



Was es für eine gute Kampagne braucht?

*Sandra Hieke,
Greenpeace
Winterkolloquium
Freiburg 25.01.2018*

GREENPEACE

www.greenpeace.de

Was es für eine gute Kampagne braucht?

Ich hab' mal nachgefragt:

- „Gute Campaigner!“
- „Gute Inhalte!“
- „Gute Bilder“
- „Leute, die mitmachen!“
- „Ressourcen“
- „Den richtigen Zeitpunkt?“
- ...



Was ist eine Kampagne?

- „Feldzug“
- **Kampagne:** will Menschen erreichen, um Bewusstseins- oder Verhaltensänderung herbeiführen/ gesellschaftliche oder politische Prozesse zu beeinflussen
- **Werbung:** will Bewusstsein des Menschen erreichen, um ein Produkt zu verkaufen/ Gewinnmaximierung herbeiführen



Greenpeace ist eine Kampagnenorganisation

- 1971 im kanadischen Vancouver gründet sich Greenpeace.
- Keimzelle: **"Don't Make a Wave Committee"**
- Eine Hand voll Umweltschützer sticht am in See, um amerikanische Atomwaffentests vor Alaska zu verhindern.
- 1972 Ausweitung des Widerstands auf französische Atomtests im Südpazifik.



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Greenpeace Deutschland



- Seit 1980
- Erste Aktion in der Nordsee gegen Kronos-Titan, die im Auftrag der Bayer AG Dünnsäure (verdünnte Schwefelsäure) ins Meer pumpt.
- 1981 Auftakt der Chemie-Kampagne: Zwei Aktivisten verharren 26 Stunden auf dem 35 Meter hohen Schlot der Firma Boehringer, die unter anderem Lindan-haltige Pestizide herstellt. Und Luft, Wasser und Böden mit Dioxinen und anderen hochgiftigen Chemikalien verseucht.
- 1984 schließen die Behörden Boehringer.

Greenpeace Deutschland heute



Gründer von Greenpeace in Deutschland 1981
(von links): Heinrich Bauer, Gerhard Wallmeyer,
Monika Griefahn, Harald Zindler, Wolfgang Fischer,
Gerd Leipold und Rex Haas

- Einnahmen: 56 Mio. EUR
- Förderer: ca. 580.000
- 100 Gruppen/ 5000 Ehrenamtliche
- 186 volle Stellen/ 237 Mitarbeiter
- 47 Büros weltweit; starkes Wachstum in China, Indien
- Themen: Klima- und Energiepolitik, Wald- und Meeresschutz, Landwirtschaft, Chemie

GREENPEACE

www.greenpeace.de



Stand 6/2015



- | | |
|---|--|
| 1 Kanada | 16 Italien |
| 2 USA | 17 Griechenland |
| 3 Mexiko | 18 Russland |
| 4 Andino
Argentinien, Chile,
Kolumbien | 19 Mittelmeer
Israel, Jordanien,
Libanon, Malta, Türkei |
| 5 Brasilien | 20 Afrika
Demokratische
Republik Kongo,
Kenia, Republik Kongo,
Senegal, Südafrika, |
| 6 Nordic
Dänemark, Finnland,
Norwegen, Schweden | |
| 7 Großbritannien | |
| 8 Deutschland | |

Rahmen für Greenpeace Kampagnen-Arbeit

- Klimawandel
- Artenvielfalt
- Konsum- und Wachstumsfragen

Energiewende
(Verkehr/ Kohle),
Meere, Wälder,
Landwirtschaft,
“Endlager Umwelt”



Visuelle Darstellung der „planetary boundaries“ nach [Johan Rockström](#) et al. 2009, Illustration Felix Müller „zukunft-selbermachen.de“, https://de.wikipedia.org/wiki/Planetary_Boundaries

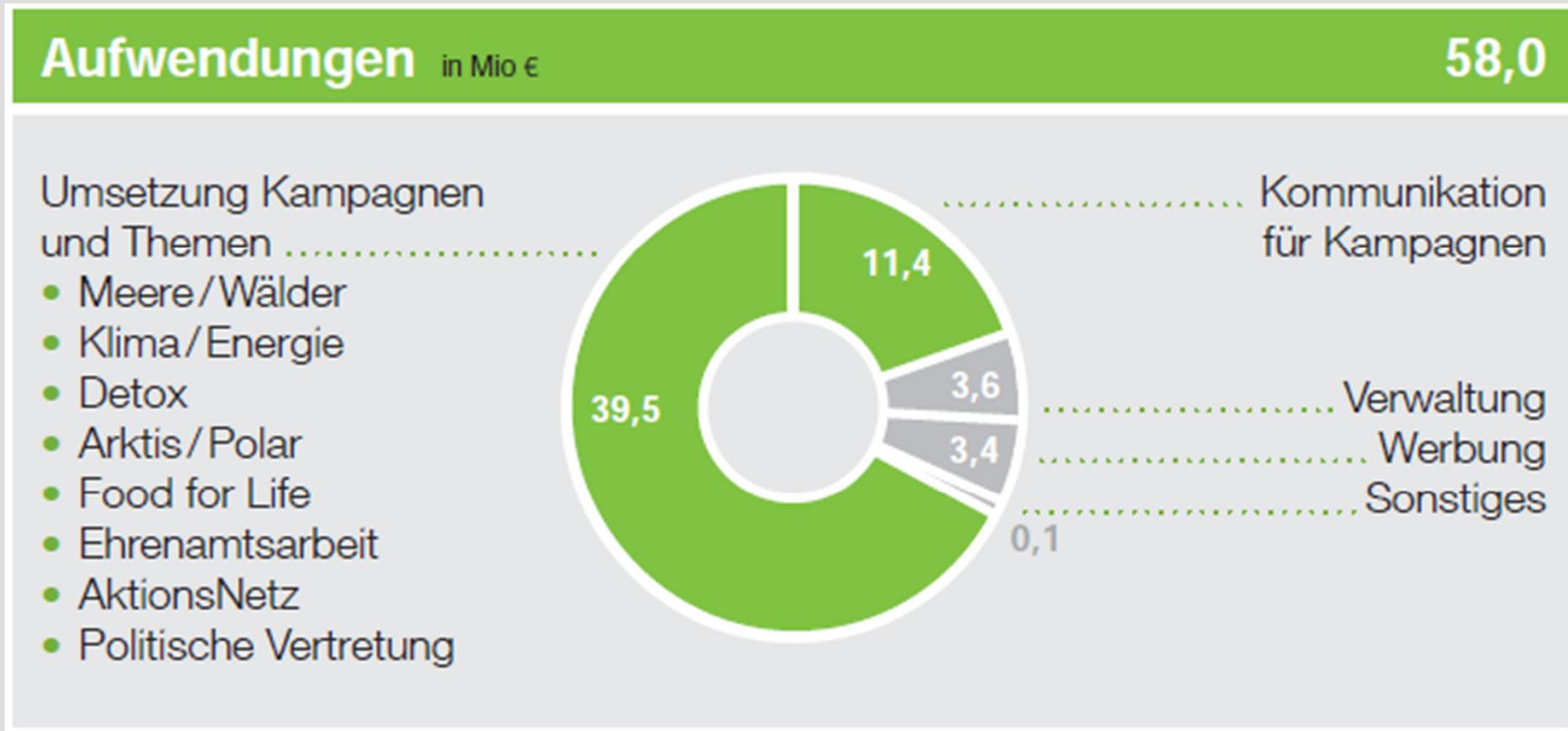
GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wie arbeitet Greenpeace?

- ***FRIEDLICH, UNABHÄNGIG, INTERNATIONAL***
- Wir legen den Finger in die Wunde
- schaffen Öffentlichkeit
- Skandalisieren
- Aktivitäten/Kampagnen langfristig angelegt
- Auf Aktivierung des Bürgers ausgerichtet
- Greenpeace arbeitet nicht für Geld, sondern mit Geld

Ausgabenverteilung



Wir sind vor Ort, wenn's brennt

11



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wir zeigen die Zerstörung



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Und die
Bedrohung für
den Menschen



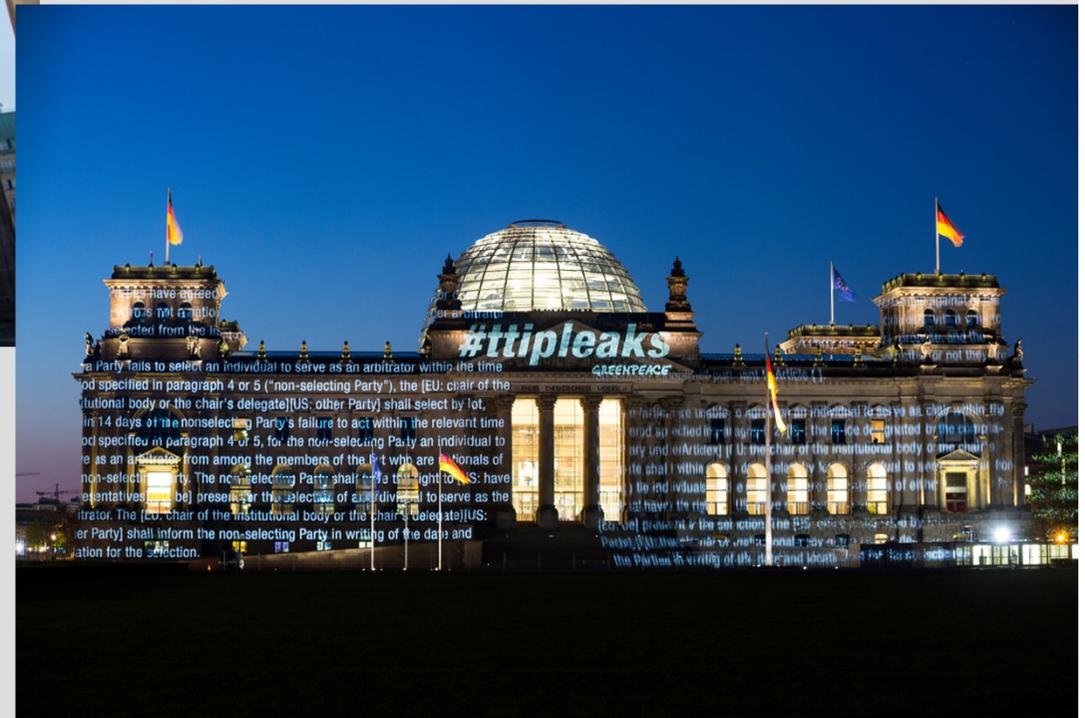
GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wir schaffen Transparenz: TTIP/CETA



© Ruben Neugebauer / Greenpeace



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wir gehen dahin, wo's weh tut



GREENPEACE

www.greenpeace.de



GREENPEACE

www.greenpeace.de



GREENPEACE

www.greenpeace.de



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Greenpeace informiert Verbraucher



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wir arbeiten wissenschaftlich



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wir demonstrieren gemeinsam mit Ehrenamtlichen und anderen Verbänden



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Auch auf lokaler Ebene...



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wir machen politische Lobbyarbeit

- UN
- CBD
- UNFCCC
- EU Kommission
- Bundes- und Landesministerien



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Wir skandalisieren

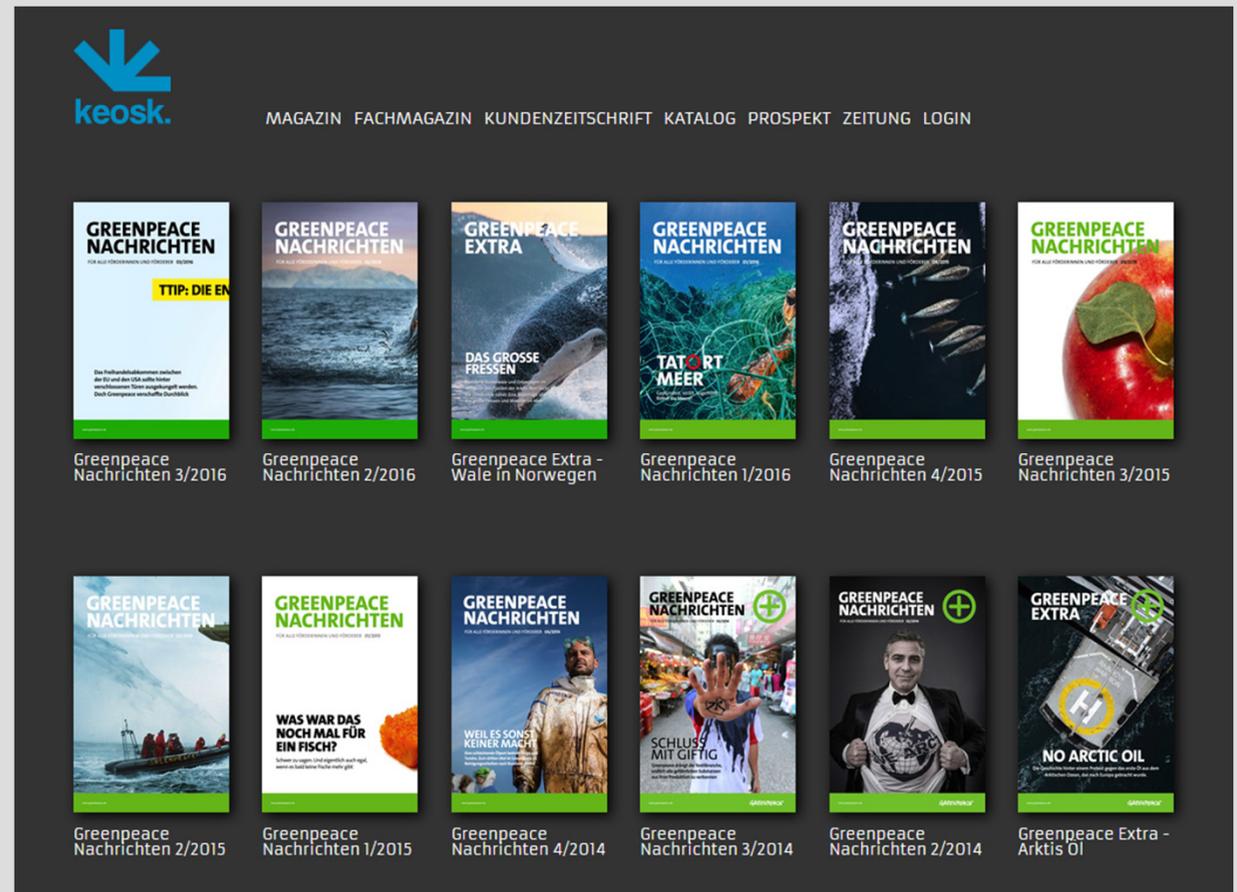


GREENPEACE

www.greenpeace.de

Nutzung aller Medienkanäle

- Eigene Medien
- Eigenes Netzwerk
- Digital (facebook, youtube, twitter, instagram)
- Auf der Straße



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Beispiel Kitkat

[» Registrieren](#) [» Passwort?](#)

sicheres Einloggen (SSL)
 einloggen über Facebook

GreenAction

Greenpeace präsentiert GreenAction: Die Community für alle, die aktiven Umweltschutz leisten wollen. Auf GreenAction findest du Mitstreiter, mit denen du dich verbünden kannst – für die gute Sache und gegen die Bösen.

[» Jetzt Video ansehen!](#)

Aktivist werden

Einfach registrieren und schon bist du am Drücker: informiere dich und mach mit bei wichtigen Kampagnen!

Organisieren

Füße hochlegen war gestern! Auf GreenAction kannst du problemlos deine eigene Umwelt-Kampagne starten.

Vernetzen

Aktivisten auf GreenAction können bei deiner Kampagne mitmachen. So wird aus deiner Stimme ein lauter Chor.

↑ Startseite
Kampagnen

Nestlé give the Oran Utan a break!
 Beate - Wälder - 303 Aktivisten

Das Problem: Unsere Gier nach Palmöl führt zur Urwaldzerstörung in Indonesien. Orang-Utans sterben für billiges Palmöl.

Das Ziel: Kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!

5828 AktivistInnen registriert

AktivistInnen online:

GreenAction bundesweit

Ich mache mit! Und du? Jetzt Aktivist werden!

Mach mit!

Nestlé give the Oran Utan a break! sucht jetzt Co-Autoren!
 von Beate - Wälder - vor 13 Stunden

»Mitmachen

GREENPEACE

www.greenpeace.de

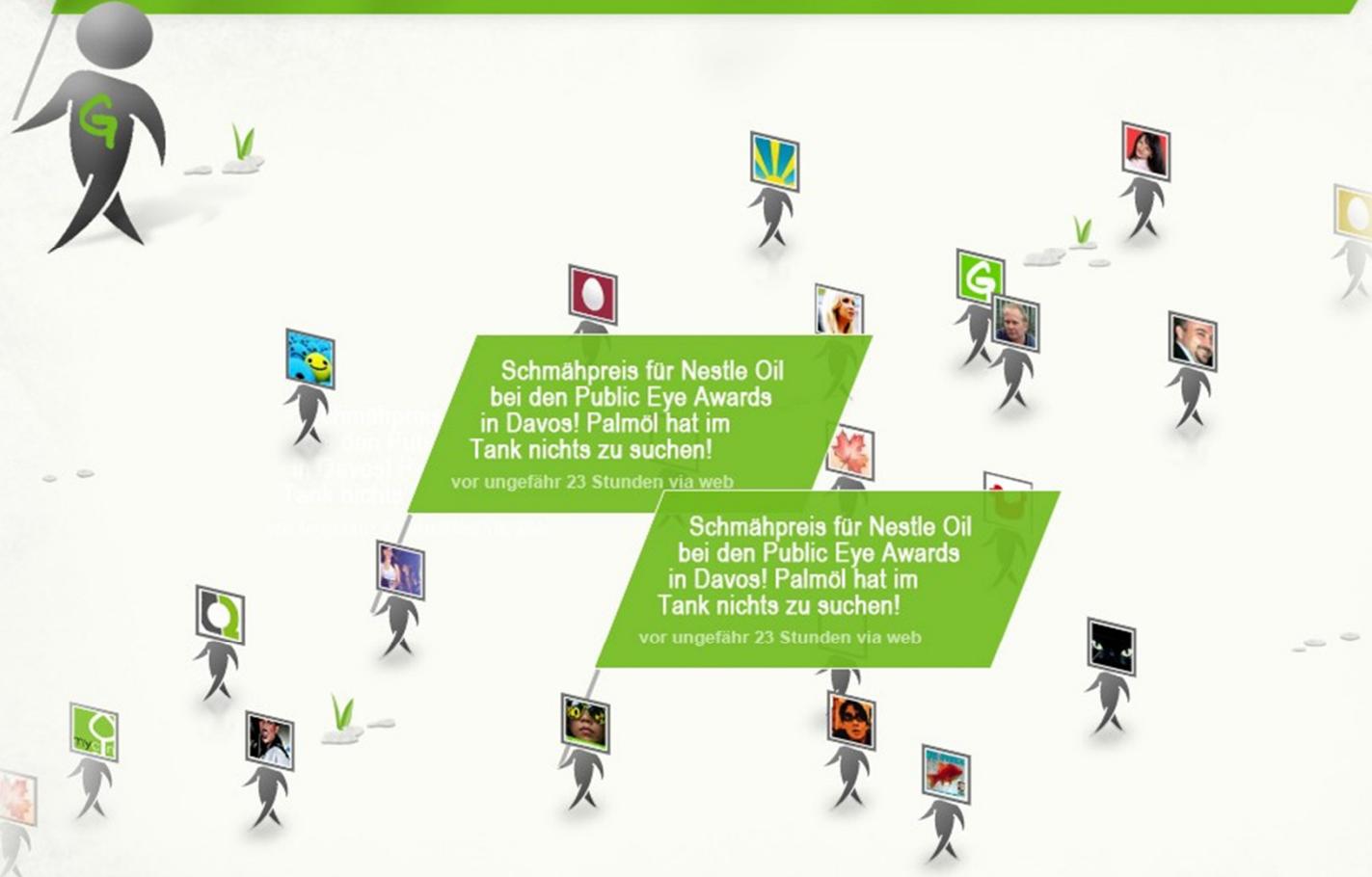


NESTLÉ GIVE THE ORAN UTAN A BREAK!

Kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!
#nestle

1547

MITMACHEN



Schmähpreis für Nestle Oil bei den Public Eye Awards in Davos! Palmöl hat im Tank nichts zu suchen!
vor ungefähr 23 Stunden via web

Schmähpreis für Nestle Oil bei den Public Eye Awards in Davos! Palmöl hat im Tank nichts zu suchen!
vor ungefähr 23 Stunden via web

FEED ANZEIGEN

FOTO MACHEN

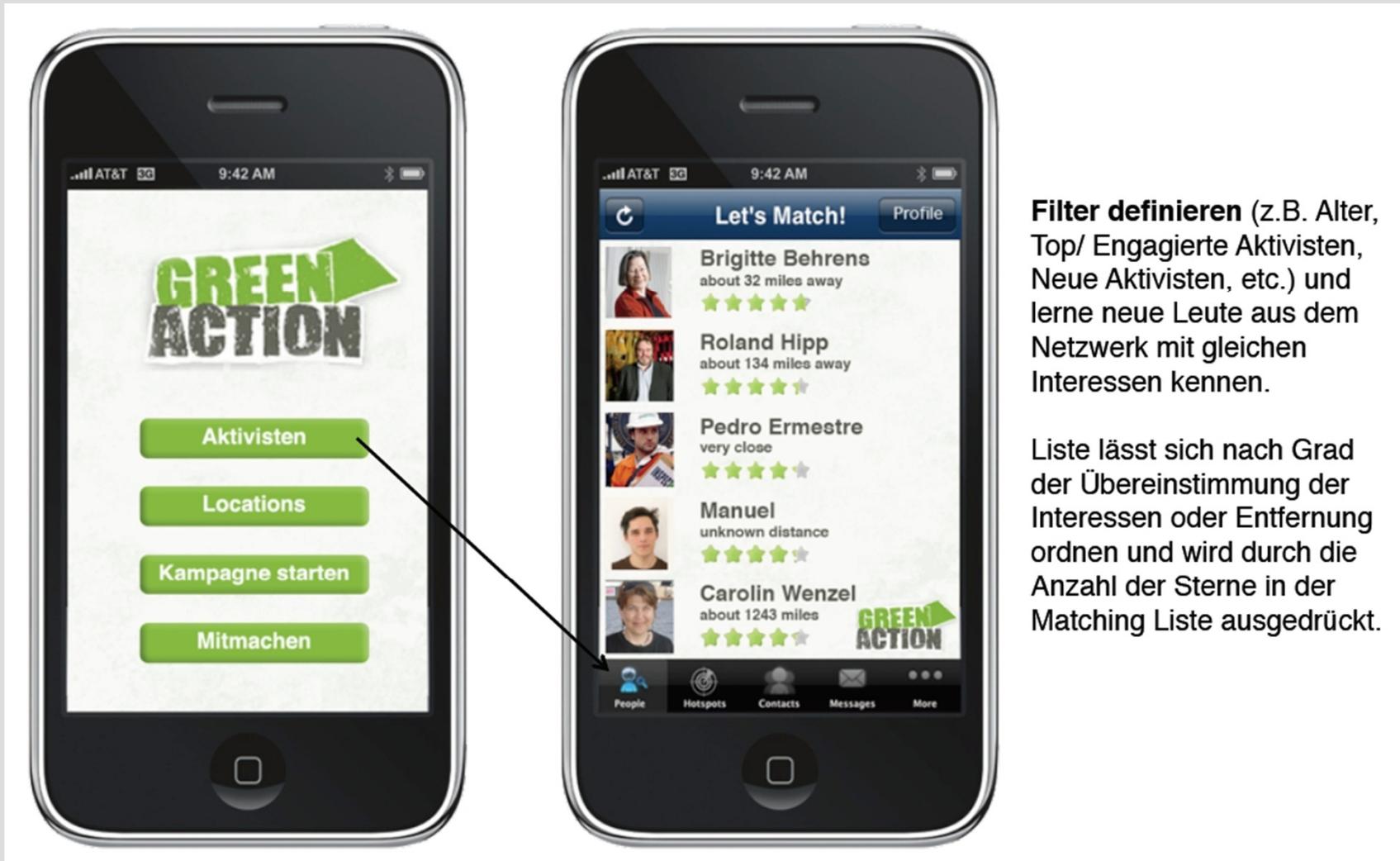
MITMACHEN

SHARE IT

Like 26

Tweet 97

Green Action goes mobile



Filter definieren (z.B. Alter, Top/ Engagierte Aktivisten, Neue Aktivisten, etc.) und lerne neue Leute aus dem Netzwerk mit gleichen Interessen kennen.

Liste lässt sich nach Grad der Übereinstimmung der Interessen oder Entfernung ordnen und wird durch die Anzahl der Sterne in der Matching Liste ausgedrückt.

You Tube Suchen | Durchsuchen | Video hochladen | Konto erstellen | anmelden

Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!

GreenpeaceDE 172 Videos



0:35 / 1:00 360p

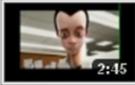
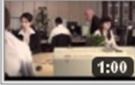
GreenpeaceDE — 17. März 2010 — KitKat - ein süßer Riegel mit bitterem Beigeschmack. Das Palmöl zur Herstellung des Nestlé-Produkts kommt aus in... **47.718** Aufrufe

Dies ist eine Videoantwort auf:

 **KitKat Werbung Arbeitsmaschine Totalblogal**
45.144 Aufrufe

Kommentare mit den höchsten Bewertungen

derWeltenbummler1 hammer video, es sollten sich viel mehr menschen für die rettung unseres planeten interessieren 9

-  **Specsavers 'The Specs Effect' Advert (Lynx/Axe ...**
626.290 Aufrufe
SpecsaversOfficial/Vorgestelltes Video
-  **Blauwale**
4.092 Aufrufe
GreenpeaceDE
-  **Gentech-Landwirtschaft: Ein weltweites Experime...**
2.121 Aufrufe
GreenpeaceDE
-  **Nestle, Kitkat, Orang-Utans**
19.063 Aufrufe
GreenpeaceDE
-  **Kumi Naidoo auf dem Treffen der Greenpeace-Ehre...**
831 Aufrufe
GreenpeaceDE
-  **We Feed the World Schlüsselszene Nestlé**
14.293 Aufrufe
Poolmaster1989
-  **Nestlé give the Oran Utan a break Video 2**
1.096 Aufrufe
Pierreundco
-  **Boycott Nestle**
54.005 Aufrufe
momswann
-  **Nestle Killer - Greenpeace**
17.887 Aufrufe
leroideschoux
-  **Monsieur Nestlé - We Feed the World**
20.039 Aufrufe
Sbe22
-  **Nestlé give the Oran Utan a break Video 1**
1.661 Aufrufe
Pierreundco

GREENPEACE

www.greenpeace.de

You Tube

Broadcast Yourself™ [Startseite](#) [Videos](#) [Kanäle](#) [Konto erstellen](#) oder [anmelden](#)

[Abonnements](#) [Protokoll](#) [Video hochladen](#)

CENSORED GREENPEACE VIDEO - KIT KAT

censored by

YOUTube

&

Nestlé

1:02 / 1:03 360p

★★★★★ 14 Bewertungen 1.659 Aufrufe

[Favorit](#) [Weiterleiten](#) [Playlists](#) [Melden](#)

[MySpace](#) [Facebook](#) [Digg](#) [\(weitere Freigabeoptionen\)](#)

► **Statistiken & Daten**

► **Videoantworten (0)** [Anmelden, um eine Videoantwort zu posten](#)

▼ **Textkommentare (2) Optionen** [Anmelden, um einen Kommentar zu posten](#)

12stringsforme (vor 23 Stunden) Antworten 0

Cenor those guys at (censored)

MPVideoArts

17. März 2010
([Weitere Infos](#))

<http://vimeo.com/10236827>

URL

Einbetten

► **Mehr von: MPVideoArts**

▼ **Ähnliche Videos**

-  1:00 [haymotivo21](#)
-  1:10 [Putting palm oil in Kit Kats is bad news for or...](#)
1.670 Aufrufe
[GreenpeaceUK](#)
-  1:00 [Greenpeace dénonce Nestlé, qui contribue à la d...](#)
7.812 Aufrufe
[gpfrance](#)
-  1:00 [Nestle Killer - Greenpeace](#)
2.941 Aufrufe
[leroideschoux](#)
-  1:01 [Czas na przerwę? Czas pomóc lasom deszczowym.](#)
5.343 Aufrufe
[greenpeacepl](#)
-  1:17 [Consumers tell Nestle they don't want genetical...](#)
531 Aufrufe
[Greenpeaceindia](#)
-  1:00 [Nestle Killer - Give the Orang-Utan a break](#)
376 Aufrufe
[crazyguy6767](#)

GREENPEACE

www.greenpeace.de



Freunden vorschlagen

Fans

6 von 758.427 Fans Alle anzeigen

Claudia
SommerLegna J.
Hernández
Z
Hernández
ZJulia
Gatenio

Natalia



Paola



Miguel

Kitkat

Ein Fan werden

Pinnwand

Info

Fotos

Felder

Kitkat + Fans

Kitkat

Nur Fans



Claudia Sommer Dear Kitkat Lovers, ask Nestle to give rainforests a break and get a better #Kitkat <http://l.csommer.de/bFBDLu>
vor 27 Minuten · Melden



Beate Steffens ohoh .. why do Nestlé stopp the circulation of the kitkat spot from greenpeace???? do they have a guilty conscience?
vor 3 Stunden · Melden

3 Personen gefällt das.



Beate Steffens This is soooooo bitter ... Nestlé please help the Oran Utan and the ancients forests <http://www.youtube.com/watch?v=lzF3UGOIVDc>
vor 3 Stunden · Melden



Jamie Woolley <http://www.youtube.com/watch?v=VaJjPRwExO8> – did you know Nestle buys palm oil from companies who are destroying Indonesia's rainforests and endangering orang-utans?
vor 4 Stunden · Melden

2 Personen gefällt das.

Erfolge

- 1974: Frankreich beendet die Atomtests im Südpazifik
- 1982: IWC beschließt Verbot der kommerziellen Waljagd (ab 1986)
- 1989: Dünnsäure-Verklappung in der Nordsee wird eingestellt
- 1991: Antarktisschutzabkommen
- 1995: Brent Spar /Beginn Kampagne regenerative Energien
- 1998: Konferenz der Ostatlantik-Anrainer (OSPAR),
Beschluss, die Entsorgung von Öl- und Gasplattformen im Meer generell zu verbieten
- 2006: Soja Moratorium
- 2010: Nestlé verzichtet auf Palmöl aus indonesischer Urwaldzerstörung
- 2013: APP (Asiens größter Papierproduzent) stoppt Rodung von Regenwaldflächen
- 2016: Great Bear Abkommen(3,1 Mio ha)
- <https://www.greenpeace.de/greenpeace-erfolge>



GREENPEACE

www.greenpeace.de

Gibt es denn nun ein Greenpeace Geheimrezept?

Entschlüsselung des Greenpeace Geheimrezeptes?

14-02_23-27.ppt

ter Krise | Gre... | M Inbox - sahieke@gree... | Satellitenfotos zeigen ... | All files and folders - ...

Kampagnen-Strategie

Strategien und Reaktionen

Die Greenpeace-Kampagne im Spessart

Günter Dobler, Michael Suda und Franziska Höhensteiger

2012 wurde die deutsche Forstwirtschaft von Greenpeace durch die Kampagne „Schützt die alten Buchenwälder“ mit einer bisher ungewohnten Kommunikationsstrategie überrascht. Greenpeace inszeniert darin Konfrontationen mit dem Gegner „Forstwirtschaft“. Im Mittelpunkt der hier angestellten Betrachtung steht die Analyse des Kampagnengeschehens um die Waldregion Spessart und der Reaktionen aufseiten der Forstwirtschaft. Um typische Elemente einer Greenpeace-Kampagne zu verdeutlichen, wurde eine fiktive und ironisch gemeinte Gegenkampagne „Rettet unsere Spessarteiche!“ entworfen.

Die Auseinandersetzung um die Spessart-Kampagne

Im Jahr 2012 wählte Greenpeace das Bundesland Bayern und dort insbesondere die Waldregion Spessart als Schauplatz für Aktionen seiner Kampagne „Schützt die alten Buchenwälder“. Die Organisation will nach eigener Aussage erreichen, dass 10 % der öffentlichen Wälder aus der Nutzung genommen werden und sich auf diese Weise insbesondere Buchenwälder zu „Urwäldern von morgen“ entwickeln

Charakteristiken der Kampagnenstrategie

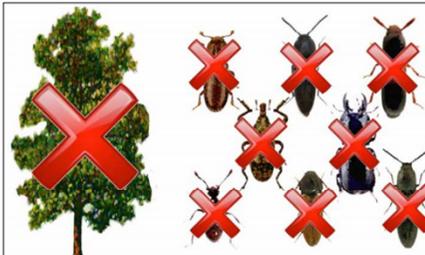
Tab. 2 zeigt den Ablauf der Greenpeace-Kampagne im Jahr 2012. Greenpeace setzte in relativ schneller Folge eine ganze Reihe von Impulsen, um die Kampagne „Schützt die alten Buchenwälder“ im Spessart voranzubringen. 2013 fanden zwar auch Aktionen statt, das Engagement von Greenpeace im Spessart ging jedoch deutlich zurück.¹⁾ Die Impulse, die Greenpeace in einer

Apps | DB BAHN - Verbindun... | FSC in der Krise | Gre... | Inbox - sahieke@gree... | Satellitenfotos zeigen ... | All files and folders - ...

sondere alte Buchenwälder, aus der Nutzung genommen werden, können diese wirksam geschützt werden. Die verbleibenden öffentlichen Wälder sollen aus Naturschutzgründen naturnah bewirtschaftet werden.

Grundelemente der Darstellung der Forstwirtschaft:

- Wertvolles Gut: Wälder, auch alte Buchenwälder, sind für die Erfüllung wertvoller ökologischer und sozialer Funktionen wichtig. Wald ist aber auch wertvoll als Wirtschaftsgut, das Einkommen und Arbeitsplätze ermöglicht (Fokus: Wald als Natur- und Wirtschaftsraum).
- Gefahr: Die alten Buchenwälder sind nicht in Gefahr. Ihre bisherige Bewirtschaftung hat diese Wälder erst hervorgerufen, die Greenpeace nun schützen will. Die Forderungen von Greenpeace bedeuten eine Gefahr für die Hand...



Wollen Sie wirklich über Leichen gehen, Herr K.? Ohne Waldwirtschaft stirbt die Spessarteiche, ohne Spessarteiche sterben Urwaldarten!

Wilde Wälder unter Druck | fs.tum.de/rivo/AFZ-2014-02_23-27.pdf

geschehen und dabei verwendete Strategien analysiert. Die inhaltlichen Standpunkte werden nicht beurteilt.

Dr. G. Dobler ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik an der Technischen Universität München. Prof. Dr. M. Suda ist Leiter des Lehrstuhls. F. Höhensteiger ist Studentin an der TU München.

Günter Dobler
g.dobler@tum.de

China protestiert.

„Das Design von Greenpeace folgt einer typischen Dram Schema des Kampfes vor inszeniert. (...) Da Menschen denken und Sinn auf; Muster zuordnen, ist d von Geschichten der direk scheinlichste kommunikative Weg in ein soziales System anderen Stücken, die u den, gibt es auch hier e buch), Protagonisten und (Anführungsstriche und n im Original) Greenpeace konstruiert nicht mit den Aktionen in auch bei vielen anderen K

Akteure	Texte
Greenpeace	68
Forstwirtschaft	
Bayerische Staatsforsten (BaysF)	17
Bayerischer Waldbesitzerverband (BWBV)	4
Deutscher Forstverein (DFV)	3
Arbeitsgemeinschaft deutscher Waldbesitzerverbände (AGDW)	3
Bayerisches Forstministerium (StMELF)	2
Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF) Karlstadt	2

www.forstpraxis.de

2/2014 AFZ-Derf

Kampagnen-Strategie

Monat	Einzelaktionen	Strategie
Januar	<ul style="list-style-type: none"> Greenpeace fordert einen sofortigen Einstichtopp für alte Laubwälder und die Einführung eines Schutzkonzepts für alte Buchenwälder sowie 10 % Flächenstilllegung in öffentlichen Wäldern. Für die Mitmach-Aktion „AusgeBUCHT?“ bittet Greenpeace Unterstützer-E-Mails an den Bayerischen Umweltminister Dr. Markus Haax zu schicken. (Aktionszeitraum vom 25.1. bis 9.3.2012, laut Greenpeace wurden insgesamt 2.634 Protest-E-Mails verschickt.) 	h
Februar	<ul style="list-style-type: none"> Greenpeace-Aktivistinnen errichten ein Waldcamp bei Heigenbrücken und beginnen mit der Kartierung alter Buchen. Greenpeace kritisiert die BaysF, weil die BaysF Daten zu alten Buchen nicht öffentlich mache. Greenpeace erhebt den Vorwurf, die BaysF habe gegen Natura-2000-Auflagen und das Bundesnaturschutzgesetz verstoßen. Greenpeace-Aktivistinnen protestieren gegen die Waldpolitik des Landes Bayern in 24 Innenstädten Bayerns, Hessens und Baden-Württembergs: Passanten können sich beteiligen und 	a, b, c, d

mern und Anführungsstrich Erläuterung in eckiger Klammern Interessant ist, dass der Öffentlichkeit als Guter b, Da es (zumindest bei d Kampagne) nicht um d Änderung von Einzel sondern um die von Pra fahrnsweisen (zum Bei der Giftmüllentorgung), geändert werden sollen, e einen Akteur zu suchen, gut beleumundet ist. Wird Sünder als Gegenspieler g

GREENPEACE

www.greenpeace.de

Gibt es ein Greenpeace Geheimrezept?

- Theory of change
- Was ist das Problem?
- Welche langfristige Veränderung ist das Ziel?
- „Wer ist das größte Schwein“?
- Zielgruppen
- Ansatzpunkte
- Wer kann das Problem lösen?
- Wer kann dabei unterstützen?

Grundrezept erfolgreicher Greenpeace Strategien

- Kombination direkter gewaltfreier Aktion mit Öffentlichkeitsarbeit

Aber noch wichtiger:

- Unabhängigkeit
- Glaubwürdigkeit
- Vertrauen
- Unterstützung einer breiten Öffentlichkeit

Was kommt ? Megatrends

Wichtige globale Megatrends

- › Der Ausstoß von Treibhausgasen steigt und der Klimawandel schreitet ungebremst voran. Ursache ist vor allem die zunehmende Nachfrage nach fossilen Energieträgern, aber auch die Rodung von Wäldern.
- › Unsere CO₂-Emissionen führen zur Versauerung der Weltmeere. Die Zahl der „Säureionen“ hat bereits um rund ein Drittel zugenommen.
- › Immer schneller werden natürliche Ökosysteme zerstört und immer mehr biologische Vielfalt geht unwiederbringlich verloren.
- › Fruchtbare Landflächen werden knapp. Böden werden durch Erosion, Überweidung, Versalzung oder Versiegelung degradiert, gleichzeitig steigt die Nachfrage nach Agrarprodukten. Daher wächst die Konkurrenz um Land und die Nahrungsmittelpreise steigen.
- › Etwa 1,1 Mrd. Menschen haben keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Wassermangel und Wasserverschmutzung nehmen global zu.
- › Die Weltbevölkerung wächst bis 2050 auf rund 9 Mrd., insbesondere wachsen die Städte.
- › Es gibt deutliche Entwicklungsfortschritte und die Armut nimmt ab. Aber noch immer bleibt etwa 1 Mrd. Menschen von diesen Fortschritten abgekoppelt.
- › Demokratien breiten sich aus, die Anzahl autokratischer Regime ist auf weniger als ein Drittel geschrumpft.

(Quelle: Factsheet Nr. 3/2011, WBGU)

Und in Zukunft?

- Es wird für Greenpeace schwieriger durchzudringen
- Terror und Krieg
- Umweltprobleme wie Klimawandel, Übernutzung der Ressourcen oder Massenkonsum werden immer komplexer
- Verursacher oft nicht mehr so eindeutig zu benennen
- viele Schalthebeln gleichzeitig bedienen
- Schnellebigkeit der Medien/ Themen
- Gesellschaft und ihr Konsumverhalten umkrempeln
- Probleme sind menschengemacht

You can't sink a rainbow



GREENPEACE

www.greenpeace.de

...You can't seize a sunrise



GREENPEACE

www.greenpeace.de

A person wearing a hat and outdoor gear is sitting on the edge of a large, dark rock formation. They are looking out over a vast, dense green forest that stretches far into the distance. In the upper left corner, a waterfall is visible cascading down a rocky slope. The overall scene is a dramatic, high-angle view of a natural landscape.

Was braucht es für eine gute Kampagne?

„Den starken Willen, wirklich etwas verändern zu wollen“

GREENPEACE

www.greenpeace.de



GREENPEACE

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit
www.greenpeace.de