

führen, aber auch eine kreative Form der Vermittlung zu einer bestimmten Aktion sein. So z.B. bei einer Tierrechtsaktion zum Thema Pelzhandel in der Bielefelder Innenstadt, wo Fußgänger gefragt wurden, ob es auf der Erde üblich sei, Verwandte zu ermorden, um sich in ihrer Haut vor der Kälte zu schützen. Oder bei Fahrkartenkontrollen interviewt ihr Fahrgäste und Kontrollletts, was der Sinn vom Bezahlen ist, ob die Züge dadurch schneller fahren, was der gigantische Kontrollaufwand bringt usw. Das Team muss mindestens aus drei Marsmenschen bestehen: ein_e Moderator_in/Interviewer_in und zwei weitere Personen, die einen aus Stoff ausgeschnittenen Fernsehbildschirm halten. Hinter dem Bildschirm steht die_der Interviewer_in und stellt knackige Fragen. Die Polizei kann bei Eintreffen in die Aktion gut mit einbezogen werden. Auch bei Repression gegen Demo oder Blockade usw. kann Mars-TV sehr gut einschreiten.

- **Clowns Army:** In deutlich skurrilen Armeeuniformen verkleidet verhalten sich die Spieler_innen extrem albern-nervig. Zwar agieren sie als Gruppe (z.B. dort Gleichschritt oder militärischem Gruß), aber alle wählen eigene Formen des Störens von Seifenblasen über Trillpfeifen oder Singen. So stören sie offizielle Anlässe oder belästigen Ordnungshüter_innen.

Eine besondere Möglichkeit ist das versteckte Theater. Gemeint ist eine gespielte Situation, von der aber nicht auffällt, dass sie künstlich erzeugt ist. Beispiele, die es schon gegeben hat:

- **Gratis„einkauf“** (Kritik an Preisen): Ein Mensch sammelt Waren im Supermarkt ein, geht zur Kasse und sagt dann während des Einscannens etwas wie „Ich habe übrigens kein Geld. Aber es ist doch genug für alle, da kann ich das doch auch so mitnehmen, oder?“ In der Regel entsteht ein Gespräch. Sinnvoll ist das alles, wenn Schlangen an den Kassen sind. Denn die Menschen dort sind der angesprochene Kreis. In dieser Schlange können - unerkannt - weitere Personen aus der versteckten Theatergruppe sein, die je nach Lage in das Gespräch eingreifen.
- **Wegguckeritis:** Ein sexistischer, rassistischer oder sonst diskriminierender Übergriff wird im öffentlichen Raum (Fußgänger_innenzone, Restaurant, Waggon, Schulhof ...) nachgestellt. Danach diskutieren Menschen, die nicht an der eigentlichen Szene beteiligt waren, mit den Umstehenden darüber, warum sie wegge-guckt/nicht eingegriffen haben (bzw. für den seltenen Fall, dass jemand eingreift, warum das gut war).

Viele weitere Beispiele sind möglich. Etliche finden sich zusammen mit Tipps auf der Infoseite zu Straßentheater: www.mars-tv.de.vu.

Darbietungen

Langweilige Latschdemos bringen wenig Kommunikation. Reines Flyerverteilen erinnert an Firmen oder Sekten. Es lohnt daher, sich kleine Sachen auszudenken.

- **Musik:** Selbst komponieren oder, meist einfacher und schneller, bekannte Melodien mit neuem Text versehen. Dann können auch andere gleich mitsingen. Wer Liederzettel an die Umstehenden verteilt und sie zum Mitsingen/-gröhlen einlädt, kann so auch Gespräche anzetteln. Beispiele für kreative Texte auf populäre bis peinliche Musik als Gag und Aufmerksamkeitsstifter (mit Akkorden) unter www.projektwerkstatt.de/lieder. Sie mögen eher als Anregung denn als Kopiervorlage dienen. Manches ist sehr einfach. Dichtet doch selbst mal weiter: „Im Ort hier steht ein Irrenhaus, wir holen alle Irren raus, damit in dieser öden (schönen?) Stadt, das Menschenrecht 'ne Chance hat“ ...
- **Tanzen:** Auf der Straße tanzen und dabei politische Inhalte (per Parolen, Spruchbänder, Kreide usw.) rüberbringen. Kann bei politischer Ausrichtung als Demo angemeldet, um auch den Straßenraum zu erobern.
- **Artistik:** Alles flutscht besser, wenn es spektakulär rüberkommt. Schon das Verteilen von Flugblättern geht besser vom Einrad oder von hohen Stelzen. Akrobatik kann Menschen ebenso aufmerksam machen wie Musik oder Theater. Andere können dann den Zuschauenden Flyer in die Hand drücken.

- Straßengemälde oder wenigstens ein paar Sprüche mit Kreide malen.

Kommunikationsguerilla

Diese Welt ist durchzogen von Codes, Labels und Moden. Sie ist aufgeladen mit Autorität. Ob Lieschen Müller etwas sagt oder „der Vorsitzende der SPD X-Stadt“, der „Präsident von und zu“ oder der „Direktor der blablabla“, macht einen Unterschied. Anstrengend bis chancenlos erscheint, sich selbst die gleiche Wirkung beschaffen zu wollen wie die Berühmtheiten oder Autoritäten dieser Welt. Und doch gibt es einen Trick, um die wichtige Gegenöffentlichkeit und eigene Vermittlung zu erreichen: Die Subversion. Sie ist so etwas wie japanische Kampfkunst auf politische Aktion angewendet: Die Wucht des Gegners nutzen für die eigenen Ideen. Zum Beispiel statt zum x-ten Mal gegen die Agenda 2010 wettern, diese noch überdehnen und als SPD-Gruppe die Erweiterung Agenda 2020 ankündigen. Oder verdeckt als Straßentheater agieren. In einer Veranstaltung statt protestieren sich überidentifizieren mit den benannten Zielen - „Law and Order“ und Zwangsbehandlungen, Wirtschaftsorientierung oder Aufrüstung bejubeln und selbst einfordern. Plakate nicht mehr überall selbst kleben, sondern bestehende unauffällig, aber die Aussage verdrehend verändern. Mehr findet Ihr in der Aktionsbroschüre „Kommunikation subversiv“ und auf www.direct-action.de.vu.

www.aktionsversand.de.vu

Reader „Direct Action“
Aktionstipps zu Straßentheater, Kommunikationsguerilla, kreativen Demonstrationen und mehr. A4, 68 S., 6 €

Reader „Selbstorganisation“
Tipps zum Leben ohne Geld: Essen, Bewegen, Wohnen usw. A4, 56 S., 6 €

Blockadefibel
Tipps für Blockaden, Lock-Ons, Besetzungen und mehr. A5, 52 S., 2 €.

Direkte Aktionen
oder
Die kleine Blockadefibel

Direct-Action-Hefte im A5-Format
Themen: Aneignung, Subversion, Protestlieder, kreative Antirepression, Umgang mit Polizei, Antisexismus, kreativ demonstrieren, Gerichtsverfahren, Genversuchsfelder, Schlossöffnung, Blockadetipps und mehr (siehe im Internet). 1 oder 2 €.

DVD „Die Mischung macht's“
Ton-Bilder-Schau zu Widerstandsstrategien (am Beispiel Agrotechnik). 7 €

Direct-Action-Kalender
Handlich, praktisch, gefährlich ... mit vielen Aktionstipps. A6, ca. 4 €.

Die Mischung macht's
Das kleine Buch zum Dialog mit Widerstand

Direct Action
Achtung! Polizei!

Kreative Antirepression

Kommunikation subversiv

Die Mischung macht's

Direct Action Kalender 2015

Direct Action
Selbst-organisierung

Direct-Action und kreativer Widerstand