



COUNTER-FRAMES: DEBATTEN MIT GRÜNEN WERTEN GEWINNEN

EINLEITUNG

Im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 wurde die grüne Spitzenkandidatin Annalena Baerbock in über 45.000 Facebook-Posts angegriffen. Viele davon basierten auf Fehlinformationen und sogar Verschwörungstheorien. Bei Armin Laschet, dem Kandidaten der Union, waren es rund 7500. Bei Olaf Scholz, dem späteren Sieger der SPD, waren es 5500.

Hass und Desinformation sind leider ein immer häufigerer Bestandteil von Wahlkämpfen. In den letzten Jahren haben wir alle gesehen, wie gefährlich Rechtsextreme die Politik auf gefährliche Weise in Richtung Hass und Spaltung treiben. Grüne Kandidat*innen sind in ganz Europa den gleichen Angriffen ausgesetzt. Ihr bester Trick ist, Stimmen nicht durch Argumente oder Vernunft zu gewinnen, sondern durch Lügen und Verzerrungen, die mit den Ängsten und Emotionen der Menschen spielen.

Was wir tun können, um uns zu wehren und zu gewinnen, ist, einfache und wirksame Kommunikationsstrategien einzusetzen, um grüne und fortschrittliche Werte in den Mittelpunkt der politischen Diskussion zu stellen.

WAS SIND DIE GEGENNARRATIVE?

Als Teil der von den Europäischen Grünen erstellten Kampagnenunterstützung identifizieren die folgenden Gegenarrative einige der am häufigsten von Rechtsextremen (und anderen) gegen die Grünen verwendeten Angriffslinien. Diese Gegenarrative dienen nicht direkt der Bekämpfung von Desinformation, sondern sind Strategien, um die Debatte auf die wirklichen Probleme der Wähler*innen und die von den Grünen vorgeschlagenen Lösungen zu lenken.

Dieser Leitfaden wurde für Kandidat*innen und Wahlkämpfer*innen geschrieben und kann Ihnen bei der Vorbereitung auf Debatten und Medienauftritte helfen. Ihr könnt die Beispiele so verwenden, wie sie vorgegeben sind, oder sie an den politischen Kontext anpassen, um maximale Wirkung zu erzielen. Die folgenden Gegenargumente decken verschiedene gängige Angriffslinien ab, die wir immer wieder hören:

- Klima- und Umweltpolitik
- Lebenshaltungskosten und soziale Gerechtigkeit
- Migration
- Frauenrechte und LGBTI+-Themen
- Europa

Hinweis: Im Dokument wird auf das “Manifest” der Europäischen Grünen verwiesen. Dieses findet ihr [hier](#). Bitte beachtet, dass Unterschiede zu dem von uns BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN in Deutschland beschlossenen [Wahlprogramm “Was uns schützt.”](#) bestehen können.

ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE FÜR DIE REAKTION AUF RECHTSEXTREME ANGRIFFE

Kernbotschaft	<p>Wenn eine Sache im Gedächtnis bleibt, dann sollte es deine Kernbotschaft sein.</p> <p>Entscheide dich für die Botschaft, die du vermitteln möchtest, bevor das Gespräch überhaupt beginnt, und stelle sicher, dass du sie sagst. Sage sie mehr als einmal.</p>
Wann man sich engagieren sollte	<p>Entscheide, ob es sinnvoll ist, zu reagieren.</p> <p>Ob man auf einen Angriff reagiert oder nicht, ist immer eine Ermessensentscheidung. Die folgenden Punkte sind Überlegungen, keine Regeln.</p> <p>Argumente dafür:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gelegenheit zum „Hijacking“ - im Fernsehen und in den sozialen Medien sind Angriffe eine Chance für dich, deine Botschaft zu verbreiten. - „Im Keim ersticken“ - wenn Angriffe unbeantwortet bleiben, können sie sich von den Kommentaren in den sozialen Medien auf die Mainstream-Medien ausbreiten. Widerspruch und Reframing können helfen, ein Problem einzudämmen, bevor es groß wird. <p>Argumente dagegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verstärkung des Gegners - das Beantworten eines Angriffs kann ihn auch verstärken. Die Notwendigkeit einer Reaktion sollte auch gegen dieses Risiko abgewogen werden. - Beschimpfungen - Grüne Politiker sind bereits unverhältnismäßig vielen Beschimpfungen ausgesetzt. Wenn Sie sich lautstark gegen Angriffe zur Wehr setzen, führt dies häufig zu weiteren Übergriffen. Du solltest dich vergewissern, dass Du in der richtigen Position bist, um auf dich selbst aufzupassen.
Framing	<p>Entferne dich von dem gegen dich verwendeten Framing.</p> <p>Dein Gegner hat sich aus einem bestimmten Grund entschieden, dich zu einem bestimmten Thema anzugreifen. Akzeptiere dieses Framing nicht, sondern gehe auf das zugrunde liegende Problem ein.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angriff: „Migranten nehmen Wohnraum weg, der für unsere Leute da sein sollte.“ • Antwort: „Bezahlbarer Wohnraum ist schon lange viel zu knapp und das vor allem weil mit Wohnraum spekuliert wird und versäumt wurde, ausreichend bezahlbare Wohnungen zu bauen. Das werden wir ändern.“

Bedingungen der Debatte	<p>Vermeiden Sie schlechte Metaphern.</p> <p>Bestimmte Arten, über politische Themen zu sprechen, sind Fallen. Verwendet sie nicht, auch wenn sie in der politischen Debatte zum „Standard“ zu werden scheinen. Sprecht stattdessen über die wirklichen Probleme und Grundwerte, um die es geht.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schlechte Metapher: „Flüchtlingswellen“ • Eine bessere Alternative: „Menschen, die Schutz suchen“. • Schlechte Metapher: „Gender-Ideologie“. • Bessere Alternative: „der Kampf für Gleichberechtigung“.
Verneinung	<p>Vermeide Verneinungen.</p> <p>Gegenargumente können Zeitverschwendung sein, wenn sie nur die Angriffe Ihrer Gegner wiederholen. Führe das Gespräch so, dass du deine Argumente zu dem Thema vortragen kannst.</p> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angriff: „Die EU tut nichts für uns. Sie ist eine nutzlose Bürokratiemaschine.“ • Sage nicht: „Es ist nicht wahr, dass die EU nichts tut. Die EU ist sehr wichtig für den Schutz der Rechte und den Klimaschutz. Schauen Sie sich zum Beispiel das Gesetz zur Wiederherstellung der Natur (Nature Restoration Law) und die Mindestlohnrichtlinie an.“ • Sage stattdessen: „Im Jahr 2023 haben wir eine Vereinbarung über Mindestlöhne durchgesetzt, die Millionen von Europäer*innen mehr Lohn bringen wird. Dieses Jahr haben wir für ein neues Gesetz zum Schutz natürlicher Lebensräume (Nature Restoration Law) in der gesamten EU gekämpft. Wer die Grünen wählt, wählt Menschen, die für ein gerechteres und grüneres Europa kämpfen.“



COUNTER-FRAMES: DEBATTEN MIT GRÜNEN WERTEN GEWINNEN

Werte	<p>Werte sind das, was Grüne und Progressive eint.</p> <p>Die Grünen sind durch eine Reihe von Grundwerten vereint, die in der gesamten Gesellschaft Anklang finden, wie Fairness, Gerechtigkeit, Freiheit, Nachhaltigkeit, Frieden, Fürsorge und Demokratie.</p> <p>Sprich diese Werte an, wenn du auf Angriffe reagierst. Verteidige diese Werte durch Maßnahmen, anstatt für Maßnahmen zu argumentieren. Wenn du Politik erwähnst, verknüpfe sie deutlich mit den Anliegen der Wähler:</p> <p>Beispiel: Eine gerechte Gesellschaft bedeutet bessere öffentliche Verkehrsmittel, bezahlbare Wohnungen und echten Naturschutz. Genau darum geht es beim Green and Social Deal.</p>
Sei mutig	<p>Mut ist der Schlüsselbegriff der gemeinsamen Kampagne der europäischen Grünen.</p> <p>Und warum? Mut steht für eine ganze Reihe von Emotionen: Hoffnung, Empathie und Führungsstärke. Bei dem Wort geht es um Mobilisierung.</p> <p>Sprich mutig und benutze das Wort „Mut“. Wir Grünen führen den Kampf und bieten eine Alternative.</p>

STRUKTURIERUNG EINER NACHRICHT

Aktivist*innen haben wirksame und bewährte Strategien entwickelt, um Botschaften zu formulieren, die ankommen und überzeugen. Behalte die folgende Formel im Kopf, wenn du Botschaften vorbereitest und auf Angriffe reagierst.

Angriffe	„Migranten nehmen Sozialwohnungen in Beschlag, die eigentlich an unsere Leute gehen sollten.“	
Schritt 1 - Werte	Beginne mit gemeinsamen Werten.	„Wir sind alle stolz darauf, in einer Gesellschaft zu leben, die die Schwächsten schützt.“
Schritt 2 - Gegner	Gegner – Benenne das Problem und verbinde es mit einem Gegner.	„Wenn Menschen auf der Straße schlafen, sollten wir nicht auf diese rechtsextremen Politiker hören, die sich aussuchen wollen, um wen wir uns kümmern.“



COUNTER-FRAMES: DEBATTEN MIT GRÜNEN WERTEN GEWINNEN

Schritt 3 - Sieg	Zeige, dass wir zurückschlagen und gewinnen können. Konzentriere dich auf das Ergebnis.	„In Städten und Regionen haben die Grünen eine Gesetzgebung durchgesetzt, die dafür sorgt, dass niemand im Winter obdachlos sein muss, unabhängig von seiner Herkunft. Im Europäischen Parlament haben wir eine Gesetzgebung durchgesetzt, die die Finanzierung von Renovierungen für Menschen, die besonders durch hohe Energiepreise belastet sind, unterstützt und den Schutz von Mietern verbessert.“
Schritt 4 - Vision	Appelliere an das, wofür wir als Grüne stehen.	„Gemeinsam haben wir den Mut, Europa zu einem Ort zu machen, an dem jeder ein sicheres, komfortables und angemessen Zuhause hat.“
Schritt 5 - Aufruf	Mache einen klaren Aufruf zum Handeln.	„Deshalb sollten Sie sich uns am 9. Juni anschließen, um die Beendigung der Obdachlosigkeit und die Bekämpfung der Armut zu einer Priorität in ganz Europa zu machen.“

Diese Messaging-Formel basiert auf der [Race Class Narrative Action](#)-Arbeit, die in den Vereinigten Staaten von der Aktivistengruppe We Make the Future entwickelt wurde. Kostenlose Tools und Beispiele dafür, was zu tun und was nicht zu tun ist, findest du online

- [Race Class Narrative \(RCN\) Messaging Checklist](#)
- [Guide to Messaging Our Freedoms](#)