



How-To: Demo (Kampagnenarbeit)

Reader



Das diesem Bericht zugrunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 01PM101420 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei der Autorin/beim Autor.“



How-To: Demo (Kampagnenarbeit)

1 Vorbereitung und Ablauf einer Demo

1.1 Informiert eure Studierenden über die Thematik

Demos eignen sich immer als Höhepunkt einer Kampagne! Erstellt eine Präsentation, anhand Studierendenvorteiler*innen eigenständig über die Thematik, zu der demonstriert werden soll, ihre Studierendenvorteilerung informieren können. Hierdurch soll eine Sensibilisierung für das Thema erreicht werden, damit zum Demo-Termin viele Fachschafter*innen u.Ä. erscheinen, bei den Vorbereitungen eventuell mithelfen wollen, sowie die Info über die Thematik im eigenen Umfeld ereignen.

1.2 Gründung eines kommunalen Demo-Bündnisses und Planung

Ziel ist als möglichst breites Bündnis kommunal zur Demo aufzurufen. D.h., dass ihr euch am besten kommunale Bündnispartner sucht, die die Demo mit euch gemeinsam bewerben und öffentlich zeigen, dass sie auf eurer Seite stehen:

Insbesondere ist hierbei wichtig, dass die Bündnispartner*innen euch über ihre Presse und Öffentlichkeitsabteilung unterstützen.

Um weitere Partner*innen zu finden ist ein Text mit einem Selbstverständnis/Aufruf zu verfassen, mit dem mögliche lokale Partner*innen geworben werden können.

1.3 Mögliche Partner*innen finden (Beispiele)

- Personalräte
- Mittelbauvertretung
- Professorale Gruppen (wenn es die an Eurer Hochschule gibt)
- Gewerkschaften



- Lokale Studierendengruppen in Eurer Studivertretung/Studierendenschaft
- Die lokale Schüler*innenvertretungen
- Lokale Vereine/Organisationen, die sich mit der jeweiligen Thematik beschäftigen
- Studischaften benachbarter Hochschulen, an denen keine Demo stattfindet

1.4 Anschreiben für die Bündnispartnerschafts-Anfrage

Verfasst ein Anschreiben, mit dem ihr mögliche Bündnis-Partner*innen anschreiben könnt. Hier sollten die Thematik, das Vorhaben und die Rolle der Angefragten innerhalb des Bündnisses beantwortet werden. Benennt klare Ansprechpartner*innen eurerseits! Maximal 1 DIN A4 Seite lang!

1.5 Selbstverständnis für das Demobündnis

Macht euch Gedanken über ein Selbstverständnis als Bündnis. Dieses sollte gemeinsam erarbeitet und niedergeschrieben werden, um als Leitfaden für die Arbeit zu dienen.

1.6 Mobilisierung: Informationskampagne

Wissen, warum man Demonstrieren muss - Zunächst ist es wichtig die Studis/Hochschulmitarbeiter*innen und andere Betroffene überhaupt auf das Thema und die womöglich laufenden politischen Prozesse aufmerksam zu machen. Erstellt Plakate, Flyer u.Ä. Infomaterial. Stellt dieses zur Verbreitung allen Bündnis-Partner*innen zur Verfügung!

Die Flyer und Plakate sollten an der Hochschule verbreitet werden. Dazu eignet es sich insbesondere die Flyer in Vorlesungen zu verteilen, am Mikro vielleicht sogar kurz zu erklären, worum es geht, sowie Flyer an Mensen, Studierendenwohnheimen usw. zu verteilen. Ggf. sind auch Infostände oder Ansprachen in Vorlesungen möglich. In Absprache mit Eurer Uni können ggf. auch Infomails an alle Studierenden versendet werden und die Social Media der Bündnispartner*innen genutzt werden. Setzt euch daher unbedingt mit euren Bündnispartner*innen und deren Pressestellen in Verbindung. Die Bewerbung auf Euren eigenen Homepages und Social Media Kanälen sollte ebenfalls erfolgen.



Wenn ihr die Möglichkeit habt, setzt euch auch mal mit eurer lokalen Presse zusammen und gebt ein Interview oder schickt ihnen Informationen zu, damit sie über die Kampagne und den Aktionstag berichten und so vorab schon Studierende informieren können.

Überlegt euch Hashtags für Social Media Kanäle und verbreitet Infos über die Demo/Kampagne auf einer hierfür angelegten Website.

Pressemitteilungen dienen außerdem als Anreiz für die Presse, über die Thematik zu berichten. Haltet euch hierbei an die Struktur „nach Standard“: Die Mitteilung sollte maximal eine halbe DIN A4 Seite lang sein. Sie sollte einen catchy Titel erhalten, aus dem die Thematik hervorgeht. Sie sollte ein bis maximal zwei benannte Ansprechpersonen mit E-Mail oder sogar noch besser Telefon-Daten für Rückfragen enthalten. Im ersten inhaltlichen Abschnitt, welcher maximal 3-4 Zeilen lang sein sollte, sind alle W-Fragen zu beantworten (Was, Warum, Wann, Wie etc.). Im Hauptteil befinden sich in der Regel maximal 2 Zitate. Hierbei benennen, wer etwas sagt und was die Rolle der Person ist (bsp. Lena Müller, Vorständin der VS, meint: „...“). Die Zitate sollten bestenfalls 2 Zeilen lang sein, maximal aber 5 Zeilen nicht überschreiten. Solltet ihr die Notwendigkeit sehen ein wenig Hintergrundwissen mit an die Hand zu geben, könnt ihr nach den beiden Zitaten einen kleinen Text verfassen, den ihr mit „Hintergrund“ betitelt. Journalist*innen mögen keine langen Texte. Sie wollen lediglich wissen, worum es geht, wie ihr euch positioniert und diese Position als zitierfähige Bausteine vorliegen haben. Den Rest recherchieren sie dann selbst!

1.7 Infrastruktur: Das braucht ihr für eine Demo

1. Für die Demo selbst braucht ihr auf jeden Fall:

Eine ausreichende Anzahl an Ordnerwesten (z.B. Warenwelten) oder beschrifteten Ordner*innenbinden.

Die Ordner*innen müssen über die geplante Route und den Ablauf der Demo Bescheid wissen und auch über Eure zentralen Ansprechpartner informiert sein, und über die Auflagen von Ordnungsamt/Polizei informiert sein. (Am einfachsten macht ihr für die Ordner*innen einen kurzen Zettel mit den



notwendigen Infos). Klärt vorher ab wer was zu entscheiden hat, wer zum Beispiel angesprochen wird, wenn es Ärger gibt, wenn diskriminierende Banner auftauchen etc.

2. Uhrzeit

Die Uhrzeit der Demo solltet ihr an die Gegebenheiten an der Hochschule anpassen. Zum Beispiel könnte es sinnvoll sein die Demo so zu legen, dass die Mitarbeiterinnen zumindest an der Anfangskundgebung in ihrer Mittgaspause teilnehmen können. Zu spät sollte die Demo auch nicht sein, damit die Presse auch noch Zeit für die Erstellung von Berichten und Artikeln hat. Tübingen fängt beispielhaft um 13 Uhr an, Freiburg um 12 Uhr. Generell ist es zeitlich zwischen 10-14 Uhr empfehlenswert.

3. Ort, Technik, Musik

Redner*innen sollten exponiert, also gut sichtbar stehen → oft bieten sich Balkone oder Treppenabsätze als Podeste an, ansonsten ist häufig ein LKW eine kostengünstige Alternative. Damit die Redner*innen verstanden werden braucht man in der Regel Lautsprecher. Für Zeiten in denen nicht geredet wird sollte Musik vorbereitet werden, achtet darauf, dass vorher klar ist wer ggf. Musik mitbringt und dass ggf. die passenden Anschlusskabel vorhanden sind. Livebands erhöhen den Aufwand deutlich, sind jedoch gerade am Anfang oder dem Ende der Demo toll.

Auch für den Demozug selbst empfiehlt sich ein Lautsprecherwagen, um Musik abspielen zu können. Fragt auf lokaler Ebene bei Eurer Gewerkschaft nach, dort sind häufig Anlagen und/oder Demofahrzeuge vorhanden.

4. Transparente, Banner, Flyer

Wichtig bei einer Demo sind natürlich auch Transparente, Plakate und Banner, die ihr vorbereiten solltet. Besonders wichtig ist ein Fronttransparent für die erste Reihe. Auch gut ist, wenn ihr auf der Demo Info-Flyer an Passant*innen verteilt und kleine Zettel mit Demosprüchen an die Demonstrierenden verteilt, sodass ihr gemeinsam Slogans rufen könnt.

5. Reden/Redner*innen



Erfahrungsgemäß sollten Redeslots nicht zu lang sein (max. 5 min pro Person) und nicht zu viele Redner*innen hintereinanderkommen. Bei einer Demo mit Marschroute empfiehlt es sich zu Beginn Redner*innen zu haben (auch jmd. der die Route kurz ansagt), ggf. unterwegs eine Zwischenkundgebung und am Ende noch eine Abschlusskundgebung (mit einer Person, die am Ende die Demo auch offiziell auflöst). 6-8 Reden à 5-10 Minuten, aufgeteilt auf Anfang, Zwischenkundgebung und Ende sind ein guter Richtwert. Hierbei ist zu überlegen, wen man für Reden anfragt. Ihr solltet auf jeden Fall eine eigene machen, eine Vorlage zur Orientierung bekommt ihr zugeschickt. Die Hochschule, Personalrat/Gewerkschaft oder auch Promovierende sind für die Thematik denkbare weitere Redner*innen.

Achtet darauf, dass die Plätze für die Kundgebungen groß genug sind. Wenn ihr auf nichtöffentlichem Grund seid, besorgt euch vorher die Genehmigung der Besitzer. In aller Regel bieten sich Plätze der Uni oder der Innenstadt an (je nach Demoroute/Aktionsort). Plant eine Route, die vor allem in der Öffentlichkeit sichtbar ist - z.B. durch die Innenstadt. Zwischenstopps für 2-3 Reden an öffentlich gut besuchten Orten können sinnvoll sein, um Passant*innen zu informieren.

1.8 Juristisches: Anmeldung der Demo

Eine gute Übersicht dazu, was alles zu beachten ist findet Ihr auf:

<https://kreativisten.org/howtos/behoerdenkrams/anmeldung-einer-versammlung/>

Die Anmeldung einer Demo ist kostenlos

- Die Demo muss 48 Stunden vor der öffentlichen Bekanntmachung (also dem Verteilen der Flyer -- nicht 48h vor der Demo) angemeldet werden

Dafür braucht man:

- Name des Veranstalters
- Name und Anschrift der verantwortlichen Leiterin oder des verantwortlicher Leiters
- Tag, Zeit, Ort der Versammlung und bei einem Aufzug (d.h. sich fortbewegende Versammlung) zusätzlich: Angaben über den Marschweg



- Thema (Also Hochschulfinanzierung)
- beabsichtigte Verwendung von Ordnerinnen und Ordnern — in aller Regel wird pro 50 Teilnehmer*innen ein*e Ordner*in vorgeschrieben
-

2 Aktionen, die abseits oder während einer Demo durchgeführt werden können

- **Infoabend:** Podiumsdiskussion mit Rektorat und Studivertretungen: Dient als fachlicher Austausch und bietet die Möglichkeit zur Einbindung von Politikern und Prominenz in die Diskussionsrunde.
- **Bildung zu Grabe tragen:** Symbolisch die Universität/Hochschule zu Grabe tragen. Beerdigungszug organisieren mit Grabesrede auf zentralem Platz an der Hochschule/Universität. Kreuz und Trauerkleidung nicht vergessen!
- **Betteln gehen:** Spendensammlung für die Hochschulen. Wirkt in der Öffentlichkeit surreal und polarisiert sehr stark. Lässt sich auch sehr gut mit Prominenz verbinden.
- **Briefkästen:** Plakate, Flyer und Infomaterialien müssen so direkt wie möglich an die Angestellten und Mitarbeiter auch verteilt werden. Das lässt sich am einfachsten über die vielen Briefkästen der Angestellten direkt an den Instituten oder per Anheften von Nachrichten an den Türen der Angestellten.
- **Zettel ausfüllen:** Din A4/A3 Plakate nach dem Muster „ich bin für ... weil ...“ erstellen und an Menschen aufhängen - regt Studierende zur eigenen Reflexion an. Ergebnisse können gesammelt und hinterher gegenüber Politik und Rektoraten vorgetragen werden. Bringt daher auch einen inhaltlichen Mehrwert und Input.
- **Glühwein und Cocktails unter dem Motto** „Finanzierung schön saufen“ oder „höhere Prozente für die Hochschule“: Hält vor allem die Studierenden bei Laune trotz ernsten Hintergrunds.
- **Dosenwerfen:** Stand mit Infomaterialien und Dosenwerfen, um Menschen anzuziehen.



- **Zelten auf dem Campus:** Dient als Hinweis auf prekäre Situation und bringt Aufmerksamkeit als Mahnmal. Gleichzeitig kann man so auch noch die Wohnraumproblematik für Studierende bespielen und die Situation der Studierenden an Hochschulen in den Fokus der Debatte rücken.
- **24-Stunden Vorlesungen** um Dozierende mit dabei zu haben + in die Öffentlichkeit verlegen (Schwimmbad bsp.): Kann ein Hinweis auf marode Hörsäle und veraltete Infrastruktur an Hochschulen sein, wenn man sie außerhalb regulärer Hörsäle durchführt, zum Beispiel im Freien. Prinzipiell kann man die Vorlesung nutzen, um Erfahrungsberichte aus der Praxis an Hochschulen einzubinden. Insbesondere die unterschiedlichen Statusgruppen und Funktionsinhaber können gut eingebunden werden.
- **Bluten für die Uni** (Blutspende) und Geld an Uni spenden (z.B. UB): Hat Tübingen wohl in der Vergangenheit öfters gemacht. Guter Zweck lässt sich mit politischem Statement verknüpfen. Braucht aber gute Organisation und kann als makaber wahrgenommen werden. Geld spenden an Uni oder Hochschule stellt nur ergänzende Option dar.
- **Sprühkreide:** Mit Sprühkreide und sonstigen Kreideformaten lassen sich auf Straßen und Gehwegen Nachrichten, Websitelinks und Zahlen und Fakten verbreiten.
- **Spendenkassen beim Studium Generale** u.Ä.
- **Großbanner z.B. am Theater o.Ä. aufhängen:** Bringen an sehr guten Standorten enorme Publicity und Sensibilisierung der Öffentlichkeit
- **Besetzungen:** Landtag, Rektorate, örtliche Politbüros besetzen/ Sitzblockade: Bringt Aufmerksamkeit, sofern vorher darauf hingewiesen wurde. Nervt die betroffenen aber auch.
- **Flashmobs** in der Mensa oder auf öffentlichen Plätzen, Die-Ins
- **Vollversammlungen:** Dienen als Informations- und Austauschplenum
- **Online-Demos:**