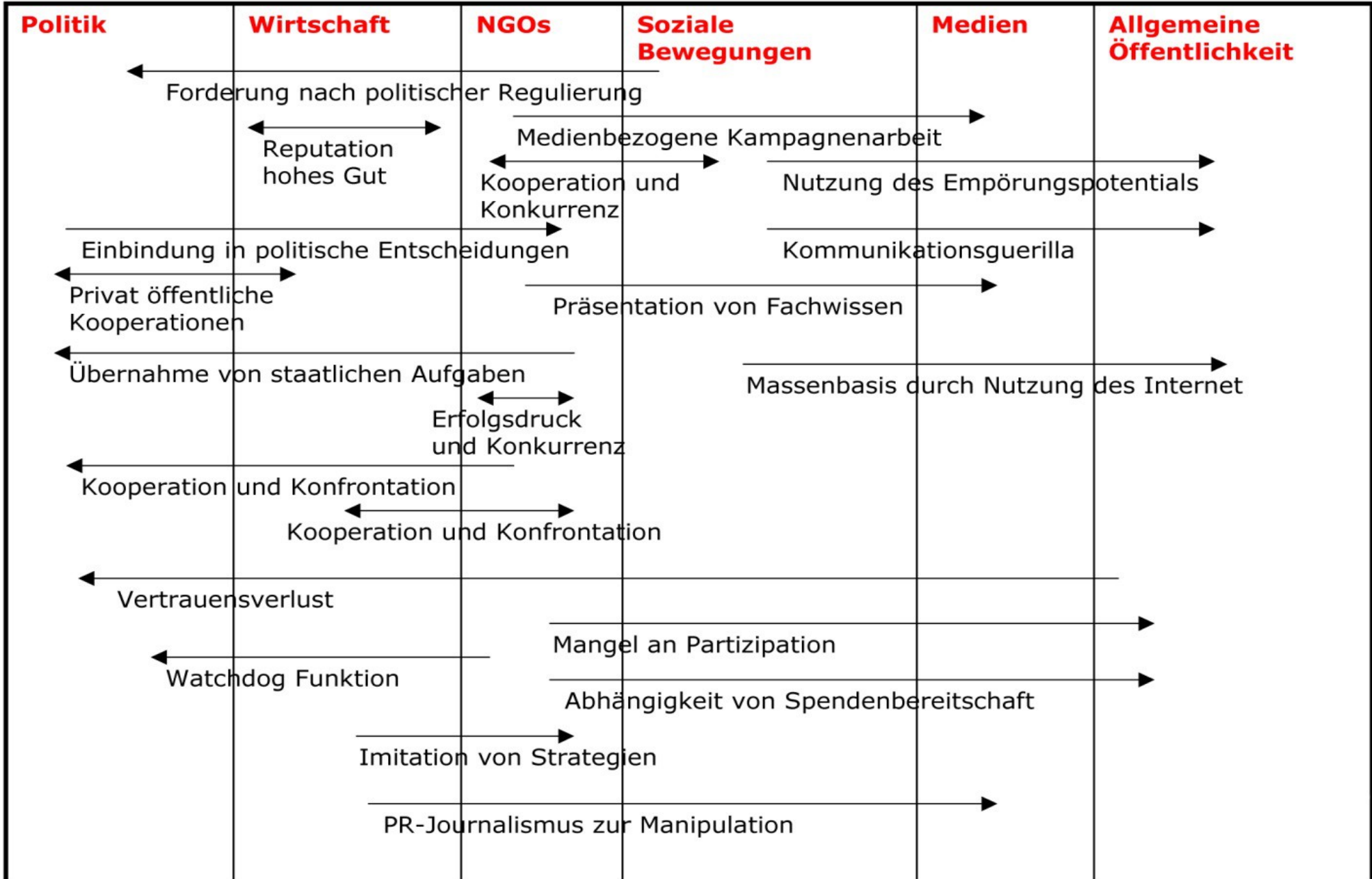


Input Recampaign 2015  
Solidarität als Marketing?  
Anne Jung  
medico international

## Interaktion in der Kampagnenarbeit



NGOs sind heute Bestandteil des politischen Herrschaft- und Regulationskomplexes.

**Erweiterter Staat (Gramsci)**

Rasanter Wachstum der Anzahl von NGOs führt zu starker Konkurrenz um (mediale) Aufmerksamkeit, um Spenden und Zuschüsse.

Strategieänderung der **Wirtschaft**:  
Dialog statt Konfrontation  
ermöglichte  
Kooperation mit NGOs und Politik.

**Social Sponsoring** und  
**Selbstverpflichtung** zur  
Imageverbesserung

Die Gefahr kooptiert,  
instrumentalisiert und in der  
Entscheidungsfreiheit  
eingeschränkt zu werden, wird von  
NGOs ausgeblendet.

Die neu entstandenen  
**Abhängigkeiten** verengen den  
Blick und wurden oft unmerklich  
verinnerlicht.

Fair Trade ersetzt  
Unternehmenskritik.

Die Ausgegrenzten werden durch  
uns zu **unfreiwilligen Komplizen**  
der einer zivil-wirtschaftlichen  
Kooperation.



**Solidarität wird zur Ware durch  
Entnennung von Verantwortlichen.**

NGOs orientieren sich an  
Wirtschaftsunternehmen.

# **Katalytische Philanthropie:**

Investition statt Spende

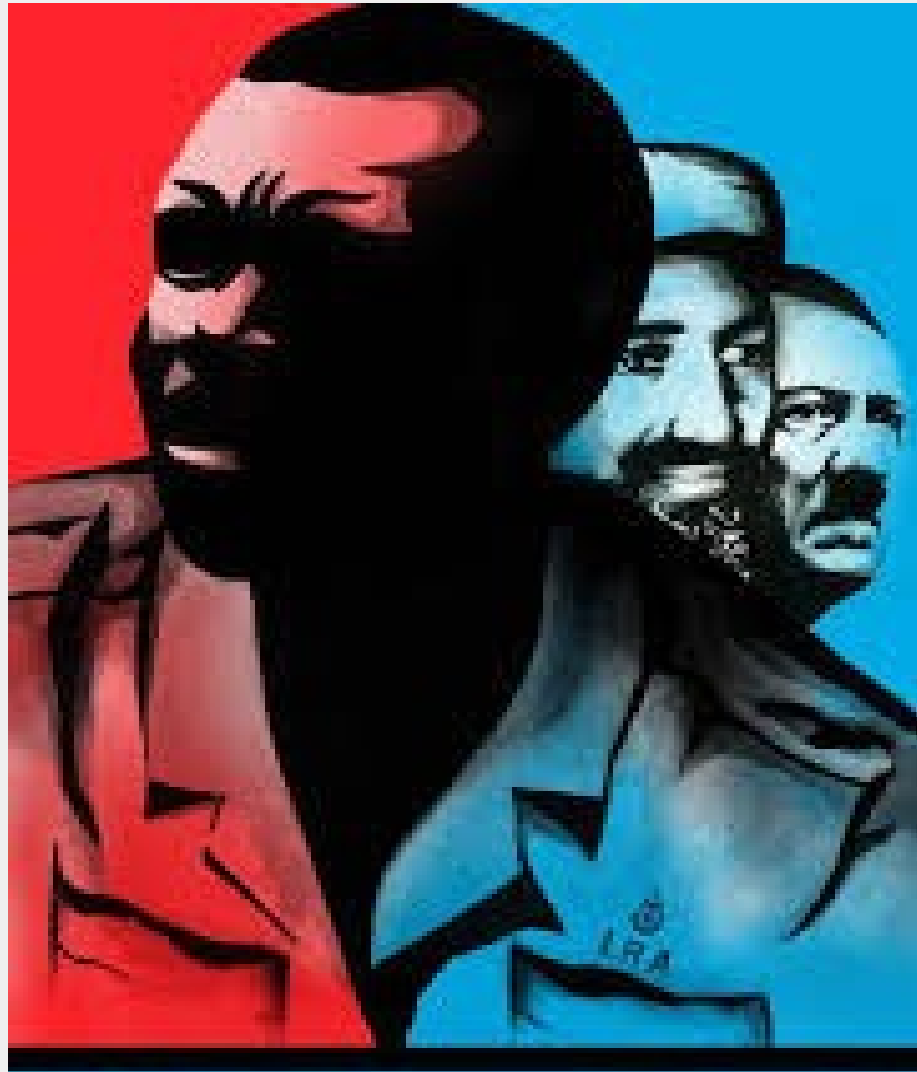
Unternehmergeist statt Mitleid

Vernunft statt Empathie

# **Philantropkapitalismus:**

Lindert Not, ohne danach zu streben, sie zu überwinden.

Entnennung der Verantwortlichen +  
Entnennung der Betroffenen  
= Namhaftigkeit der Wohltäter\_innen.



**KONY ▼ 2012**

THE WORST









# Posthumanitäre Kommunikation

Die Identifikation mit einer humanitären Marke ersetzt das politische Handeln.

Dies schafft die Voraussetzung dafür, eine politische Kampagne marktförmig zu nutzen.

**Kampagnen ohne Bewegung?**  
NGOs verlieren die Legitimität ihres Handelns, wenn sie auf die Mobilisierung und Partizipation einer breiten Unterstützerbasis verzichten.



# Lufthansa

GOES OFFLINE

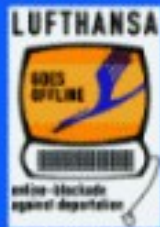


Internet-Demo gegen das Abschiebe-Geschäft

# 20. Juni 2001 #



...dem Kranich die Flügel stutzen



Infos / Uhrzeit /  
Downloads  
unter:

<http://go.to/online-demo> und <http://stop-depclass.scene.as>

**stop deportation.business**

© 2001, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines, Lufthansa German Airlines

## Online – Offline Solidarität

Online Demo 2001 mit  
10.000 Teilnehmer/innen  
antizipierte die  
Aktionsmöglichkeiten des  
Web 2.0.

Die Website von Lufthansa  
brach zusammen.

## **Solidarität und Globale Gerechtigkeit**

Die politische Unabhängigkeit und die Glaubwürdigkeit von NGOs als wichtigem Akteur von Gegenmacht kann durch Partizipation, Transparenz und auch dem Aufzeigen von Widersprüchlichkeiten gesichert werden.