



Carl-Auer Verlag

Titel: von Bernstorff, CAC Campaigning

Publikationsorgan: Unternehmer Zeitung (CH)

Datum: Mai 2012

Einführung in das Campaigning

Moderne Kampagnen sind systemische Eingriffe in Politik, Gesellschaft oder Marktgeschehen mit dem Ziel nachhaltiger Veränderung: Campaigning for Chance. Es geht nicht um Veränderung um der Veränderung willen, schon gar keine Revolution oder radikale Systemveränderung. Das avisierte System soll verändert werden. Bei einem solchen subversiven Campaigning werden momentane Situationspotenziale taktisch genutzt. Der ehemalige Kampagnenleiter von Greenpeace kennt das Handwerkszeug für eine optimale Kampagnengestaltung. Er liefert ein Kriterienset für die Planungsarbeit bis hin zur Abschlussbewertung. Zahlreiche Übungen ergänzen den theoretischen Teil. Von besonderem Interesse sind die bebilderten Berichte zu exemplarischen Kampagnen mit entsprechender Wirkung.



Andreas Graf von Bernstorff
Einführung in das
Campaigning
Carl Auer Verlag,
Heidelberg, 2012
128 Seiten, kartoniert
CHF 20.40
ISBN 3-89670-831-1

fuereinebesserewelt.de, ab 14. Mai 2012

Startseite
Alle Posts

Über uns
Mission & Presse

Organisationen
NGOs & Initiativen

Kontakt
Impressum

Newsletter
bestellen

Hilfe
finden

Chinesische Taktiken für geschickte Campaigner

2 Kommentare

Buchtipp, Kultur & Medien, Politik & Gesellschaft

Suchen

Finden!



Andreas Graf von Bernstorff über die Kunst des Campaignings.

Es ist knall orange und richtig gut: Andreas Graf von Bernstorff, seines Zeichens schon viele Jahre als Campaigner für Greenpeace tätig, hat ein schmales Taschenbüchlein im Carl-Auer Verlag heraus gebracht. Ein Büchlein, das ich jedem ans Herz legen möchte, der sich in einer NGO oder Initiative für politische Veränderungen einsetzt.

Denn das Buch bietet nicht nur praktische Tipps – etwa zum Kampagnendesign. Der Autor beschäftigt sich auch mit wichtigen Hintergrundüberlegungen. Zum Beispiel hat er ein ganzes Kapitel geschrieben, in dem es um die Bedeutung von Begriffen geht. Schafft man es, den (noch legalen) Export von Giftmüll als »Giftmüllschieberei« in die Medien zu bringen, hat man die öffentliche Meinung fast schon hinter sich.

Er beschreibt auch die Bedeutung von B-Plänen. Also der Tatsache, dass man als guter Campaigner eigentlich niemals, niemals, niemals eine Kampagne scheitern lassen darf. Nicht, dass sie nicht tatsächlich gescheitert wäre, weil man die Ziele, die man sich (intern) gesteckt hat, nicht erreicht. Aber in der Öffentlichkeit, so von Bernstorff, muss man die »Interpretationshoheit« über den Ausgang der Sache behalten. Mit anderen Worten: Es muss von außen gesehen immer so erscheinen, als sei man ans Ziel gelangt.

Taktik – so viel wird durch das kleine Büchlein klar – ist die wichtigste Tugend eines guten Campaigners. Er muss »Gegner« konstruieren, um die politischen Entscheidungen herbei zu führen, um die es ihm eigentlich geht. Da muss dann auch schon mal ein Unternehmen für herhalten, das eigentlich gar nicht zu den »Schlimmen« gehört. Das sich aber unter Druck setzen lässt (etwa, weil es im Vergleich zu den wirklichen »Schlimmen« auf seinen guten Ruf bedacht ist).

Kategorien

- Datenschutz & Demokratie
- Europa & Weltpolitik
- Frieden & Menschenrechte
- Gesundheit & Ernährung
- Kultur & Medien
- Politik & Gesellschaft
- Umwelt & Tierschutz
- Wirtschaft & Finanzen

Folge uns auf Twitter



MSS (maximum solarpower storage) soll Stromkunden unabhängig vom Netz machen.

<http://t.co/zAGIDYnZ>

14. May 2012 - 06:20



"Spaniens Polizei vertreibt Aktivisten" Zeltlager, Proteste, Meinungen - nicht erlaubt...

<http://t.co/1Gn4j7Yl>

14. May 2012 - 06:03

Dabei kann auch schon mal ein Politiker ins Kreuzfeuer geraten, der eigentlich gar nicht für den Gesetzeszustand verantwortlich ist – aber so auf die Zustimmung der öffentlichen Meinung angewiesen ist, dass er schon für das entsprechende »Strippen ziehen« im Hintergrund sorgen wird.

Und so macht das kleine Büchlein auch eines klar: Wer sich für das »Gute« einsetzen will, »muss« auch Tricks und Schlichen anwenden – zumindest nach der Lesart von Bernstorffs. Er stützt sich dabei gerne auf die taktischen Prinzipien der Chinesen (einer davon lautet zum Beispiel, dass man die Truppen des Gegners immer intakt halten soll, damit man sich nach gewonnener Schlacht übernehmen kann).

Das wird manchem »verträumten Idealisten« nicht gefallen. Und auch ich musste mich beim Lesen hin und wieder fragen, ob denn wirklich der Zweck dieses oder jenes Mittel heiligt bzw. ob man nicht zu sehr »wie die da« wird, wenn man sich zu sehr auf die Taktikerei einlässt. Doch selbst wenn man die ein oder andere Strategie und Überlegung für sich selbst nicht anwenden möchte, profitiert man von der Lektüre.

Ja, ich wage zu behaupten: selbst wenn man nie als Campaigner arbeiten will, profitiert man von der Lektüre. Denn das Buch zeigt auch, wie Medien(macht) funktioniert. Und wie leicht wir alle uns – als kleiner Teil von dem, was wir »die öffentliche Meinung« nennen – manipulieren lassen. Und so wäre mein einziger negativer »Kritikpunkt« eigentlich nur der, dass das Buch definitiv zu schmal ist. Ich hätte gerne mehr von Herrn von Bernstorff erfahren 😊.

Bibliografische Angaben:

Andreas Graf von Bernstorff

»[Einführung in das Campaigning](#)«

Carl-Auer Verlag, Buchreihe Compact

ISBN 978-3-89670-831-1

13,95 Euro

www.carl-auer.de

Tags: Andreas Graf von Bernstorff, Buchtipp, Carl Auer Verlag, chinesische Taktik, Einführung in das Campaigning, Kampagnen planen und umsetzen, Kultur & Medien, Medienmacht, Politische Veränderungen bewirken

Hat Dir dieser Artikel gefallen?

Abonniere unseren [RSS Feed](#), Follow us on [Twitter](#) oder empfehle uns einfach Deinen Freunden oder Kollegen!

[Empfehlen](#)

[Auf Facebook posten](#)



Geschrieben von

[ilona](#)

Die Welt erkunden und darüber berichten ist meine Leidenschaft. Seit über 10 Jahren tue ich dies nun als Journalistin, Autorin und Bloggerin: ich schreibe, filme, fotografiere und mache Podcasts. Am liebsten natürlich für eine bessere Welt!

Ähnliche Artikel

[Buchtipp: Falsch! Warum uns Experten täuschen und wie wir erkennen, wann wir ihnen nicht trauen sollten](#)



"China, Japan und Südkorea vereinbaren Gespräche über Handelspakt" Die nächste Freihandelszone, mit allen Konsequenzen

<http://7.co/c48H84Sj>

14. May 2012 - 05:57

Aktuell kommentiert

[Gabi](#) bei [Gewinn mal: Ein neues Wir!](#)

[Herm](#) bei [Globaler Aktionstag am 12. Mai - aber wo ist was los?](#)

[Ilona](#) bei [Chinesische Taktiken für geschickte Campaigner](#)

[Frank](#) bei [Chinesische Taktiken für geschickte Campaigner](#)

[Marek](#) bei [Fleisch verbieten?](#)

Occupy Me!



Aktionen



[atomwaffenfrei.](#)
[jetzt](#)