

Fridays for Future

Vom Phänomen Greta Thunberg, medialer Verkürzung und geschickter Mobilisierung: Zwischenbilanz eines Höhenflugs

Von Dieter Rucht und Moritz Sommer

Fridays for Future (im Weiteren F4F) muss man nicht mehr vorstellen. Diese politische Kampagne ist in mehrfacher Hinsicht erstaunlich. Wie kann es sein, dass eine Gruppierung, die überwiegend von politisch wenig erfahrenen Schülerinnen und Schülern getragen wird und in der schon länger bestehende Organisationen nur eine randständige Rolle einnehmen, binnen kurzer Zeit einen derart phänomenalen Aufstieg erlebt? Immerhin ist die Kampagne in vielen Ländern präsent und ihre Vertreterinnen – allen voran Greta Thunberg – sprechen auf nationalen und internationalen Konferenzen; sie kann bei herausgehobenen Anlässen allein in Deutschland mehrere Hunderttausend Teilnehmer auf die Straße bringen; sie hat eine außerordentliche Medienpräsenz erlangt, ein sehr erfolgreiches Agenda-Setting betrieben und wird von einer breiten Welle der Sympathie getragen. F4F politisiert vor allem Teile der Jüngeren. Wahrscheinlich steigert ein derartiges Engage-

ment in jungen Jahren das generelle Interesse an gesellschaftlichen und politischen Fragestellungen und wirkt sich auf das spätere Engagement aus. Ob F4F auch greifbare Resultate in der Klimaschutzpolitik erzielt, bleibt abzuwarten. Für die Protest- und Bewegungsforschung bietet die Kampagne insofern eine Herausforderung, als sich an diesem Fall Tauglichkeit und Grenzen gängiger Erklärungskonzepte überprüfen lassen.

Erklärungsversuche

Einzelne Politiker und Journalistinnen haben meist ad hoc diverse Erklärungen für den kometenhaften Aufstieg der Kampagne angeboten. In diesem Zusammenhang werden vor allem fünf Faktoren genannt: (1) Greta Thunberg als ein Rollenmodell, (2) die Attraktivität des Protests als eine Sache von „Schulschwänzern“, (3) die Anziehungskraft schlichter Forderungen an einen in seiner Komplexität schwer zu durchschauenden Politikbetrieb, (4) die Mobilisierungs-

effekte von auf digitaler Kommunikation beruhenden sozialen Netzwerken und (5) die Rolle von externen „Strippenzieherinnen“, welche die jungen und unbedarft erscheinenden Protestierenden vermeintlich manipulieren.

Für jede dieser Deutungen ließen sich vereinzelte Belege beibringen. Allerdings, so unsere These, handelt es sich um Erklärungen, die monokausal wenig erhellen und wichtige Faktoren außer Acht lassen. Wir betonen dagegen das Zusammenwirken von Faktorenbündeln. Dabei blicken wir in erster Linie auf den deutschen Fall.

Der (Resonanz-)Boden

Die Klimapolitik als drängendes, aber politisch umstrittenes Feld wurde über die engeren wissenschaftlichen wie politischen Fachkreise hinaus immer mehr auch in der breiten Öffentlichkeit diskutiert. Dazu beigetragen haben Befunde und Warnungen des Weltklimarats und nationaler Forschungseinrichtungen, enttäuschte Erwartungen an frühere Klimakonferenzen (insbesondere Kopenhagen 2009), der globale Durchbruch auf der Pariser Klimakonferenz von 2015, aber auch die Leugnung des Klimawandels durch US-Präsident Trump und seine Entscheidung, aus dem Pariser Abkommen auszusteigen – eine Position, die von mehreren rechtspopulistischen Parteien, so auch der AfD, geteilt wird. Damit wurden die öffentliche Aufmerksamkeit und der Streit um die Klimaproblematik zum Dauerbrenner.

Die Resonanz des Klimathemas in Deutschland verdankt sich auch dem Sachverhalt, dass hierzulande eine relativ starke, gut organisierte Ökologiebewegung besteht, die mit dem politisch beschlossenen und bis 2022 zu

vollziehenden Ausstieg aus der Atomkraft eines ihrer zentralen Ziele erreicht hat und damit frei gewordene Energien im Sinne eines „movement spillover“ auf ein anderes Terrain lenken konnte.

Verstärkt wurde die Aufmerksamkeit für die Klimafrage durch den Streit um den Abbau von Braunkohle in den verbleibenden Tagebaustätten Deutschlands. Insbesondere der Konflikt um das Hambacher Kohlerevier entwickelte sich zum Brennpunkt mit bundesweiter Aufmerksamkeit. Ausgehend von diesem lokalen Konflikt ließ sich unschwer ein Bogen spannen zu Fragen der nationalen Energie- und schließlich der globalen Klimaschutzpolitik. Es war dieser Konflikttherd, der vermutlich zur Einsetzung der Kohlekommission durch die Bundesregierung und zu dem Beschluss beigetragen hat, bis 2038 auf den Energieträger Braunkohle zu verzichten.

Zeitgleich entwickelte sich ausgehend vom sogenannten Dieselskandal eine grundsätzliche Debatte um die Verkehrspolitik, die Besteuerung unterschiedlicher Energieträger und die Förderung energietechnischer Innovationen, die ebenfalls Brückenschläge zur Klimaschutzpolitik und Klimabewegung erlaubte. Mit diesen Entwicklungen war insbesondere in Deutschland der Boden für eine Kampagne wie F4F bereitet.

Der Zünder Greta Thunberg

Der zunächst durchgängige, dann wöchentliche „Schulstreik“ der Schwedin Greta Thunberg war für Massenmedien auch wegen der Konstellation David gegen Goliath von großem Interesse. Zum Zweiten agierte Thunberg zunächst im Alleingang. Zum

Bild nur in Printausgabe verfügbar

Dritten erstaunte sie durch die paradoxe Verbindung eines kindlichen Erscheinungsbilds mit einem selbstbewussten, aber nicht selbstverliebten Auftreten.

Ihre eigene Generation sprach Thunberg in dreifacher Rolle an: als verletzlich wirkende junge Person, als Schülerin, die sich der Schulpflicht im Namen eines höheren Zieles verweigert, und als kompromisslose Mahnerin, die allen Erwachsenen ins Gewissen redet. Ihre medienwirksamen Auftritte verdeutlichten die Bedeutung jugendlichen Engagements auch für bisher wenig politisch interessierte Schülerinnen.

Die konkrete Zielsetzung

Für die verbal bekundete wie handlungspraktische Unterstützung von F4F war es hilfreich, dass die Kampagne von ihren Anfängen bis heute an ihrer relativ engen Zielsetzung festhielt, der Einhaltung des Pariser Abkommens zum Klimaschutz. Im

Unterschied zu vielen anderen Bewegungen widerstand sie der Gefahr, sich thematisch zu verzetteln und letztlich zu lähmen.

Ein weiterer Vorteil: F4F wird nicht als Koalition der Neinsager wahrgenommen, sondern beharrt auf der Einhaltung von Zielen, auf die sich die internationale Staatengemeinschaft vertraglich verpflichtet hat. Damit offenbart sie die mangelnde Handlungsbereitschaft der Entscheidungsträger in der Klimapolitik. Der unbescheidene Gestus der „Rettung der Zukunft“ ist verbunden mit der systemimmanent und pragmatisch erscheinenden Forderung, den Anstieg der Erderwärmung bis zu einem absehbaren Datum auf möglichst 1,5 Grad zu begrenzen. Wie das zu erfolgen hat, bleibt der Politik überlassen. Es handelt sich somit um ein weitgehend konsensträchtiges Anliegen, das in seiner Konkretion des Allgemeinen wenig Raum für bitteren Streit bietet.

Effektive Organisationsstruktur

In organisatorischer Hinsicht entstand F4F gleichsam aus dem Nichts. Es gab keine bestehende Organisation, kein Bündnis. Darin ähnelt F4F den Occupy-Bewegungen in westlichen Ländern und auch Pulse of Europe. Anders als Occupy entwickelte F4F aber eine lockere und informelle Struktur und entsprach dem Verlangen der Medien nach „Vertreterinnen“, „Sprechern“ oder zumindest „Gesichtern“ der Bewegung.

F4F kann sich auf bewährte Strukturen der Schulen stützen

Neben der kleinen Kerngruppe, die mit Luisa Neubauer immerhin eine organisationserfahrene Person aufweist, entstanden im deutschen Netzwerk schon früh sich selbst rekrutierende und arbeitsteilig vorgehende Organisationsteams auf nationaler und teilweise auch auf lokaler Ebene.

Auf Landes- und stärker noch auf Ortsebene spielen Organe und Strukturen der Schülermitverwaltung eine wichtige Rolle. F4F stützt sich auf zwar thematisch nicht einschlägige, aber eben auf an allen Schulen bestehende Strukturen mit formal legitimierten und auch wortgewandten Vertretern. Ähnlich wie Fabriken und Universitäten sind Schulen „soziale Relais“, die sich hervorragend auch für Zwecke der Protestmobilisierung eignen. Die Charakterisierung von F4F als einer sich selbst generierenden Bewegung von Schülerinnen hat also einen wahren Kern. Sie kommt auch medialen Präsentationswünschen entgegen, die dieses Bild (über-)zeichnen, indem etwa auf Fotostrecken vorzugsweise sehr junge Schülerinnen gezeigt werden.

Allerdings ergeben unsere Befragungen und Beobachtungen ein dif-

ferenziertes Bild hinsichtlich der Altersstruktur. Das Verhältnis von Schülern und Erwachsenen war ungefähr ausgeglichen (aus forschungsethischen Gründen wurden nur über 13-Jährige befragt): Die Gruppe der 14- bis 19-Jährigen entspricht 52 Prozent, die der 20- bis 25-Jährigen 19 Prozent, immerhin ein weiteres Fünftel ist mindestens 36 Jahre alt.

Das Bild einer vollständig selbstorganisierten Kampagne ist teilweise auch insofern zu relativieren, als F4F in Deutschland von Anfang an logistische Unterstützung durch Organisationen wie Greenpeace, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland und Campact fand. Diese externe Hilfestellung hat zum Höhenflug der Kampagne beigetragen, im Gegensatz zur breiten und insgesamt wohlwollenden Berichterstattung aber keinen entscheidenden Anteil.

Mobilisierung via Medien

Eine Teilerklärung für die mediale Sichtbarkeit und die F4F entgegengebrachte mediale Sympathie liegt nicht nur in objektiv gegebenen Nachrichtenwerten, sondern auch in einer insgesamt geschickten Mobilisierungs- und Medienarbeit. Ohne entsprechende logistische Vorleistungen und eine effektive Überzeugungskommunikation wäre es nicht möglich, Woche für Woche an vielen Orten viele Menschen auf die Beine zu bringen und zu Aktionstagen wie dem 15. März 2019 allein in Deutschland Hunderttausende zu versammeln. F4F profitiert dabei von seinem jugendlichen Gepräge, aber auch von seiner pragmatischen Herangehensweise, bei der Improvisation gegenüber Perfektion den Vorrang hat. Diese unabdingbare Organisationsarbeit hätte jedoch

nur bescheidene Mobilisierungseffekte, würde sie nicht von wirkmächtigen Deutungsstrategien (framing) begleitet, die wiederum positiv auf die Motivation der Organisatorinnen und sonstigen freiwilligen Helfer zurückwirken.

Die Kampagne bietet einfache und resonanzfähige Elemente eines kompletten Framing-Pakets. Das „prognostic framing“ beschwört die dramatischen Folgen eines irreversiblen Klimawandels, der den Verlust einer gesicherten Zukunft mit sich bringen würde. Nichts weniger als das langfristige Überleben der Menschheit steht also auf dem Spiel.

Das „diagnostic framing“ richtet sich auf das Versagen gesellschaftlicher und insbesondere politischer Eliten, die – vor allem unter dem Druck mächtiger Wirtschaftsinteressen – das nötige Umsteuern vermissen lassen und nicht einmal bereit oder fähig sind, ihre eigenen, ohnehin nicht sehr weitreichenden Versprechen einzuhalten.

Das „motivational framing“ betont die eigene Rolle und Verantwortung, insbesondere die Rolle der jungen Generation, Druck auf die politischen Entscheidungsträger auszuüben, sich aber auch im alltäglichen Lebensstil und Konsumverhalten den Notwendigkeiten anzupassen. Die Protestierenden von F4F sind weder resigniert noch politikverdrossen: 60 Prozent der Befragten glauben, dass politische Entscheidungen den Klimawandel eindämmen können.

Es ist vor allem diese Mischung von Katastrophenszenario und Rettungsmission, die in den Aussagen der Kampagne im Mittelpunkt steht und angesichts manch kritischer Vorhaltungen (Ideologie eines „Kinder-

kreuzzugs“, so Stefan Aust) auch Allianzpartner auf den Plan ruft.

Perspektiven

Zentrale Herausforderung für F4F ist die Schwierigkeit, das Momentum auf Dauer zu stellen. Wie kann es gelingen, den Druck aufrechtzuerhalten oder gar zu verstärken, um am Ende auch die geforderten politischen Maßnahmen zu erzwingen? Abgesehen von ihren Mobilisierungshöhepunkten hat sich der auf den Straßen sichtbare Zulauf bereits abgeschwächt. Die Wiederholung des immer Gleichen wird diesen Trend verstärken. Die Steigerung des Konfliktniveaus durch Aktionen zivilen Ungehorsams wäre riskant.

Ein baldiges Verschwinden von F4F ist unwahrscheinlich. Aber wie will eine Kampagne ihrer drohenden Auszehrung, Veralltäglicung und Konventionalisierung entgehen, die bisher vor allem vom Kapital ihrer Außeralltäglichkeit lebt?

Eine dauerhaft sichtbare Präsenz könnte schwierig werden



Dieter Rucht

ist Vorstandsmitglied beim Institut für Protest- und Bewegungsforschung und Senior Fellow am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.



Moritz Sommer

leitet die Geschäftsstelle am Institut für Protest- und Bewegungsforschung in Berlin.