

Andreas Höferl:

Willi Mernyi: Kampagnen und Aktionen erfolgreich organisieren

Willy Mernyi hat in den vergangenen Jahren viele große Aktionen und Kampagnen des ÖGB organisiert. Jetzt hat er seine Erfahrungen in einem Buch zusammengeschrieben. Es ist eine Handlungsanleitung für jeden, der - in großem oder auch kleinem Maßstab - vor allem die Medienöffentlichkeit für seine Anliegen interessieren möchte.

Der ÖGB sei eine Kampforganisation, stellt Mernyi schon einleitend klar. Wenn die Konflikte zunehmend in die Betriebe verlagert werden, müsse auch dort der Kampf verstärkt werden, lautet die klare Botschaft. Die Kampagnenfähigkeit der Gewerkschaft sei mittlerweile überlebenswichtig geworden.

Kampagnen seien Veränderungsprozesse, in denen es darum geht, ohne formelle Macht durch eine Serie von Kommunikationsereignissen das gewünschte Ziel zu erreichen. Das Ziel müsse daher ein positives und eigenständig erreichbar sein, es müsse motivieren und begeistern können. Sehr wichtig seien Mut, Spaß und Kreativität in allen Phasen einer Kampagne. *Wer interessieren will, muss provozieren*, meint Mernyi. Denn entscheidend sei, die Medien mit kreativen, ungewöhnlichen Aktionen zu interessieren. Erfolgreich sind Kampagnen oft, wenn „Events“ (Ereignisse) gestaltet werden. Ort und Kulisse sollen sorgfältig überlegt werden. Der Gegner müsse „personalisiert“ werden. Das Anliegen als eines der Allgemeinheit dargestellt werden. Es ist zweckmäßig, sich in den Gegner hineinzusetzen, Bündnispartner zu suchen, das Internet zu nutzen, Bilder zu gestalten.

Das Buch zeigt mit zahlreichen Fotos praktische Beispiele erfolgreicher Aktionen und Kampagnen und liefert damit zugleich viele Ideen und Impulse für eigene Maßnahmen. Es gibt auch Tipps, wenn die Kampagne einmal in eine Krise geraten sollte. Das Buch weist auf alle wichtigen rechtlichen Rahmenbedingungen etwa für Versammlungen oder Druckwerke hin. Und es enthält ein Checklist, nach der man vorgehen kann.

Willi Mernyi: Kampagnen und Aktionen erfolgreich organisieren, ÖGB-Verlag Wien 2005, ISBN 3-7035-1026-9, € 16,50