

KAMPAGNE FÜR NULLTARIF

Dies ist ein Vorschlag für eine breite Kampagne für einen Nulltarif in Bussen und Bahnen, die aber – obwohl selbst schon eine sehr forschende Forderung – der Aufhänger für mehr, nämlich eine komplette Verkehrswende sein soll.

Neben dem fahrscheinlosen öffentlichen Personenverkehr geht es um:

- Die umfangreiche Zurückdrängung des motorisierten Individualverkehrs, komplett aus den Innenstädten, aber auch sonst möglichst weitgehend.
- Den Aufbau eines leistungsfähigen und engmaschigen öffentlichen Verkehrsnetzes mit intelligenten Zubringersystemen zu den Ein-/Ausstiegspunkten (Fahrräder/EBikes, Bürger*innenbusse, Taxis usw.) unter Nutzung der freiwerdenden Autoverkehrsflächen und –einrichtungen.
- Attraktive Fahrradstraßen bis in die Innenstädte und Fußgänger*innen „meilen“ nicht nur in den Innenstädten, sondern auch in den Stadtteilzentren und als Verbindung zwischen diesen bzw. zur Innenstadt, zu Naherholungsgebieten usw. – ebenfalls unter Nutzung der freiwerdenden Autoverkehrsflächen und –einrichtungen.
- Umbau weiterer freiwerdender Autoverkehrsflächen und –einrichtungen für städtebauliche Zwecke.
- Viele kleine Maßnahmen zur Verbesserung einer umwelt- und sozial gerechten Mobilität mit gleichen Zugangsmöglichkeiten vom Angebot an Lastenrädern bis zu besserer Mitfahrkoordination.

Warum der Aufhänger „Nulltarif“?

Der fahrscheinlose öffentliche Personenverkehr betrifft (fast) alle, zum einen wegen der Veränderung in der Kostenfrage, zum anderen wegen der damit notwendig verbundenen Erweiterung der Angebote an Bussen, Bahnen und Zubringersystemen. Die Einführung eines Nulltarifs ist zudem kaum als alleinstehende Maßnahme denkbar, sondern macht nur Sinn bzw. kann nur erfolgreich verlaufen, wenn er mit den oben genannten weiteren Maßnahmen verbunden wird. Nulltarif steht daher für mehr, kann aber ein guter Aufhänger sowohl für umwelt- als auch sozialpolitische Ziele sein. Darauf wird es in Zukunft ohnehin mehr ankommen: Ökologische und soziale Ziele miteinander verbinden!

1. Politische Forderungen und Handlungsmöglichkeiten

Viele gesellschaftliche Veränderungen werden zwar im öffentlichen Raum angestoßen, bedürfen aber zumindest zur Vollendung des formalen Beschlusses von Gremien, sei es im Rahmen eines Gesetzes, finanzpolitischer Entscheidungen, Anweisungen an Verwaltung oder Vereinbarungen mit Unternehmen, in Verkehrsverbänden usw. Im Folgenden seien solche Maßnahmen aufgezählt (sicher nicht vollständig, Ergänzungen erwünscht).

a. Überregional

Sowohl Landes- wie auch Bundespolitik setzen wichtige Rahmenbedingungen durch Gesetze und Finanzierungsprogramme, aber auch durch die Gestaltung ihrer eigenen Verwaltungen und Zuständigkeitsbereiche. Es geht um die Durchsetzung von Dauertickets für immer weitere Teile der Bevölkerung: Semestertickets, Jobtickets für Bedienstete im öffentlichen Dienst, für Schüler*innen, nach und nach für immer mehr Unternehmensbereiche, für Bedürftige, bestimmte Altersgruppen usw. Hier wird vor allem die Politik gefragt sein, selbst zu handeln, Rahmenbedingungen zu setzen und Angebote zu unterbreiten. Ziel ist, sich Stück für Stück dem Nulltarif annähern, damit am Ende die Aufrechterhaltung des Fahrkartenwesens für eine kleine übrigbleibende Menge von Menschen nicht mehr lohnt und vor allem sozial

sehr ungerecht wäre, da die aufgrund der Verhältnisse „Abgehängten“ auch hier mal wieder übersehen werden dürften.

Konkrete Handlungsmöglichkeiten:

- Parlamentarische Initiativen: Gesetzesvorschläge, weitere Anträge, Anfragen.
- Petitionen und Unterschriftenaktionen (da diese aber nur appellieren, wäre eine Begleitung durch verschiedene Aktionen sinnvoll)

Zu den bundespolitischen Forderungen gehört die Entkriminalisierung des Fahrens ohne Fahrschein. Der § 265a StGB ist so zu ändern, dass Schwarzfahren (zumindest die Variante ohne aktive Manipulation) nicht mehr strafbar ist. Die 60 Euro blieben davon unabhängig bestehen. Die Einführung einer Ordnungswidrigkeit ist daher auch überflüssig.

Konkrete Handlungsvorschläge als Teil einer gemeinsamen Kampagne:

- Einbringung einer ePetition an den Bundestag zu einem breit abgesprochenen Zeitpunkt. Denn da eine solche ePetition immer genau 4 Wochen online ist, sollte dafür eine passende Kampagnenphase ausgewählt werden. Auch hier gilt: Der Einsatz für die Entkriminalisierung des Schwarzfahrens dient der Thematisierung sozialer Ungerechtigkeit und ökologischer Folgen aktueller Mobilitätsformen sowie der Forderung nach einem Nulltarif und einer Verkehrswende insgesamt.
- Zu prüfen wäre, ob Volksbegehren auf Landesebene in den Ländern, wo das formal möglich ist, machbar bzw. sinnvoll sind.

b. Kommunal

Hier gilt zum einen das Gleiche wie für Bundes- und Landesebene. Alle kommunalen Sphären können ihre eigenen Bereiche umorganisieren und zudem für ihren Einflussbereich Schritt für Schritt den Nulltarifs durchsetzen, z.B. für bestimmte Tage (Samstags/Sonntag, Ferien), für besondere Veranstaltungen (Feste, Sportveranstaltungen, Konzerte, Hesttag usw.).

Ziel ist auch hier, sich Stück für Stück dem Nulltarif annähern, damit am Ende die Aufrechterhaltung des Fahrkartensystems für eine kleine übrigbleibende Menge von Tagen nicht mehr lohnt, dafür das Fahrkartensystem aufrecht zu erhalten.

Praktische Handlungsebenen sind ebenfalls die Parlamente, aber auch direkte Kontakte zu Veranstalter*innen usw.

- Stück-für-Stück-Annäherung an den vollen Nulltarif durch Beschlüsse für einzelne Tage, wie es in einigen Städten selbst in Deutschland schon praktiziert wird (immer samstags oder, noch weniger, nur die Adventssamstage) oder für einkaufsfreie Sonntage, besondere Feste oder Veranstaltungen. Dazu begleitende Öffentlichkeitsarbeit und Umfragen an den Tagen. Wichtig ist, eine ausreichende Infrastruktur sicher zu stellen. Wenn viele Menschen an Haltestellen stehen bleiben, weil der Bus oder die Bahn überfüllt ist, dürfte das eher negative Erinnerungen an den Nulltarif schaffen.
- Sozialticket zu sehr geringen Kosten.
- Offenlegung der bisherigen Finanzierungsstruktur im öffentlichen Personenverkehr.
- Einberufung von Kommissionen zur Planung der Verkehrsinfrastruktur im Zeitalter des Nulltarifs, dabei Einbindung derer, die guter Verkehrsanbindungen bedürfen (Handel, Kultur, Sport, Verwaltung, Bildungsstätten usw.).

Die kommunale Ebene ist aber besonders gut geeignet, komplette Verkehrswendekonzepte zu entwickeln (siehe als Beispiel die „Verkehrsutopie Gießen 2018 – 2020 – 2015“ unter giessen-autofrei.tk) und einzubringen. Das würde erhebliche Aufmerksamkeit bringen selbst dann, wenn es als realistisches Konzept eingebracht wird, also dem Umbau Schritt für Schritt innerhalb z.B. eines Zeitraumes von fünf bis zehn Jahren.

Konkrete Handlungsmöglichkeiten auch außerhalb der Parlamente:

- Bürger*innenbegehren/-entscheide pro Nulltarif oder das gesamte Verkehrskonzept (z.B. als Stufenplan für bis zu zehn Jahren).

2. Kooperationspartner gewinnen und mit ihnen handeln

Für einen Nulltarif lassen sich mehr Unterstützer*innen gewinnen als es auf den ersten Blick scheint. Neben der Politik sind dies vor allem die Nutznießer*innen eines solchen Angebotes.

- Arbeitgeber*innen einschließlich dem öffentlichen Dienst: Beteiligung am Jobticket und an einer Verdichtung des Nahverkehrsnetzes, z.B. durch Einrichtung von Haltestellen und Beteiligung an der Finanzierung von Linien, die die Firmenstandorte anfahren. Rückbau von autoorientierter Infrastruktur. Bereitstellung von Unterstützungsstrukturen für einen autolosen Alltag (Fahrräder, Lastenräder usw.).
- Schulen, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen: Schaffung eines Umlagetickets für alle Beteiligten (wie das Semesterticket, jetzt aber an allen Unis und anderen Einrichtungen, auch für Bedienstete und Angehörige usw.).
- Kundenorientierte Firmen, z.B. Läden, Supermärkte, Kaufhäuser: Abstimmung eines verdichteten Nahverkehrsnetzes durch günstig eingerichtete Haltestellen und zusätzliche Infrastruktur, z.B. ausleihbare Transportsysteme für Waren von Einkaufsort zur Haltestelle und später zu Wohnungen. Beteiligung an der Finanzierung der auch auf die Wünsche des Handels ausgerichteten neuen Linien, Haltepunkte und des Nulltarifs. Handel und Dienstleistung in den Innenstädten sowie auf besonderen, zu Fuß kaum erreichbaren Flächen sind die Hauptnutznießer*innen des Nulltarifs – und sollten daher auch zu den wichtigen Finanzierungssäulen gehören.
- Theater, Kino, Freizeiteinrichtungen, Naherholung: Einrichtung von Haltepunkte und passenden Linienführungen, damit Kultur- und Freizeitangebote ebenfalls autofrei genutzt werden können. Je nach Sinn und Möglichkeiten eventuell finanzielle Beteiligung im Form eines Anteils an Eintrittspreisen.

3. Direkte Aktionen

Die Wirkung öffentlichkeitsstarker Aktionen wird in der Nachbetrachtung politisch erfolgreicher Kampagnen regelmäßig unterschätzt. Das liegt an den Organisationsstrukturen der Beteiligten. Denn zwar erzeugen kleine, kreative und spektakulär agierende Gruppen in der „heißen Phase“ gesellschaftlicher Durchsetzung viele Schlagzeilen und bewegen viel. Doch in den späteren Berichten, wenn die praktische Umsetzung des Er kämpften ansteht, dominieren hauptamtlich geführte NGOs und Parteien. Sie nutzen zwar die Aufmerksamkeit, die kreative Aktionen erzeugen, verschweigen aber regelmäßig von Beginn an deren Urheber*innen und übernehmen später oft sogar deren Aktionen als die ihrigen. Kraft ihrer besseren Verbindungen zur ebenfalls zentral strukturierten Presse können sie die Wahrnehmung entsprechend steuern.

Tatsächlich aber braucht jede (neue) Idee die spektakuläre, kreative und druckvolle Aktion. Kampagnen werden gestärkt, wenn sie von vornherein für solche Aktionen werben und diese als Teil einer kraftvollen Gesamtaktivität sehen. Auf Kongressen, Veranstaltungen, in Broschüren und online sollte stets auf kreative Aktionsmöglichkeiten hingewiesen werden, die vor Ort oder bei bestimmten Anlässen die Wahrnehmung der Forderungen in der entscheidenden Durchsetzungsphase erheblich verbessern können.

Einige Ideen seien vorgestellt:

a. Aktionscamps mit großen Aktionen

Große Camps bieten gute Möglichkeiten, Themen zu platzieren, Jahres-Höhepunkte zu schaffen und einen Ort der Vernetzung zu schaffen. Auch hier können die großen sozial-ökologischen Bewegungen ein Vorbild sein, z.B. vor etlichen Jahren die Sommercamps gegen Atomkraftanlagen oder in den letzten Jahren das Anti-Kriegs-Camp „War starts here“ oder die Klimacamps. Warum nicht mal ein Camp, welches in einer Region den Nulltarif als Reigen vieler Aktionen praktisch schafft? Oder in einer Stadt als Aktionstag eine autofreie Innenstadt

organisiert (vorher angekündigt, so dass alle Menschen sich auch darauf einstellen können und freiwillig ihr Auto stehen lassen)?

Als geeignete Städte kommen die in Frage, in denen es erhebliche Probleme gibt, z.B.:

- Grenzwertüberschreitungen mit Stickoxiden: München, Stuttgart, Augsburg, Mannheim, Köln, Aachen, Düsseldorf, Dortmund, Hannover, Hamburg, Kiel, Berlin, Halle, Dresden, Frankfurt (siehe <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/diesel-affaere/in-welchen-staedten-der-no2-grenzwert-jetzt-eingehalten-wird-15428081.html>)
- ADAC-Test zum Autoverkehr in Städten: Autofahrer*innen finden Hamburg, Köln, Berlin und Stuttgart am schlimmsten, Radfahrer*innen Hamburg, Köln, Berlin und Duisburg, ÖPNV-Nutzer*innen nöhlen danach am meisten in Duisburg.

b. Critical Mass, das Umweltfestival mit ADFC-Sternradtouren in Berlin ...

... können sich mit der Nulltarifs-Kampagne gegenseitig fördern, im aufeinander hingewiesen bzw. Forderungen gemeinsam gestellt werden. Gerade die Critical-Mass-Veranstaltungen in vielen Städten haben klare politische Forderungen vielerorts verloren und könnten durch einen solchen Bezug wieder an politischer Wirkung gewinnen. Neben der Critical Mass gibt auch weitere Formate kreativer Demonstrationsformen (Reclaim the streets usw.).

c. Einzelaktionen per Fahrrad, gegen Fahrpreiserhöhungen usw.

Eine wirkungsvolle Protestwelt ist bunt und besteht aus vielen, sich selbst organisierenden Aktionen. Sie werden gestärkt und erreichen auch eine gemeinsame Wirkung, wenn es inhaltliche Klammern gibt. Eine gemeinsame Forderung nach dem Nulltarif in Verbindung mit einer echten Verkehrswende könnte der jeweilige Einzelanlass mit einer weitgehenden Gesamtforderung verbunden werden. Umgekehrt kann die gemeinsame Kampagne auf die Einzelproteste hinweisen, Gruppen können sich gegenseitig besuchen, thematisch oder regional vernetzen.

Beispiele:

- „Bin nur kurz beim Bäcker“-Kurzzeitparken: Nach dem Vorbild von Autos auf Fahrradwegen werden Fahrräder auf der (rechten) Fahrbahn abgestellt mit deutlich sichtbaren Schild des Kurzzeitparkens. Danach weiterfahren. Wenn das viele machen, bricht einiges zusammen.
- Fahrradspuren, Zebrastreifen usw. aufmalen. Fahrradständer in Parklücken bauen.

d. Schwarzstrafen – Kampagne für die Entkriminalisierung des Schwarzfahrens

Die Idee ist einfach: Durch massenhaftes demonstratives Schwarzfahren wird für den Nulltarif geworben und gleichzeitig der Paragraph 265a Strafgesetzbuch unterlaufen. Dieser stellt nämlich nicht das Fahren ohne Ticket unter Strafe, sondern die Heimlichkeit. Skandalöse Rechtsprechung im Dienste des Kapitals hat dabei das Nichtstun als aktive Handlung definiert. Doch offensichtliches Schwarzfahren von Beginn der Fahrt bis zum Ende schafft Straffreiheit. Zwar bemühen sich etliche Gerichte, auch dieses Recht weiter zu beugen, aber für die Kombination aus Plakat und Flyerverteilung gibt es stabile Freisprüche. Wer unter den Pfändungsgrenzen liegt (bis aktuell 1139,99 Euro Einnahmen pro Monat und kein sonstiges Vermögen), muss auch die 60 Euro erhöhter Fahrpreis nicht zahlen. Die sind nämlich keine Strafe, sondern ein zivilrechtlicher Anspruch. Wer ein Ticket hat, kann die Aktion auch unterstützen dort entsprechend abgewandelte Kennzeichnung „Wenn ich kein Ticket hätte, würde ich ...“ und Flyer verteilen.

Konkrete Handlungsmöglichkeiten:

- Aufrufe, erklärende Veröffentlichungen usw. zum Aktionsschwarzfahren unter Verbindung zur Nulltarif-Forderung, z.B. unter einem Motto „Ohne Fahrschein gegen Fahrschein“ oder „Null Ticket für Nulltarif“. Verteilung von Starter-Sets (Kennzeichnungsschild und Flyer).

- Aktionsschwarzfahrten und begleitende Aktionen, z.B. Demos in/vor Bahnhöfen, zu Gerichtsprozessen gegen Schwarzfahrer*innen, Parlamentssitzungen, Veranstaltungen usw.
- Denkbar sind Kombinationen mit anderen sozialen Kämpfen z.B. für ein Sozialticket, Arbeitskämpfe der Eisenbahner*innen usw.

e. Flyer, Umsonst-Aktionen

Das geht immer: Infostände, Straßentheater, Kreideaktionen, Flugblätterverteilen an Haltestellen oder in Bussen/Bahnen. Die Forderung nach einem Nulltarif lässt sich zudem gut mit anderen Umsonstaktionen verbinden, z.B. das Foodsharing, Umsonstladen oder Formate wie den UmsonstZug in Gießen.

f. Kommunikationsguerilla: Wir schaffen den Nulltarif einfach selbst ...

Eine starke Wirkung auf die öffentliche Debatte haben Phasen, in denen der Nulltarifs praktisch erlebt werden kann. Deshalb sind kommunalpolitische Initiativen wertvoll, mit einzelnen Tagen oder Anlässen zu beginnen. Aufregend kann auch sein, solche Freifahr-Tage selbst, aber im Namen der offiziellen Stellen, anzusetzen, wenn sich (kommunal-)politisch nichts bewegt. Kommunikationsguerilla ist eine kreativ-wirkungsvolle Art, sich in die politische Debatte einzumischen.

Umfangreiche Sammlung kreativer Aktionsideen: www.direct-action.tk. Beispielhafte Aktion in Gießen Anfang 2018: <https://de.indymedia.org/node/17618>.

g. Umfragen, Unterschriftensammlungen, Bürger*innenbegehren

Die Meinung der Vielen sichtbar zu machen, gelingt oft durch Umfragen und Unterschriftensammlungen. In Verbindung mit anderen Aktionen, gerne auch begleitet in den Gemeinde-/Stadtverordnetenversammlungen kann das ein Thema nach vorne bringen.

Aufwändiger, aber nicht nur noch mehr in der Öffentlichkeit wirksam, sondern im Erfolgsfall auch formal bindend sind Bürger*innenentscheide. Für die Durchsetzung des Nulltarifs könnte das eine wichtige Handlungsoption sein, denn weil die Idee alle betrifft, können die sonst oft hinderlichen Quoren übersprungen werden.

4. Begleitende Öffentlichkeitsarbeit

Nötig ist auch eine Beratung und Unterstützung von kommunal aktiven Gruppen, denn dort in den Städten und Regionen müssen die entscheidenden Impulse gesetzt werden. Es wird zunächst darum gehen, Ort für Ort sowie, als taktisches Vorgehen, Tag für Tag für den Nulltarif zu erobern, um dann die übergreifenden politischen Rahmenbedingungen verändern zu können.

Für solche Unterstützungsstrukturen wäre hilfreich, wenn die Nulltarifs-Kampagne breit getragen wird, also als Bewegung für eine Verkehrswende so wahrgenommen wird wie die Anti-Atom-Bewegung, die aktuell gerade starke Klimaschutzbewegung oder die Zusammenschlüsse für eine Wende in der Landwirtschaft.

a. Klassische Medienarbeit

Kreative Aktionen, parlamentarische Initiativen, Veranstaltungen, Umfragen und Studien sowie Beispiele aus Nulltarifstädten in Europa können zum Gegenstand von Presseinformationen, Doku-Filmen, Broschüren, Ausstellungen usw. werden. Alle Kanäle von der Printpresse bis zum Internet sind nutzbar und sinnvoll.

b. Veranstaltungen, Kongresse

Um das Wissen zu verbreiten, Aktive zu schulen, Erfahrungen auszutauschen und gemeinsame Aktivitäten zu planen, können größere Treffen sinnvoll sein.

c. Filme, Vortragsangebote

Wir brauchen Promotion-Filme zum Nulltarif mit utopischen Szenarien oder Vorstellung von Nulltarifsstädten (siehe kürzlich den informativen ZDF-Film unter www.zdf.de/gesellschaft/plan-b/plan-b-fahren-ohne-fahrschein-100.html) – im Fernsehen, im Internet, als Trailer im Kino ... überall.

d. Beispiele von Nulltarifstädten

Informationsfahrten zu bestehenden Nulltarifstädten in Europa und Einladungen von dort Mitmachenden zu Vorträgen und Kongressen hier könnten die Ideen nicht nur stärker verbreiten, sondern auch die Machbarkeitsfrage positiv klären. Nulltarif wird so von einem Hirngespinnst zum „Ach, das gibt es schon“-Effekt.

- Besonders heraus stechen könnte dabei die Stadt Dunkerque (ist ja nicht so weit weg), die gerade jetzt ihren Nahverkehr umbaut, um dann – nach Abschluss der Maßnahmen – mit dem Nulltarif zu starten (so berichtet im ZDF-Beitrag über fahrscheinlosen Nahverkehr). Eine Idee wäre, eine Runde von Menschen mit Französischkenntnissen zusammenzustellen, die dort einen Dokumentationsfilm dreht (ersten Anfragen laufen bereits im Aachener Raum, von wo aus es auch nicht weit weg ist).

5. Taktische Überlegungen

Keine strömungsübergreifende Kampagne ohne Reibereien und Eitelkeiten? Um die typischen Rivalitäten und Identitätsbildung durch Abgrenzung zu verhindern, plädieren wir für ein offenes Bündnis, dessen Außengrenzen gar nicht definiert sind und dass deshalb auch nicht als einheitlicher Akteur begriffen werden kann. Es gibt keine Aktionen aller, nur den Bezug auf das Ziel: Nulltarif und eine umfassende Verkehrswende!

a. Debatte, aber kein Streit um Finanzierungswege

Unter den verschiedenen Gruppen, die den Nulltarif befürworten, herrschen unterschiedliche Modelle zur Finanzierung vor. Es gibt mehr ökologisch zusätzlich steuernde Vorschläge wie höhere Parkgebühren, Citymaut usw., andere schlagen semesterticket-ähnliche Monats- oder Jahrespflichttickets vor, wieder andere einen steuer- und staatsfinanzierten Nulltarif. Hinter den Vorschlägen stecken Unterschiede in den sonstigen politischen Ausrichtungen und Kulturen. Überraschend ist, dass in Deutschland kaum die als Finanzierungsquelle genannt werden, die in anderen Ländern wesentliche Anteile übernehmen, weil sie auch die Hauptnutznießer sind – wirtschaftlich betrachtet: Handel und andere Einrichtungen, die sich wünschen, dass viele Menschen zu ihnen kommen und die dafür nötige Infrastruktur (Parkhäuser, Parkplätze usw.) teuer ist. Fehlt hierzulande der Mut, sich mit Unternehmen auseinanderzusetzen, selbst wenn zu erwarten ist, dass diese aufgeschlossen sein könnten?

Wie auch immer: Wir plädieren dafür, die Finanzierungsfrage zu diskutieren, aber nicht zum Teil der Forderungen zu machen. Eine gemeinsame Kampagne zum Nulltarif sollte nicht daran scheitern, dass unterschiedliche Ideen für die Finanzierung vorliegen. Ist der Nulltarif als Idee gesellschaftlich durchgesetzt, wird diese Frage zu klären sein. Der Zeitpunkt ist dann auch ausreichend früh.

b. Die verschiedenen Aktionsformate und Inhalte sollten in einem sich gegenseitig fördernden, aber sonst unabhängigen Bezug zueinander stehen.

Ebenso wird es unterschiedliche Aktions- und Handlungsformen geben, die bevorzugt werden. Wer eine gemeinsame Kampagne so aufziehen will, dass alle die gleichen Sachen machen, engt die Menge an Möglichkeiten ein oder drängt kreative Teile der Bewegung raus. Wir plädieren daher für eine Akzeptanz der Unterschiedlichkeit. Die Kampagne bedarf der Koordinierung und der Kooperation, aber nicht der gemeinsamen Entscheidung über alle Teilaktionen. Es gibt keine Gesamtheit, die die Aktionen durchführt, sondern alle Teile finden ihre Wege, während in der Öffentlichkeit erkennbar wird, dass viele auf viele Weisen an diesem Ziel arbeiten. Die erfolgreichen Aktionsjahre gegen Atom, Gentechnik und neu die Braunkohle zeigen, dass genau das am wirkungsvollsten ist.

Text aus der Projektwerkstatt, verfasst im Dezember 2017 (Kontakt: 06401-903283, saasen@projektwerkstatt.de)

Internetseite zum Schwarzstrafen-Projekt: www.schwarzstrafen.tk

6. Dokumente

- Verkehrsutopie Gießen (Flyer),
wenn nicht vorhanden bzw., wenn als PDF-Datei gewünscht, Download über www.giessen-autofrei.tk
- Aktuell zur Verteilung vorgeschlagener Flyer beim Aktionsschwarzfahren
(Download auf www.schwarzstrafen.tk)