter Besucher zu Gast (Bekanntheit ist relativ, von Gemeinderat bis ExpertIn)
- bekannte „Lokalgrößen“ werden Mitglied, kooperieren
- ...

##### 3) Neuheit:

- neue Informationen (Privatisierungspläne)
- neues Angebot (neue Gruppe)
- ...
- ...

##### 4) Jubiläen:

- X-ter Geburtstag der Regionalgruppe
- 100. Mitglied
- ...

##### 5) Konflikte/Kuriositäten:

- Kritik an Äußerungen anderer (LeserInnenbrief)
- Regelverletzung, „Widerstand“
- ...

##### 6) Human interests:

- Porträts: ältestes/jüngstes Attac-Mitglied
- Reportage: Wie wird Veranstaltung/SOAK organisiert ...

#### 6. KONTAKTE MIT JOURNALISTINNEN SUCHEN UND PFELGEN

**Die Medien verstehen. Den JournalistInnen das Leben leicht machen.**

Wichtig ist sich einen Überblick über die Medien und JournalistInnen zu verschaffen.  
Printmedien, Radios, Regionalfernsehen, APA („bundesland“@apa.at), freie JournalistInnen

Wer ist zuständig? Wer ist für meine Anliegen offen?

Übersicht: Verband öst. Regionalmedien: [www.vrm.at](http://www.vrm.at), (keine landesweiten Medien)  
„Journalistenindex“ (ca. 170,-) <http://www.journalistenindex.at>  
am besten: Zeitungen lesen!!!

Kontakte sammeln, Email-Presserverteiler für Presseaussendungen anlegen,  
dazu Kontaktliste: Name, Medium, Ressort, Mail, Tel, Notizen (Redaktionsschluss, ...)  
Presseaussendungen per Mail verschicken. Rückfragekontakt angeben!

Arbeitsweise von JournalistInnen kennen lernen:  
Redaktionstermine erfragen (übers Sekretariat): Redaktionssitzungen, Redaktionsschluss

### **Kontakt aufnehmen:**

Tageszeitungen: vormittags Recherche - daher guter Ansprechzeitpunkt, Zeit für  
Presseaussendungen, Briefe, Telefonate.  
nachmittags: schlecht weil Artikel geschrieben werden, Stress  
Wann ist Redaktionssitzung? Infos, Themen vorher anbieten

Wochen-, Monatszeitungen: Datum Redaktionsschluss erfragen:  
Informationen rechtzeitig anbieten, Geschichten langfristig planen (spez. Monatszeitung)  
Tag nach dem Redaktionsschluss ist gut: knapp davor schlecht (Ausgabe voll)  
persönlichen Kontakt suchen und pflegen („Vertrauensperson“):  
Treffen vereinbaren: „Wer sind wir, was machen wir“. Immer: Was interessiert den/die LeserIn  
→ Betroffenheit der Menschen erkennbar machen.  
Neugierde wecken, Themen und Informationen anbieten. Informationen sollen interessant und  
verarbeitbar sein. KURZ! („Brauchbare“ Texte, keine 100-Seiten-Studien sondern  
Zusammenfassungen oder Hintergrundpapiere von ca. 1-3 Seiten. JournalistInnen sind für  
interessante Geschichten dankbar. Daher ev. jemandem auch mal „exklusiv“ eine interessante  
Information zukommen lassen. Interview mit ExpertInnen anbieten/vermitteln. Pressearbeit ist ein  
Geben und Nehmen.

Service anbieten: Ev. Pressebereich auf der Homepage ([www.attac.at/presse](http://www.attac.at/presse))  
Fotos, Infos & Presseaussendungen als download.

TIMING: Entscheidend – wenn ich etwas in der Zeitung lese ist es ev. zu spät um dazu Stellung  
zu nehmen. Zeitung lesen um über aktuelle Themen Bescheid wissen und darauf reagieren.  
Themen und Schwerpunkte speziell bei Wochen- und Monatsmedien erfragen.

Im Falle von negativen Erfahrungen/Fehlern des/r JournalistIn:  
Selten steckt Absicht dahinter: Eigene Rolle hinterfragen – „Habe ich nicht eindeutig  
kommuniziert?“ Aber: Wenn etwas falsch ist auch kritisch rückmelden.  
Besser mit Ironie als verbissen...

## **7. TEXTEN FÜR DIE ÖFFENTLICHKEIT**

Wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit sind gute Texte.

Wichtige Regel: KISS: (Keep ist short and simple). Kurz ist verständlicher.  
Was kann ich weglassen? Auf das Wesentliche beschränken!

### **Kurze Wörter – kurze Sätze – kurze Texte**

#### **7.1. Kurze Wörter**

»Benutze nie ein langes Wort, wenn ein kurzes es auch tut«

Keine zusammengesetzten Hauptwörter:  
Suchthematik → das Thema Sucht  
Problemkomplexe → Probleme; Zielsetzungen → Ziele.  
Paradigmenwechsel → Umdenken, Kehrtwende, Schwenk  
Witterungsbedingungen → Wetter  
Gefährdungspotenzial → Gefahr  
Rauchentwicklung → Rauch

Alltagssprache statt Fremdwörter

Abkürzungen zumindest beim ersten Mal erklären:  
„Welthandelsorganisation (WTO)“, in Folge reicht WTO.  
sog., ca. → Ausschreiben

## 7.2. Kurze Sätze

Schachtelsätze teilen. Ideal bis 18 Wörter, nicht über 25.

Die Fähigkeit zwei Wörter als zusammengehörig zu erkennen, wie es die zwei Teile eines Verbuns sind endet bei 6 bis 7 Wörtern. Diesen Abstand auch zwischen Subjekt und Prädikat, „wer tut was“ einhalten

»In dem Magazin werden mittels modernster Internet-Technologie die Megatrends der Zukunft wie beispielsweise eine steigende Anzahl von Herz-Kreislauf-Krankheiten, ein wachsender Bedarf an hochwertigen Nahrungsmitteln und die Kohlendioxid-Problematik angesprochen.«

Auch kurze Sätze können hässlich sein (»Vor dem Verzehr vor dem Essen wird gewarnt«);

## 7.3. Kurze Texte

Mit Schwätzern und Langweilern haben Leser keine Geduld. Wenn alles gesagt ist, sollten wir die Kraft haben, aufzuhören. Füllwörter vermeiden (ja, doch, nun, sozusagen, irgendwie), ein »nämlich« oder »eigentlich« zur rechten Zeit.

Pressemitteilung: max. 30 – 40 Zeilen (A4 Seite),  
Leserbrief: Je kürzer und prägnanter desto höher die Wahrscheinlichkeit das er ungekürzt veröffentlicht wird und eigene Aussagen bleiben. (ca. 1500 – 2000 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Flugblätter, Infoblätter: keine Buchstabenwüsten – Bilder einbauen – nicht zu lange – Schrift gut lesbar/nicht zu klein.

## Texte gliedern mit Zwischentiteln

Für alle kürzeren Texte gilt: Schreckt der erste Satz wenigstens nicht ab (durch Kopfgeburten der Grammatik, Inhaltslosigkeit...), so bleibt dem Schreiber eine Chance, das Weiterlesen zu erlisten. Meist erst nach **gehört 20 Sekunden, gelesenen 350 Zeichen** fällt die Entscheidung – ein durchschnittliches Leseverhalten, das die Praxis erprobt und die Wissenschaft ermittelt hat.

## 8. GUTE TEXTE SCHREIBEN

### 8.1. Verben statt Nominalstil

Was einen Text lebendig macht sind Verben, Nominalstil (-ung, keit, heit, ion) wirkt schwerfällig  
Substantivierungen wie Zielerreichung, Kenntniserlangung daher vermeiden

Bsp.: Statt: „Nach Erreichung der hiesigen Örtlichkeiten und Besichtigung derselben war mir die Erringung des Sieges möglich.“ → „Ich kam, sah, siegte.“

**Ausweg 1:** Man setze Verben an ihre Stelle. Dass die Zusammenarbeit eine echte Materialisierung erfuhr (Managerdeutsch), ließe sich ja so sagen: dass sie sich materialisierte, zeigte, entwickelte, verwirklichte.

**Ausweg 2:** Man verwandle die hässlichen Nomina in Verben, die man einen Nebensatz anhängt Also nicht: Unsere Aufgabe ist die Lösung der anstehenden Probleme, sondern: ...ist es, die anstehenden Probleme zu lösen.

Echte Verben statt Funktionsverben:  
unter Beweis stellen → beweisen  
Beachtung schenken → beachten  
zum Vorwurf machen → vorwerfen  
sich beeindruckt zeigen → beeindruckt sein, gefallen

Keine unnötigen Vorsilben (ab-, an-)  
auffüllen, abändern, abklären, absichern

**Schwerfüßige Verben** vermeiden: durchführen und bewerkstelligen, generieren (für machen, schaffen, erzeugen, bewirken) oder implementieren (für einführen, umsetzen, verwirklichen).

## 8.2. Aktiv statt Passiv

Statt: „Der EU-Reformertrag ist von Attac kritisiert worden.“ → Attac kritisiert den EU Reformvertrag.

## 8.3. Hauptsätze verwenden

Hauptsätze sind die **kraftvollste Form, etwas zu sagen, daher:** Hauptsache in den Hauptsatz.

Statt: „Attac, das heuer seine 10. Sommerakademie in Graz ausrichtet, wird von 5000 Menschen unterstützt.“ → „Attac veranstaltet heuer die 10. Sommerakademie in Graz. Bereits 5000 Menschen unterstützen die globalisierungskritische Organisation.“

## 8.4. Nebensätze

Kraftvoll wenn sie die Wirkung des Hauptsatzes beschreiben: »Wer nicht hören will, muss fühlen«, oder: »Er schrie so laut, dass die Nachbarn...«. Auch Nebensätze, die Umstände einer Handlung benennen, »Sie ging an mir vorbei, als wäre ich Luft

### Ärgerliche Nebensätze

1. Sie enthalten eine Handlung – oder gar die Hauptsache (»Ich entdeckte, dass das Nachbarhaus in Flammen stand«
2. Sie sind um vieles länger als der Hauptsatz.
3. Nebensache ohne Bezug zur Hauptsache »In der Rolle des Hamlet brillierte wie immer Max Meyer, der fließend Chinesisch spricht.«
4. Der Nebensatz wird in den Hauptsatz hineingezwängt
5. Ein spärlicher Hauptsatz wird in einem Sumpf von Nebensätzen ertränkt

Dass ein Mann, dem man einen frühen Tod geweissagt hatte und dem es gelang, dies mit menschlicher, technischer Hilfe Lügen zu strafen, die Niederlagenstimmung der Physik überwinden half,« – nun folgt der Hauptsatz, 6 Wörter lang, »ist so erfreulich wie die Tatsache,«



»dass derselbe Mann Leuten, deren Handicap beim Verstehen des Kosmos größer ist als seines, mit Büchern wie EINE KURZE GESCHICHTE DER ZEIT zu Hilfe kam.«

» Relation Hauptsatz - Nebensatz – 6:53! Autor: vermutlich stolz. Leser: weg.

### 8.5. Konkret statt abstrakt

Konkrete Wörter haften besser. das Detail benennen, mit Sinneseindrücken versehen, »Friede den Hütten! Krieg den Palästen!«, schrien Georg Büchner und F. L. Weidig und eben nicht: Verschont die Wohnstätten der Unterprivilegierten.

Wolkenbruch ist besser als widrige Witterungsumstände und eine tiefende Nase anschaulicher als jeder grippale Infekt.

Statt: „Im Mittelpunkt stand die Schaffung einer kritischen Diskussion.“

„Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten über (Was konkret?) die immer weiter aufgehende Schere zwischen Arm und Reich (oder noch konkreter...), ...“

### 8.6. Adjektiven sparsam einsetzen

Adjektive: prüfen ob notwendig und passend (für Bewertungen, um etwas anschaulich machen) – eher sparsam verwenden – keine Übertreibungen – sparsam mit Superlativen umgehen.

Adjektive sind die am meisten überschätzte, am meisten missbrauchte Wortgattung: **Adjektive dienen der Unterscheidung** – das gelbe Kleid, nicht das rote. Wo sie einer dümmlichen Mode dienen: draußen bleiben.

**Tautologisch, doppelt gemoppelt:** harte Knochenarbeit, wichtigen Meilensteinen, einem wesentlichen Eckpfeiler, dem kritischen Hinterfragen; im Marketing vom üblichen Versprechen qualitativ hochwertiger Produkte und gezielter Maßnahmen. Aus dem Elternhaus ist das elterliche Haus geworden, aus der Schule der schulische Bereich.

Und es gibt doch so **kraftvolle Adjektive:** tückisch, hartgesotten

7. Bilder ja, Floskeln nein

Bilder schaffen Farbe: »Der Tag des Herrn wird kommen wie ein Dieb in der Nacht.« Ein »wie«, dann fünf einsilbige Wörter – das gibt ein Bild: So macht man das.

Abgedroschene Vergleiche wie den von der »Spitze des Eisbergs«; die »Kältewelle«, die Todesopfer »fordert«;

Auch Redensarten schläfern ein: ins Fettnäpfchen treten, den Gürtel enger schnallen, das Handtuch werfen aus dem Nähkästchen plaudern, aus allen Nähten platzen, das Tanzbein schwingen, unter den Teppich kehren, aus allen Wolken fallen. Solche Sprachklischees sind bei Werbeagenturen ausdrücklich verboten;

Aber wer's kann: Klischees zerbrechen. »Verrückt ist er nicht. Aber die Tassen in seinem Schrank werden weniger.«

### 8.8. Mit Satzzeichen Musik machen

Rousseau hätte seinen GESELLSCHAFTSVERTRAG natürlich so eröffnen können: »Der Mensch ist frei geboren.« Aber er setzte den Punkt erst, nachdem er eine Spannung aufgebaut hatte: »...

ist frei geboren und liegt doch überall in Ketten.« Messen Sie, ob Sie schon genug gesagt haben, damit der Leser Ihren Punkt nicht als Einladung zum Aufhören benutzt.

Der Strichpunkt gibt das Signal: Hole kurz Atem – aber zu Ende ist mein Gedanke nicht!

### 8.9. Vorangestellten Attribute vermeiden

eine ohne Prüfung der objektiven Tatsachen voreilig gefasste oder übernommene, meist von feindseligen Gefühlen gegen jemand oder etwas geprägte Meinung«.

»Die fast ausschließlich ästhetisch argumentierende und ob der Koproduktion von naturgemäß hehrem Kino und selbstredend unfeinem Fernsehen pikiert die Nase rümpfende Kritik...« 20 Wörter zur näheren Bestimmungen einer unbekanntes Sache,

Besser: »Eine Kritik, die...«

### 8.10. Konjunktive vermeiden

„Es wäre wichtig, dass ... „→ Es ist wichtig, dass; wir benötigen unbedingt...

## 9. INHALT / AUFBAU EINER PRESSEAUSSENDUNG

Pro Presseaussendung EINE zentrale Botschaft.

„Die sechs W“ müssen enthalten sein.

**Wer – Was – Wo – Wann – Wie – Warum**

Aufbau: Titel – Untertitel – Text

„AHA“: Aufmerksamkeit – Hauptsache – alles weitere.

Titel muss Interesse wecken, Orientierung bieten, „Botschaft in einem Satz“.

Presseaussendungen werden von hinten gekürzt. Daher:

Das Wichtigste (WESENTLICHE, AUßERGEWÖHNLICHE) an den Beginn.

Die „6 W“ nach Wichtigkeit ordnen: Welches W ist „am stärksten“ – siehe Nachrichtenfaktoren.

Was ist meine wichtige Botschaft. UND:

Was ist für den/die Leser/in interessant – ev. Wie ist er/sie betroffen.

**In der Regel ist das Warum interessanter als das Wer und wann... (Ausnahmen)**

Stil: nicht zu reißerisch. Sachlich, keine Übertreibungen, sparsam mit Superlativen.

Zitate einbauen. „...“ erklärt XY von Attac.“ So können Wertungen und „knackige Zitate“ eingebaut werden.

Falls nötig Kontext zu vergangenen Ereignissen herstellen, aber nicht berichten, was berichtet wurde, bekannt ist. „Hintergrund: ....“ Allgemein zu informieren ist Aufgabe der Zeitungen. Was ist MEINE Botschaft → in den Vordergrund.

Fotos wenn möglich! Gute Bilder erhöhen die Chance auf Veröffentlichung und die Aufmerksamkeit bei LeserInnen: Zuerst geht der Blick aufs Bild – dann auf die Bildunterschrift – dann auf den Text.

## 10. INTERVIEWS GEBEN

**Vorbereitung:**

Nicht: Was könnte ich gefragt werden?

Sondern: Was will ich sagen, was soll unbedingt vorkommen!

Vorher die Fragen oder zumindest das Thema mit dem/r InterviewerIn so genau wie möglich besprechen / erfragen.

Vorbereitungszeit nehmen – nicht überrumpeln lassen. Am Telefon fürs Radio: Fragen klären – Telefoninterview nach Kurzvorbereitung 10 – 15 Minuten später führen)

Vorher absprechen ob ihr das Interview vor dem Abdruck noch sehen könnt um allfällige Richtigstellungen zu machen.

Selbstvertrauen ist wichtig. Die ExpertInnen seid ihr. Einfache Sprache (wie mit 14jährigen, wie mit der Oma) wählen - wiederum: kurze Sätze und keine zu langen Antworten.

### **Was ihr nicht auf den Punkt bringt, wird der/die Journalistin nicht für euch tun!**

Daher: Unbedingt vorher die Hauptaussage überlegen. Was ist mir am wichtigsten, was will ich unbedingt anbringen. (Ev. auf max. 3 Hauptbotschaften erweitern)

Unabhängig von den Fragen müssen die Themen platziert werden. Dennoch auf die Frage eingehen: Kurze Antwort, dann: „Entscheidend erscheint mir aber... ; Viel wichtiger ist aber meiner Meinung nach, dass...“

Pro Antwort eine Botschaft:

Z. B. 3 Satz Modell: ISK: Ist – Soll – Konsequenz:

„Das Problem ist....; Wichtig ist, dass....; Daher fordern wir, dass....!“

Gerade in TV oder Radio Situation sind kurze Antworten noch wichtiger. Sonst wird ev. das für euch wesentliche rausgeschnitten.

Sprich **pro Antwort** zu **einer Sache**, erkläre sie (erkläre die Begriffe/Fremdwörter (WTO, IWF, Finanztransaktionssteuer...) bring bestenfalls ganz konkrete Beispiele (mit Namen, sparsam mit Zahlen umgehen). Wiederhole die zentrale Aussage am Schluss noch einmal!

Fürs Fernsehen: Keine Kleidung die von den Inhalten ablenkt: nix klein gemustertes kariertes oder zu auffälliges (außer es hat was mit dem Inhalt zu tun → bei Aktion...) Eher nicht schwarz oder ganz weiß. Wie ihr euch wohl fühlt.

## **11. PRESSEKONFERENZ**

Nur zu wichtigem Ereignis um komplexere Botschaften zu vermitteln. Mehr Infos gern auf Anfrage.

Für Fragen und weitere Infos steh ich gern zur Verfügung!

David Walch, Attac Pressesprecher

01 / 544 00 10, presse@attac.at, www.attac.at/presse

## 4 Checkliste Veranstaltungen

**Allgemeines:** Aufgabenteilung in der Gruppe klären und kommunizieren!

### Vorbereitung

**Termin:** Terminkollisionen mit anderen Veranstaltungen vor Ort, die sich an dasselbe Zielpublikum richten, vermeiden!

**Ort:** Veranstaltungsraum klären (Kosten, Erreichbarkeit...), Raumausstattung vorher festlegen (Computer, Beamer, Flipchart, Kopierer, Aufnahmemöglichkeit...)

**Format** festlegen: Podiumsdiskussion, Vortrag, Film & Diskussion, "Forum", "Essen & Inhalt"

**Kooperationen:** mit Kinos, anderen Initiativen, Buchhandlungen, Schulen...  
Medienkooperation, evtl. ModeratorIn von lokalen Medien

Rechtzeitig klären, wer sich um ReferentInnen kümmert: z. B. Abholung von Bahnhof, Unterbringung (auf political correctness der Unterkunft achten, evtl. NGO-Spezialpreis für Unterkunft aushandeln)

### Bewerbung

Mail, KooperationspartnerInnen, Plakate, Flyer, regionale Medien, Kinospots...  
Auf Website Informationen zu Datum, Ort, Anreise, Anmeldung, Programm... online stellen

### Durchführung

- als Attac präsent sein!
- Attac vorstellen, InteressentInnenlisten durchgeben und dies öffentlich ankündigen, Spendenbüchse ausstellen, auf kommende Attac-Veranstaltungen hinweisen#
- Infotisch (Standardfolder, Positionspapiere, Jahresberichte, aktuelle Kampagnenmaterialien; Einziehungsaufträge und Erlagscheine)
- Attac-Fahnen aufhängen
- Wenn Materialien verkauft werden (Bücher, T-Shirts, DVDs...): versperrbare Kasse und Kassabüchlein mitnehmen
- Fotos (rechtzeitig klären, wer fotografiert); Film- und Tonaufnahmen machen
- abschließend Getränke und Knabberereien anbieten (Verpflegung auch vegetarisch, ökologisch rechtzeitig klären), Büchertisch

### Nachbereitung

Feedback über Veranstaltung; Einziehungsaufträge verlässlich ins Büro schicken, ebenso die Listen (mit Datum und Anlass) für die Datenbank (Mitglieder/InteressentInnen)

Audio-Mitschnitt an radio%attac schicken

Auf Website dokumentieren (Fotos, kurzer Bericht), Beitrag für internen Attac-Newsletter

## 5 Checkliste Aktionen

### a) Für alle Aktionen

- Idee für Aktion (möglichst zu einem Anlass)
- Es gibt auf der Attaktionen-Seite den Punkt Materialien ([community.attac.at/attaktionenmaterial.html](http://community.attac.at/attaktionenmaterial.html)). Dort gibt es verschiedene Dokumente, wie z.B. eine Zusammenstellung von Aktionsformen. Des Weiteren noch eine Linkliste mit Websites zu anderen aktionsreichen Organisationen.
- Entscheiden, ob die Aktion eine ⇒ PassantInnenaktion wird. ⇒ richtig spektakuläre Medienaktion wird, so dass auch wirklich JournalistInnen kommen. ⇒ Fotoaktion wird, wo es nur darum geht, ein Foto zusammenzubringen, das dann mit einer Presseaussendung ausgeschickt wird und eher keine JournalistInnen hinkommen werden. ⇒ Aktionen mit Medien und PassantInnen lassen sich eventuell auch verbinden.
- Termin, Ort festlegen
- „Was wird gebraucht“-Liste erstellen, Termin und Ort zum Basteln festlegen
- Zuteilen, wer was besorgt und zum Basteln mitbringt
- Attac-Schriftzug unterbringen (mehrere Fahnen, groß sichtbar, alle AktivistInnen Attac-T-Shirts o.ä.)
- Falls ihr Medien dabei haben wollt, dann meldet euch am besten bei dem/r PressersprecherIn. Eigene persönliche Kontakte solltet ihr aber auch nutzen.
- schauen, dass Presseaussendung gemacht wird (auch bei PassantInnenaktion! irgendwelche Fotos gibt es immer!)
- Anmeldung: Platz genau spezifizieren
- Falls ihr auf der Straße etwas veranstalten wollt, dann wäre es gut die Aktion als Kundgebung anzumelden. Wie das geht steht auch auf der Attaktionen-Seite unter dem Punkt Materialien. Es gibt schon vorgefertigte Formulare. So eine Anmeldung faxt ihr an die Polizei. Die Bestätigung vom Fax solltet ihr dann bei der Aktion dabei haben.
- Leute, die hinkommen und mitmachen, auftreiben (ankündigen über Listen etc.)
- Person, die Überblick bewahrt, und ganz offiziell die Überblicks-Person bei dieser Aktion ist, bestimmen! Rollen klar verteilen – wer hat Überblick und macht Regie, wer führt aus.
- Überlegt euch gut, was ihr machen wollt. Jede und jeder sollte über die Aktion und über das inhaltliche Thema Bescheid wissen und darüber reden können.
- Fotografln auftreiben oder selbst Kamera mitnehmen.

### b) Medienaktion

- Checken, ob Parallelveranstaltungen angesetzt sind
- Diese nützen! (wenn José Bové in Wien ist und dort alle Medien sind ⇒ dort Aktion machen; oder bei gegensätzlichen Veranstaltungen „zufällig“ dort eine Aktion machen)
- Auf dem Bild sollten Menschen sein und nicht zu viel Pappe
- PressesprecherIn macht Presseeinladung
- Taschen und andere Dinge, die nicht gebraucht werden, wegräumen - sollen nicht auf Foto oder Film zu sehen sein.

### c) PassantInnenaktion

- Flyer gestalten (nicht zu voll, nicht zu textlastig)
- fertige Flyer können im Büro kopiert werden, müssen rechtzeitig abgeholt werden.
- Inhalte gut vorbereiten, um mit PassantInnen über das Thema reden zu können!
- eventuell Kaffeestand o.ä. aufbauen (klären, wer die Vorbereitung macht!)
- Attac-Infotisch - 2 extra Leute einplanen, die nur dafür zuständig sind.
- Infostand-Materialien im Büro bestellen und rechtzeitig abholen
- KommentatorIn engagieren – hat sich bewährt!
- Musik und Strom organisieren falls notwendig
- längeren Zeitraum festsetzen (Auf- und Abbauplan einplanen)

### **Banner und Poster**

Sie erregen Aufmerksamkeit. Ein großes Banner lässt sich leicht mit einem Beamer oder einem Overhead malen: Das Banner auf einer Wand befestigen, mit dem Beamer oder Overhead den vorgefertigten Text darauf projizieren, dann mit Bleistift am Banner nachziehen. Anschließend das Banner auf den Boden legen und mit Farbe ausmalen. Das geht z.B. mit wasserfester (wichtig falls es regnet) Dispersionsfarbe.

Achtung: Plakate sollen nicht zu voll sein, Schrift groß genug machen, Windlöcher in die Transparente schneiden

### **Polizei**

Wenn die Kundgebung angemeldet ist, schaut manchmal die Polizei vorbei und will dann wissen, wer zuständig ist. Das müsst ihr bereits in dem Fax an die Polizei bekannt geben. Einfach nett sein und erklären, was ihr macht.

### **d) Aktionsmaterial**

Es gibt im Attaktionen-Wiki den Punkt „Bestandsliste“. Die Liste ist zwar nicht ganz aktuell, aber sicherlich hilfreich. Kontakt ist das Büro ([verwaltung@attac.at](mailto:verwaltung@attac.at)).

### **e) vor Ort**

- Zeit nehmen, gute, gestellte Fotos zu machen!
- **PassantInnen sollten aktiv angesprochen werden.** Ihr könnt Flyer verteilen, ein Spiel spielen oder lustige Sprüche verwenden. Der richtige Ort ist entscheidend. Achtet darauf, dass auf touristisch interessanten Plätzen natürlich viele Menschen unterwegs sind, die deutschsprachige Flyer und Slogans vielleicht nicht verstehen.

### **f) danach**

- darauf achten, dass (auch wenn es nicht direkt eine Presseaktion war) die/der PressesprecherIn Fotos bekommt
- eine Presseausendung soll rausgehen
- nachbesprechen und Verbesserungen aufschreiben
- Bericht schreiben und an andere Gruppen schicken – vielleicht wollen sie etwas Ähnliches machen
- Fotos, Videos, Tonmitschnitte der Aktion dem Büro und Newsletter-Team mitteilen

### **g) Sonstiges**

- evtl. bei JournalistInnen anfragen, wann und wo sie einen Bericht unterbringen können
- evtl. vor Veranstaltungen kurze Aktionen machen
- Medien gezielt ansprechen (FM4, Okto, Puls TV)
- auch eine Möglichkeit: Kooperationen mit (lokalen) KünstlerInnen

## 6 Finanzen

Für die Umsetzung von Aktionen im Sinne der Attac Themen und Anliegen kann auch auf finanzielle Mittel der Organisation zurückgegriffen werden. Die Ausstellung der benötigten finanziellen Mittel liegt zuerst im Aufgabenbereich der Gruppe (zB Spenden bei Veranstaltungen einnehmen, Mitglieder werben, kostengünstige Varianten überlegen, etc) und falls es finanzielle Mittel des Vereins braucht, ist jedenfalls Rücksprache mit dem Attac Büro zu halten ist - um gemeinsam die beste Vorgehensweise und eine Lösung zu finden.

### **Mitgliedsbeiträge**

Da unsere Mitglieder in einer zentralen Datenbank erfasst werden (was für die Kommunikation – GV, Jahresbericht, Einladungen, Aufforderung zur Bezahlung des Mitgliedsbeitrags, usw. – unerlässlich ist) sind neu gewonnene Mitglieder (alle Daten, Unterschriftenlisten) unbedingt dem Attac Büro zu melden/übermitteln und die Mitgliedsbeiträge über das Attac Konto abzuwickeln. Die Abwicklung von Mitgliedsbeiträgen über eigene Bundesländerkontos ist nicht zulässig, auch aus vereinsrechtlichen Gründen ist eine Mitgliedschaft nur bei Attac Österreich (und nicht bei einer Regionalgruppe) möglich. (Selbstverständlich könnt ihr jederzeit Datenbankauszüge eurer Bundesländer/Regionen im Büro anfordern. Das sollte innerhalb weniger Tage funktionieren.)

### **Spenden und Fundraising vor Ort**

Barspenden, die vor Ort eingehen (z.B. bei Infotischen, Festen o.ä.), Gelder aus regionalen Fundraising-Aktivitäten sowie direkt und explizit einer bestimmten Regionalgruppe gewidmete Spenden kommen der jeweiligen Regionalgruppe zu Gute. Vortragshonorare gehen ebenso an die Regionalgruppe des/der ReferentIn. Attac-Rechnungen, Spendenbestätigungen etc. dürfen nur über das Attac Büro in Wien ausgestellt werden. Bitte wendet euch bei Fragen an das Attac Büro in Wien bei Monika (verwaltung@attac.at)

### **b) Vorschlag zum Finanzausgleich**

Über den „Finanzausgleich“ können vom Attac Büro finanzielle Mittel zur Unterstützung der Arbeit in den Attac Gruppen bereitgestellt werden. Auf die Kostenübernahme besteht kein prinzipieller Anspruch, sondern er soll den Attac Gruppen zur Realisierung ihrer Aktivitäten dienen, wenn sonst keine Finanzierung/Abdeckung der anfallenden Kosten möglich ist. Wenn eine Gruppe zur Durchführung ihrer Aktivitäten Geld braucht, sollen folgende Schritte sequentiell versucht werden:

- Schritt 1: Überprüfung der Aktivität nach kostenschonenden Realisierungsvarianten – vielleicht lässt sich die Aktivität auch mit viel weniger Finanzbedarf durchführen?
- Schritt 2: lokales/regionales Fundraising: Geldspenden oder auch Sachspenden, die die Durchführung der Aktivität ermöglichen. Eine goldene Regel des Fundraisings lautet: „Nur wer nach Unterstützung fragt, wird sie auch bekommen“. Zu oft ist man versucht anzunehmen, dass man ohnehin keine Unterstützung bekommen wird, und fragt daher erst gar nicht einmal an. Die Praxis zeigt: Wer nach Unterstützung fragt, wird sie auch bekommen!
- Schritt 3: Fundraising-Unterstützung durch das Büro: Um lokales/regionales Fundraising zu betreiben, hilft oft schon einmal ein Gespräch mit dem Büro – hier laufen viele Informationen aus verschiedensten Gruppen zusammen, und einige gute Tipps zum Fundraising könnten schon den entscheidenden Schritt weiterhelfen.
- Schritt 4: Anfrage auf Übernahme der Kosten durch Attac – Achtung: hier ist in den meisten Fällen eine Abstimmung mit den anderen Gruppen im Bundesland notwendig – die Finanzausgleichsbudgets werden pro Bundesland festgelegt. Die Regionalgruppen sollen sich dabei dezentral koordinieren – das Büro soll nicht die regionale Handhabung des Finanzausgleichs verantworten.

**Berechnungsmodus** (Details siehe Regelsammlung)

Ein Teil der Mitgliedsbeiträge gewichtet nach Bevölkerungsgröße von natürlichen Mitgliedern des Vorjahres kommen in einen (virtuellen) Topf auf den die Regionalgruppen zugreifen können. Jedem Bundesland mit aktiver Regionalgruppe steht jedenfalls ein Sockelbetrag von 500,- € zu.

Jede Regionalgruppe hat – **in vorheriger Absprache mit dem Attac Büro** – Anspruch darauf, Rechnungen in Höhe des vereinbarten Betrages im Laufe des Jahres an das Büro zur Begleichung oder Rückvergütung zu senden. Diese Übernahme von Rechnungen erfolgt in Reihenfolge des Eintreffens im Büro bis zu dem für das Bundesland festgelegten Betrag. Wenn in einem Bundesland mehrere Gruppen tätig sind, sollten diese die Übernahme von Rechnungen intern abstimmen.

Inhaltsgruppen steht grundsätzlich ein Anteil an der Summe jenes Bundeslandes zu, in dem sie tätig sind. Hier schlagen wir individuelle Absprachen in den Bundesländern unter Berücksichtigung von laufenden Aktivitäten, geplanten Projekten und vorhandenen Mitteln vor. Der österreichweiten Querschnittsgruppe feministAttac steht ein Sockelbetrag von 500,- € zu. Wenn in einem Bundesland feministAttac als lokale Gruppe vertreten ist, wird der Betrag dieses Bundeslandes um 20% aufgestockt, die feministischen Aktivitäten dieser feministAttac Gruppe bzw. der Regionalgruppe gewidmet sind. Wir schlagen dabei sinnvollerweise Absprachen und möglichst enge Kooperation vor!

Für den Ausbau unseres Aktivitätsniveaus auf Dauer benötigen wir weiterhin eine Stärkung sowohl der Mitgliederbasis als auch unserer Einnahmen. Eine gute Entwicklung der Einnahmenseite wirkt auf die Durchführung und optimale Unterstützung der Projekte, Kampagnen und Veranstaltungen. Mittel aus dem Finanzausgleich sollten daher nur in Anspruch genommen werden, wenn dies wirklich notwendig ist (keine Chance auf lokales Fundraising). Gleichzeitig kann natürlich für Projekte, deren Kosten den garantierten Anteil am Finanzausgleich überschreiten, und die nicht durch lokal aufzubringende Mittel finanziert werden können, um zusätzliche Unterstützung aus Bundesmitteln angesucht werden. Um gemeinsam befriedigende Lösungen zu finden und gute Projekte nicht am fehlenden Geld scheitern zu lassen, bitten wir, derartige Ansuchen möglichst langfristig mit dem Vorstand abzuklären. Bei fehlender Absprache können wir keine automatische Ausfallhaftung übernehmen.



## 7 Rechtsextremismus

### Attac und Rechtsextremismus. Ein Leitfaden.

Die globalisierungskritische Bewegung reagiert auf die Unzufriedenheit der Menschen mit der Entwicklung des Kapitalismus. Abgesehen davon hat sie aber wenig Gemeinsames. Attac tritt dafür ein, dass alle Menschen auf der Welt ihr Leben selbst bestimmen können, die Gesellschaft gemeinsam gestalten und weltweiten Wohlstand genießen. Deshalb lehnen wir Nationalismus, Rassismus und Sexismus ab. Insofern ist Attac politisch links.

In Österreich ist Rechtsextremismus ein großes Problem. Er hat einen Anteil von ungefähr 15%. Rechtsextremismus bedeutet, dass eine Position zugleich autoritär, rassistisch und antisemitisch ist. In Österreich gibt es ungefähr 70% autoritär eingestellte Menschen, 45% RassistInnen und 30% AntisemitInnen. Nur Polen hat in Europa noch höhere Antisemitismuswerte. Neonazismus ist in Österreich strafbar, Rechtsextremismus hingegen nicht.

#### Was vor der Globalisierungskritik war

Die Globalisierung macht viele soziale Probleme. Rechte und Linke antworten darauf sehr verschieden. Viele dieser Antworten gehen auf die letzte große Krise des Kapitalismus zurück. Sie hat in den dreißiger Jahren des 20. Jahrhunderts stattgefunden. Die wichtigste rechtsextreme Strömung war damals der „National-Sozialismus“ (NS). Er war eine Vermischung von rechten, nationalistischen und linken, sozialistischen Positionen. Die Globalisierung erinnert zum Teil sehr an die dreißiger Jahre. Gemeinsame Merkmale sind: Arbeitslosigkeit, Verschuldung, Spekulation, Krieg, Verunsicherung der Menschen, Ohnmachtsgefühle, staatliche Finanzierungsprobleme und wirtschaftliche Instabilität. Wir müssen deshalb aufpassen, wie wir die Globalisierung kritisieren und welche Lösungen wir vorschlagen. Ansonsten können wir gegen unseren Willen in rechtes Fahrwasser kommen.

Die Krise der dreißiger Jahre wurde vom Rechtsextremismus so erklärt: „Gewissenlose, gierige Spekulanten“ und „arbeitsscheue Schmarotzer“ hätten die „Volkswirtschaft“ ruiniert. Die Ursache der Arbeitslosigkeit wäre ein böses, gieriges, unproduktives, internationales, großes, „raffendes Kapital“. Zugleich gäbe es ein gutes, ehrliches, produktives, nationales, kleines, „schaffendes Kapital“. Der Rechtsextremismus war vom Wahn besessen, dass es eine „Weltverschwörung“ von Jüdinnen und Juden gäbe, die nach „Weltherrschaft“ strebe und auf „dem Materialismus beruhe“. Sie wäre die Ursache für Krieg und Konkurrenz. Der NS strebte nach einer „Brechung der Zinsknechtschaft“. „Ehrliche Arbeit“ und „deutsches Unternehmertum“ sollten sich „wieder lohnen“. Der NS hat sich selbst als Gegner sowohl des Liberalismus bzw. Kapitalismus als auch des Marxismus bzw. Kommunismus gesehen. In Wahrheit wollte er jedoch einen Kapitalismus ohne die Probleme des Kapitalismus, nämlich Konkurrenz, Arbeitslosigkeit, Kriege, Unfreiheit, Ohnmachtsgefühle, Unternehmensmacht und Wirtschaftskrisen.

Der Antisemitismus äußert sich nach 1945 meist nicht mehr offen, sondern verwendet Andeutungen und Anspielungen. Anstelle von „Juden“ werden die Worte „Wall-Street“, „Ostküste“ oder „Hochfinanz“ verwendet bzw. jüdisch klingende Namen zitiert. Mit den Worten „heimatlos“ und „wurzellos“ beschreiben AntisemitInnen die Juden und Jüdinnen. „Wurzellooses Kapital“ ist daher eine Anspielung auf „jüdisches Kapital“. Der Antiamerikanismus ist zum Teil ein Deckmantel für den Antisemitismus oder kann leicht in ihn umkippen.

#### Was wir bedenken sollten

Attac hat als Bewegung gegen die liberalisierten Finanzmärkte, auf denen mit Geldkapital gehandelt wird, begonnen. Diese bestimmen immer mehr die nationale Wirtschaftspolitik. Sie gefährden auch die Stabilität der Weltwirtschaft. Diese Feststellungen sind richtig. Sie sind aber nicht die Ursache der Probleme. Denn die Finanzmärkte haben sich aufgebläht, weil in der

Warenproduktion nicht mehr genug Profit gemacht werden konnte. Manchmal werden die Finanzmärkte sehr betont oder gar als Problemursache gesehen und andere Aspekte der Globalisierung vergessen. Solche Positionen sind für Berührungen mit dem Rechtsextremismus anfällig. Sie stärken rechtsextreme Ideen, ohne dass wir das wollen. Die Krise der Globalisierung kann noch schlimmer werden. Vieles deutet darauf hin. Auch eine neue Weltwirtschaftskrise ist nicht auszuschließen. Die Kritik der Finanzmärkte könnte dann leicht ganz anders interpretiert werden als wir das jetzt tun. Nämlich so ähnlich wie in den 30er Jahren. Das ist bei dem hohen Antisemitismus- und Rechtsextremismusanteil in Österreich und anderen Staaten leider wahrscheinlich.

Problematisch ist es, die „guten“ Nationalstaaten gegen die „bösen“ internationalen Konzerne auszuspielen. Denn beide arbeiten ganz eng zusammen, auch auf europäischer Ebene. Die Globalisierung beruht nicht auf einer Verschwörung der „Mächtigen und Herrschenden“. Sondern sie ist der misslungene Versuch der Staaten und der Unternehmen (oft unter Mithilfe der Gewerkschaften), die Wirtschafts- und Gesellschaftsprobleme der 70er Jahre zu lösen, vor allem die zu geringen Profite zu erhöhen.

Gier spielt im Kapitalismus keine zentrale Rolle. Der Druck zur Profitmaximierung ergibt sich aus der Konkurrenz um den Profit. Dieser Mechanismus zwingt zum Beispiel dazu, Menschen zu entlassen, wenn nicht genug Profit erwirtschaftet wird. Er führt auch zu anderen Problemen wie der Naturzerstörung und der Schuldenkrise in der Dritten Welt. In diesem Sinne gibt es im Kapitalismus also tatsächlich „Sachzwänge“. Sie bestimmen letztlich das Handeln der Unternehmen und Wirtschaftslobbys. Sie setzen den Nationalstaaten Grenzen. Anders als Rechtsextremismus und Neoliberalismus meinen, sind diese aber nicht naturgegeben, sondern überwindbar.

In jeder Wirtschaftskrise tendieren die Staaten dazu, autoritär zu werden. Denn der Staat bekommt die Mittel für sein Handeln (Politik) nur aus einem funktionierenden Markt. Um die Wirtschaft in einer Krisensituation am Laufen zu halten, müssen die Beschäftigten, aber auch die Unternehmen gegen ihren Willen diszipliniert werden. Oft gibt es in so einer Situation staatliche „Beschäftigungsprogramme“ mit vielen negativen Folgen. Auch rassistische Parolen werden dann häufiger. Sie dienen dazu, den eigenen, nationalen Arbeitsmarkt gegen Billiglohnländer abzuschotten. Damit das System nicht gefährdet wird, neigen Beschäftigte, Staaten und Regierungen in Krisensituationen dazu, die Aggressionen auf Sündenböcke abzulenken. Unter Sündenböcken werden einerseits „Schmarotzer“ am „Gemeinwohl“ und an „der Arbeit anderer“ verstanden, das heißt also sehr arme und sehr reiche Menschen. Andererseits richtet sich der Hass gegen „Verschwörungen“ von „Mächtigen“, die „hinter den Kulissen“ angeblich „die Fäden in der Hand“ halten. Solche Sichtweisen sind für Antisemitismus sehr gefährdet bzw. oft verdeckt antisemitisch.

Es ist also besser, dem Staatsapparat grundsätzlich kritisch gegenüberzustehen. In einer großen Krise ist es notwendig, die Kooperation aller Menschen jenseits von Erwerbsarbeit und staatlichen Beschäftigungsprogrammen zu entwickeln.