



PAINT THE STREETS

Straßen kreativ zurück erobern



PAINT THE STREETS?!



INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	
Was ist "Paint the Streets"?	3
Motivation und Vision	4
Rebellionskonsens	5-6
Allgemeines KnowHow	8
Storytelling	8 -10
XR Corporate Design	11 -16
Rechtliche Aspekte	17 - 21
Währenddessen und danach	22
Die Nachricht, den richtigen Ort & die richtige Zeit finden	22 - 23
Aktionen dokumentieren	23 - 24
Planung – So bleibt es regenerativ	25 - 26
Pressemitteilungen schreiben	26 - 28
Aktionsformen	29
Plakatieren	30 - 36
Kleister und Plakate herstellen	31 - 32
Druckverfahren	33 - 36
Malen	37 - 43
Mit Kreide	37
Sprühen	37
Die richtige Farbe wählen	38
Sprühkreide herstellen	39
Schablonen herstellen	40
Statuen & Monumente verschönern	44 - 46
Über Paint the Streets hinaus	47 - 52
Baum-Demo-Spruchsammlung	53 - 56
Inspirationen	57
Sammlung der Ressourcen	58



EINLEITUNG

HALLO, ZUKÜNFTIGE:R PAINT THE STREETS KÜNSTLER:IN!

Selbst, wenn du es jetzt noch nicht glaubst - kannst auch Du Künstler:in sein! Vielleicht hast du richtig Bock los zu legen, aber keine greifbare Idee, was genau du machen kannst? Du sitzt gerade zu Hause und hast eigentlich keinen Plan, wie du die Message von XR so richtig wirksam weiterverbreiten kannst, als nur den letzten Post online zu teilen? Und sehnst dich danach endlich aktiv zu werden und dadurch deine Wünsche und Ängste auch sichtbar zu machen? Ob du der nächste Picasso bist oder kreatives Gestalten eher ein Fremdwort für dich ist, Paint the Streets ist für jede:n genau das Richtige!



UND WAS IST PAINT THE STREETS?

Zu Deutsch: Bemalt die Straßen! - Ob Plakatieren, Stickern, Guerilla Gardening, Bannern oder Kreidebilder - Deiner Fantasie und Kreativität sind keine Grenzen gesetzt! Eine Aktionsform, bei der Du völlig autonom und dezentral Botschaften, Bilder und bunte Spuren hinterlassen kannst. Eine Aktionsform, mit der du Menschen zum Innehalten, Reflektieren oder Wachwerden inspirierst. Und wie geht das besser, als dort, wo sie sich eh alle bewegen – auf und an den Straßen!

Wie Du Dir deine Paint the Streets-Aktion gestaltest, liegt in deiner Hand. Ob Du alleine oder in einer Gruppe losziehst, bleibt Dir überlassen. So kannst Du dich selbst frei entscheiden, wann und wie du auf kreative und selbstwirksame Art, aktiv werden willst.

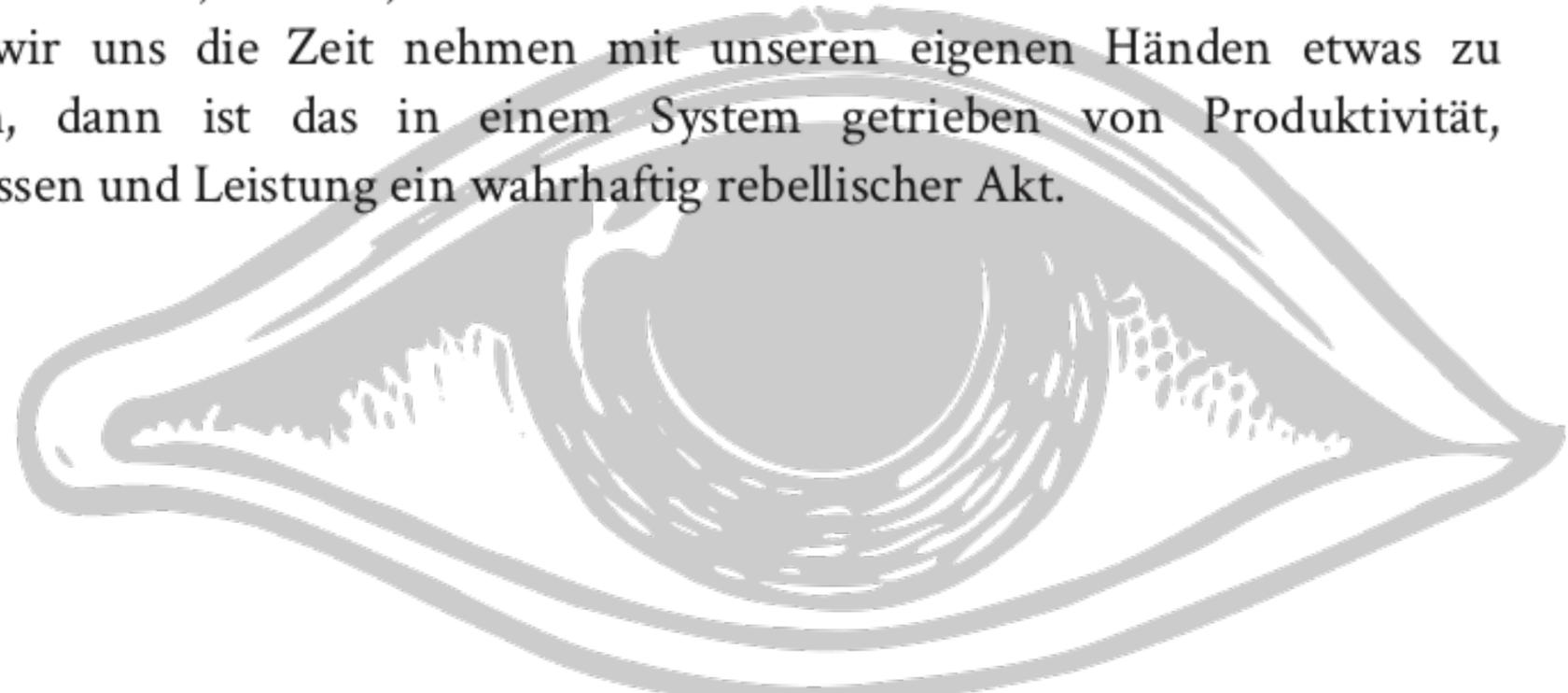
In diesem Leitfaden teilen wir Ideen, Inspirationen und Informationen zu verschiedenen Vorgehensweisen mit Dir. Außerdem findest Du eine ganze Sammlung an Anleitungen und Aktionsinspirationen im breiten und kreativen Spektrum des "Paint the Streets"-Formats!

Bevor Du loslegst: Es ist gut zu wissen, in welchem rechtlichen Handlungsraum Du dich befindest. Denn deine Rechtsfolgen können dabei genauso individuell sein, wie deine Aktion selbst. (Siehe S. 17 - 21)



VISION: DIE KREATIVE REBELLION

Bei Extinction Rebellion handeln wir aus Liebe zum Leben und rebellieren für eine lebenswertere Zukunft aller Lebewesen auf diesem Planeten. Die Welt ist ein unfassbar schöner und schrecklicher Ort zugleich. Wir sind uns bewusst, wie viel Ungerechtigkeit und Leid Menschen jeden Tag erfahren und wissen, dass die bevorstehende Klimakrise diese Zustände weiter verstärken wird. Mit diesem Bewusstsein und der Angst, dem Unmut und der Trauer versuchen wir umzugehen: Friedfertig und gewaltfrei rebellieren wir gegen das toxische System – für eine gerechtere, lebenswerte Welt. Egal ob alleine, in Gemeinschaft oder in Aktion – wir suchen nach Wegen mit den Gefühlen umzugehen und die Ungerechtigkeiten ans Licht zu bringen. Die Kunst ist eine Möglichkeit mit diesen Gefühlen umzugehen. Im kreativen Prozess können wir Emotionen aufarbeiten und eine andere Perspektive finden. Vielleicht finden wir Schönheit und Ästhetik in Dingen, die auf den ersten Blick vielleicht grausam, traurig oder häßlich erscheinen. Die Kunst ist ebenso eine Möglichkeit, diese Gefühle an andere Menschen weiter zu tragen, diese zum Nachdenken anzuregen und vielleicht auch dazu zu bringen selbst aktiv zu werden. Auch wenn es nicht in unseren 10 Prinzipien nieder geschrieben steht, ist Kunst und Kreativität ein zentraler Aspekt der Rebellion. Es ist die pinke Arche am Stern, dein mit Tiermotiven verschönerter Pulli und die Flagge die du in deiner Hand hältst. Wenn wir uns die Zeit nehmen, um uns mit den Formen, Farben, Worten und Materialien auseinander zu setzen. Wenn wir uns die Zeit nehmen mit unseren eigenen Händen etwas zu kreieren, dann ist das in einem System getrieben von Produktivität, Ergebnissen und Leistung ein wahrhaftig rebellischer Akt.





REBELLIONSKONSENS

Der Rebellionskonsens bildet den bindenden Rahmen für Aktionen von Extinction Rebellion Deutschland. Wer diesen Rebellionskonsens wahrnimmt, ist bei Aktionen von Extinction Rebellion (XR) herzlich willkommen. Ihr findet die Langfassung des Rebellionskonsens auf unserer Website.* Die Kurzform des Konsens ist folgende:

- ⊗ Grundlage all unserer Handlungen sind unsere 10 Prinzipien & Werte sowie unsere 3 Forderungen.
- ⊗ Gegenüber unseren Mitmenschen, die ihrem Alltag nachgehen, verhalten wir uns friedlich, würde- und respektvoll.
- ⊗ Wir wollen einen Ort kreieren indem sich verschiedene Menschen wohl fühlen können. Wir tolerieren keine menschenfeindlichen oder diskriminierenden Aussagen und Handlungen.
- ⊗ Wir sind strikt gewaltfrei in unserem Handeln und unserer Kommunikation mit der Öffentlichkeit, der Polizei sowie auch untereinander.
- ⊗ Wir führen keine Aktionen unter Einfluss von Alkohol oder anderen Drogen durch.
- ⊗ Wir filmen und fotografieren unsere Aktionen um Öffentlichkeit zu generieren.
- ⊗ Wir stehen mit unserem Gesicht und unserem Namen zu dem was wir tun.
- ⊗ Wir informieren uns laufend über die potenziellen rechtlichen Folgen unserer Handlungen und gehen erst in Aktion wenn wir uns der Konsequenzen bewusst sind.
- ⊗ Wir ermutigen unsere Mitmenschen, selbst aktiv zu werden und mit uns zur notwendigen Veränderung beizutragen.
- ⊗ Wir stehen in Solidarität mit Anderen, die versuchen Veränderungen herbeizuführen und für eine lebenswerte und gerechte Zukunft für alle Lebewesen auf diesem Planeten handeln.

*<https://extinctionrebellion.de/mitmachen/rebellionskonsens/>



UNSERE ZEHN PRINZIPIEN UND WERTE:

1. Wir haben eine gemeinsame Vision der Veränderung
2. Unser Fokus liegt auf dem Erreichen des Notwendigen
3. Wir brauchen eine Kultur der Regeneration
4. Wir stellen uns selbst und unser toxisches System offen in Frage
5. Reflexion und Lernen sind uns wichtig
6. Alle sind willkommen - so wie sie sind
7. Wir überwinden hierarchische Machtstrukturen
8. Wir vermeiden Schuldzuweisungen und Beleidigungen
9. Wir sind ein gewaltfreies Netzwerk
10. Wir stützen uns auf Selbstbestimmung und Dezentralität

SAGT DIE WAHRHEIT!

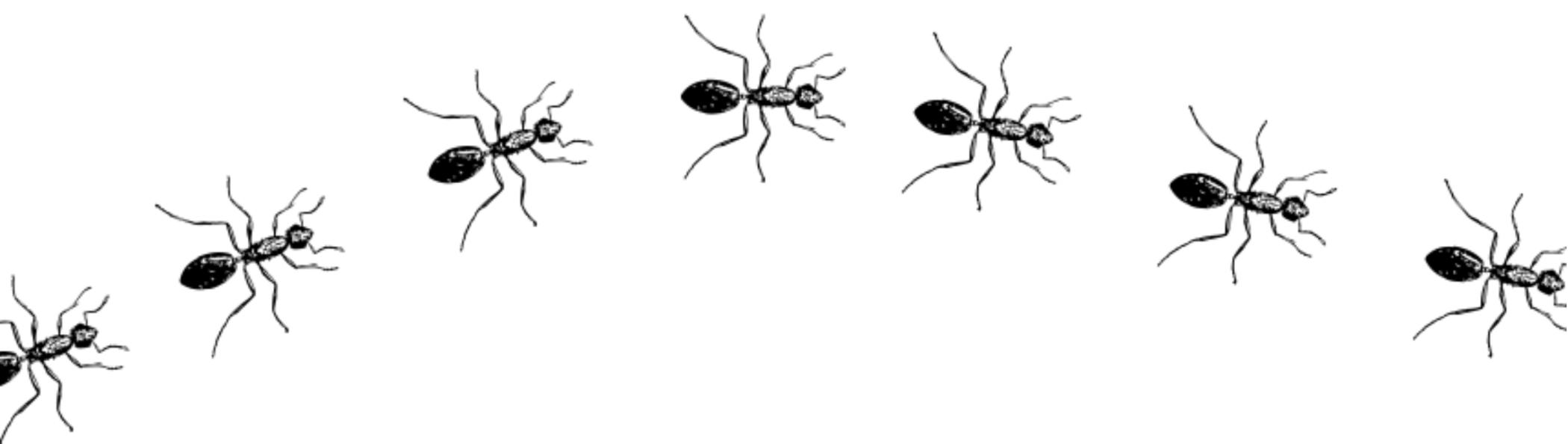
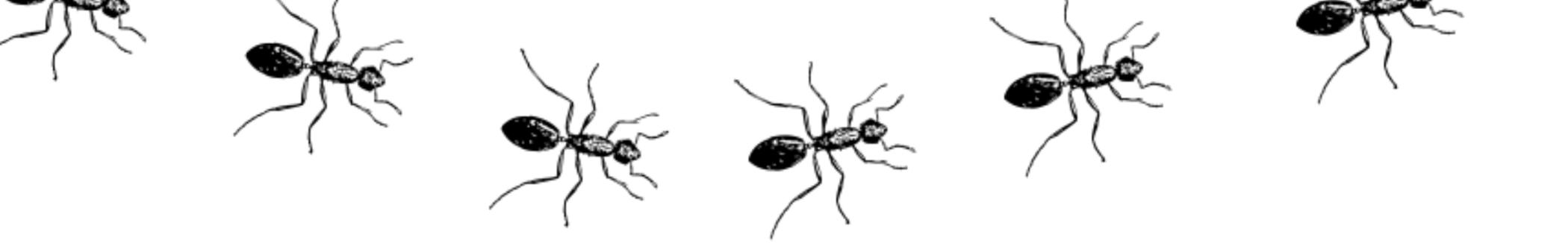
Die Regierung muss die Wahrheit über die ökologische Krise offenlegen und den Klimanotstand ausrufen. Die Dringlichkeit des sofortigen Kurswechsels muss von allen gesellschaftlichen Institutionen und den Medien kommuniziert werden.

HANDELT JETZT!

Die Regierung muss jetzt handeln, um das Artensterben zu stoppen und die Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2025 auf Netto-Null zu senken.

POLITIK NEU LEBEN!

Die Regierung muss eine Bürger*innenversammlung einberufen, die die notwendigen Maßnahmen für Klimagerechtigkeit und gegen die ökologische Katastrophe erarbeitet und verpflichtet sich, deren Beschlüsse umzusetzen.



ALLGEMEINES KNOW-HOW

1. STORYTELLING MIT PAINT THE STREETS

Storytelling ist eine Methode, bei der wir Geschichten erzählen, um eine Botschaft zu übermitteln.

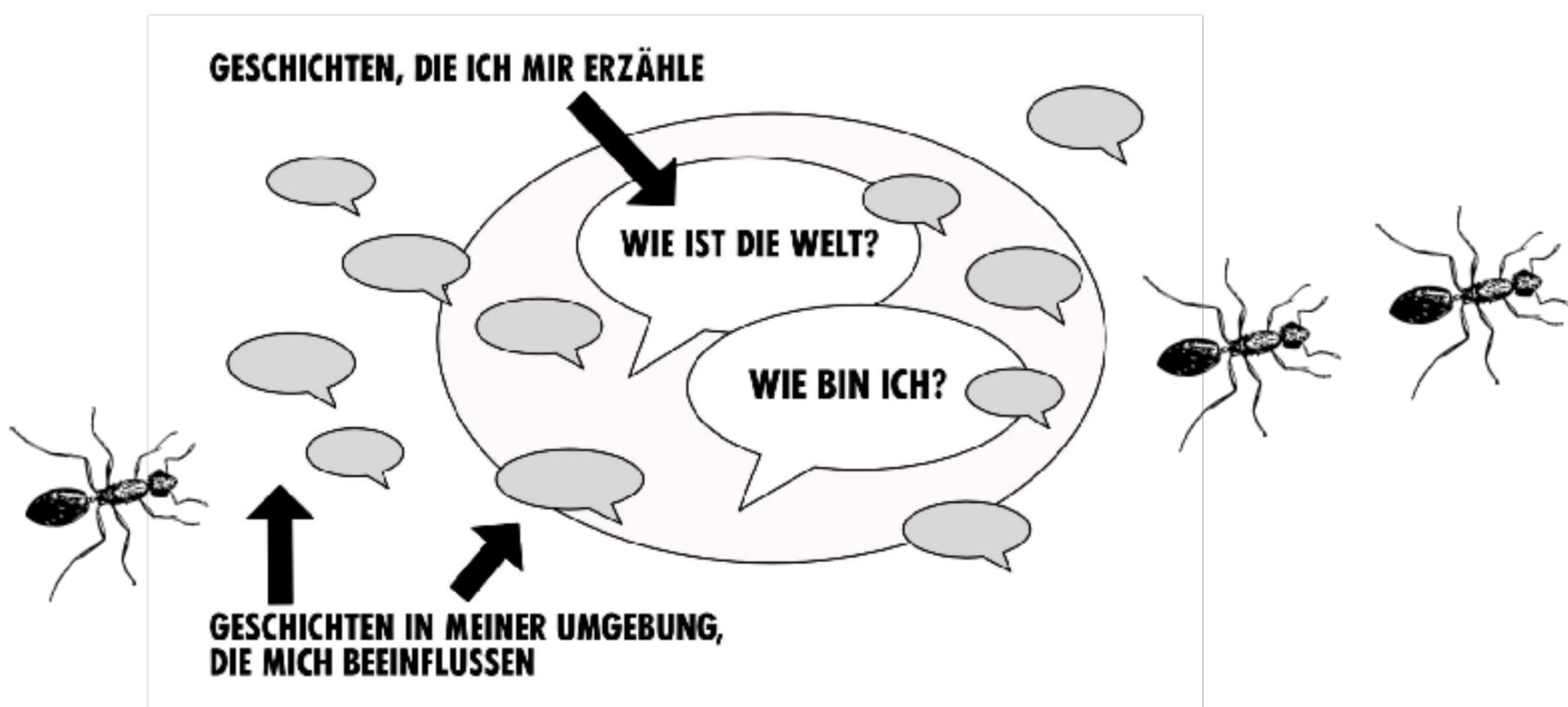
Es ist ein wirkungsvolles Mittel für politische Kampagnen, um soziale Bewegungen aufzubauen, den Systemwandel vorstellbar zu machen und für Empowerment und Sinnstiftung.



Storytelling muss nicht mit Worten geschehen, es gibt sehr kraftvolles visuelles Storytelling wie, bei XR zum Beispiel die Red Rebels, Die-Ins oder den Trauermarsch. Oder der schwimmende Trump in der Mosel.

WARUM IST STORYTELLING SO WIRKSAM?

Unser Gehirn ist für Geschichten gemacht – wir verstehen und erinnern Informationen leichter, wenn sie in Form einer Geschichte vermittelt werden. Geschichten sprechen Gefühle an und knüpfen bei unserer Erfahrung an. Eine erzählte Geschichte aktiviert die gleichen Gehirnregionen, wie selbst Erlebtes. Geschichten werden dadurch auch besser erinnert und können besser weiter erzählt werden, als zum Beispiel eine Liste unverbundener Fakten.



DAS FELD DER GESCHICHTEN

Wir erzählen unsere Geschichte nicht in einem Vakuum. In den Köpfen der Menschen, die wir erreichen wollen, sind schon sehr viele Geschichten wirksam. Wir alle brauchen das Gefühl, die Welt zu verstehen, damit wir uns sicher fühlen und das Gefühl haben, handlungsfähig zu sein. Darum erklären wir uns die Welt und unsere eigenen Möglichkeiten mit Geschichten. Teils machen wir uns diese Geschichten selbst, teils greifen wir auf das zurück, was die Umgebung (Kultur) uns anreicht.

Weil diese Geschichten so wichtig für unser Sicherheitsgefühl und unsere Identität sind, geben wir sie nicht gerne auf. Außer jemand erzählt uns eine überzeugendere Geschichte. Niemand hat gerne ein Loch im Weltbild :-). Darum ist es wichtig, herauszufinden, welche Geschichte die Adressat:innen eurer Kampagne sich erzählen und welche Lebenserfahrungen und Werte dahinter stehen, sodass ihr Geschichten finden könnt, die an diesen anknüpfen können. Welche Geschichten geben ihnen Sicherheit und das Gefühl handlungsfähig zu sein?

EMANZIPATORISCHES STORYTELLING

! Weil Storytelling Gefühle anspricht, kann es auch zur Manipulation eingesetzt werden. Um das zu verhindern, überprüft eure Geschichte: Schafft sie Bewusstsein? Hilft sie unbewusste Muster zu erkennen und schafft dadurch mehr Entscheidungsfreiheit? Befähigt sie und zeigt Handlungsmöglichkeiten auf?

EINE KAMPAGNE MIT STORYTELLING

Eine Kampagne hat das Ziel Menschen zu einer bestimmten Verhaltensänderung zu bewegen. Um die richtige Botschaft zu finden, solltet ihr euch drei Fragen stellen:

- ⊗ Was ist das Ziel der Kampagne - welche Verhaltensänderung wollt ihr bewirken?
- ⊗ Wen wollt ihr mit der Kampagne erreichen?
- ⊗ Was fehlt den Menschen in eurer Zielgruppe, um sich so zu verhalten?

WAS IST DAS ZIEL DER KAMPAGNE - WELCHE VERHALTENSÄNDERUNG WOLLT IHR BEWIRKEN?

Beschreibt dieses Ziel so genau wie möglich. Zum Beispiel: Wir wollen die Menschen in unserer Zielgruppe motivieren, ihren Fleischkonsum um die Hälfte zu reduzieren.

WEN WOLLT IHR MIT DER KAMPAGNE ERREICHEN?

Auch die Zielgruppe solltet ihr so genau wie möglich vor Augen zu haben. Klar würden wir am liebsten „alle“ erreichen. Aber Jugendliche erzählen sich wahrscheinlich ganz andere Geschichten zum Thema Fleisch als ältere Leute. Sie haben auch andere Werte. Ihr werdet daher vorraussichtlich nicht beide Gruppen mit der gleichen Geschichte überzeugen.

WAS FEHLT DEN MENSCHEN IN Eurer ZIELGRUPPE, UM SICH SO ZU VERHALTEN?

FEHLT IHNEN WISSEN? Wissen sie schlichtweg noch nicht, dass fleischbasierte Ernährung so schädlich ist? Oder glauben sie, dass einem bei pflanzenbasierter Ernährung die Nährstoffe fehlen? Dann ist das Ziel der Kampagne, sie mit diesen Informationen zu versorgen. Eine Paintthetrestreets-Kampagne könnte dann Fakten so verpacken, dass sie einfach verständlich sind und gut erinnert und weitererzählt werden können. Zum Beispiel mit Grafiken, die den Landverbrauch von veganer und fleischbasierter Ernährung gegenüberstellen.

FEHLEN IHNEN DIE FÄHIGKEITEN? Glaubt eure Zielgruppe nicht, wie sie handeln kann oder traut sich das Handeln nicht zu? Dann ist das Ziel der Kampagne, sie zu befähigen. Zum Beispiel mit Wegweisern zu veganen Alternativen im Supermarkt, Tipps zum Umstieg, einfachen veganen Rezepten oder ermutigenden Botschaften.

FEHLEN IHNEN GESCHICHTEN? Werden sie von den Geschichten gehindert, die sie sich zum Thema eurer Kampagne erzählen und brauchen sie also neue Geschichten? Sind sie zum Beispiel in einer Umgebung aufgewachsen, in der nur eine Mahlzeit mit Fleisch als eine echte Mahlzeit zählt und man sich über Veganer lustig macht? Dann kann eure Paintthetrestreets-Kampagne ihnen neue Geschichten anreichen, die bei ihren Werten und Geschichten anschließen (Beispiele: „Enkeltauglich leben - pflanzenbasiert essen“, „Want to end world hunger - grab a fa-ya bean“.)

2. CORPORATE DESIGN

CORPORATE DESIGN - GEMEINSCHAFTLICHES DESIGN

Innerhalb von Extinction Rebellion gibt es ein sogenanntes "Corporate Design". Darunter kannst du dir einen Baukasten an Farben (siehe unten), Schriftarten (siehe unten), Grafiken und Symbolen sowie einigen Gestaltungsideen vorstellen. Natürlich gehört auch das Logo, der stilisierten Sanduhr und der Schriftzug dazu.

WARUM EIN CORPORATE DESIGN?!

Ziel ist es, einen **Wiedererkennungseffekt** zu erzeugen. Bestenfalls ist direkt zu erkennen, dass es sich um eine Botschaft, Grafik oder einen Sticker von Extinction Rebellion handelt – allein durch die Farben und die Schriftart. So können wir, da wir alle die gleichen Bausteine verwenden als eine Bewegung, eine Stimme wahrgenommen werden. Und das, obwohl jede:r die eigenen, kreativen Ideen umsetzen kann. Selbst wenn du dich nicht als nächsten Picasso verstehst, kannst du durch den Baukasten, ziemlich zielsicher, in sich stimmige Grafiken erstellen. Es gibt dazu einen extra Gestaltungs-Leitfaden, um Rebell:Innen dazu zu ermutigen und zu befähigen, selbst kreativ zu werden. *Das Corporate Design ist ein zentraler Teil der Dezentralität.*

DAS - LOGO

VERWENDUNG DES SANDUHREN-LOGOS

Es handelt sich dabei um ein **Design des Straßen-Künstlers ESP**. Dieses Logo darf **nicht** für kommerzielle Zwecke verwendet oder mit Fundraising in Verbindung gebracht werden.

Auch wenn ihr Sticker oder Shirts bedruckt gilt: Wir als XR stellen **keine** Produkte her und/oder bieten sie zum Verkauf an.

DER - SCHRIFTZUG

Dieser kann im Zusammenhang mit Fundraising benutzt werden. In manchen Ausnahmefällen, wie selbst bedruckte Patches oder Ähnliches, können solche Dinge auf Basis von Spenden weitergegeben werden. Gerne kannst du sie auch verschenken. ;-)

OB MIT SCHRIFTZUG ODER NUR DAS LOGO, ES GIBT SCHON EINIGE VORBEREITETE DATEIEN, MIT DENEN DU ARBEITEN KANNST:

**extinction
rebellion**



**extinction
rebellion**

**extinction
rebellion**

Die Dateien als Download findest Du im Design-Leitfaden.

DIE SCHRIFTARTEN

ÜBERSCHRIFTEN

Für Überschriften verwenden wir die "FUCXED CAPS" - eine für Extinction Rebellion designete Schriftart.

Davon findest du zwei Versionen:

- ⊗ **"FUCXED CAPS LATIN"**: Sie enthält Umlaute und ist für den Online Gebrauch optimiert.
- ⊗ **"FUCXED CAPS"**: Die erste Generation der Schriftart, noch ohne Umlaute.

TEXTKÖRPER

Für den Textkörper verwenden wir die Schriftart "Crimson Text". Es sind die diesen Versionen verfügbar:

- ⊗ **Crimson Text**
- ⊗ **Crimson Text bold**
- ⊗ **Crimson Text semibold**
- ⊗ *Crimson Text semibold italic*
- ⊗ *Crimson Text bold italic*
- ⊗ *Crimson Text italic*

HIER NOCHMAL IM ÜBERBLICK

FUCXED CAPS

FUCXED CAPS LATIN

Crimson Text

Crimson Text bold

Crimson Text semibold

Crimson Text semibold italic

Crimson Text bold italic

Crimson Text italic

DIE XR-FARBPALETTE

Wir arbeiten mit **zwei Hauptfarben**: "Green" (Grün) und "Black" (Schwarz). Zusätzlich gibt es noch **zehn weitere Farben**, die du gerne wild und bunt kombinieren kannst. Die Farben sind so gewählt, dass sie alle harmonisch miteinander kombiniert werden können. Vertrau dabei auf dein Gespür und deine individuelle Kreativität.



Hier alle Farben im Überblick...

Hier ein Tipp für Grafiken:

Probier doch mal verschiedene Varianten durch. Sei mutig. Lass Dich überraschen, wie unterschiedlich die jeweiligen Farben im wechselnden Kontext wirken!

OFFLINE-VERWENDUNG DER FARBEN

Uns ist klar, dass es schwierig sein kann, genau diese Farben z.B. in Form von Kreide zu erhalten. Versuche einfach so gut es geht, an die Farben heran zu kommen. Wie vorher erklärt, profitieren wir alle davon, wenn wir durch das Corporate Design als eine Bewegung wahrgenommen werden und unser Wiedererkennungswert steigt.



Black
 RGB: 0, 0, 0
 Hex: #DDDDDD
 CMYK: 20, 20, 20, 100
 Black 6



Green
 RGB: 20, 170, 55
 Hex: #14aa27
 CMYK: 70, 0, 100, 0
 PMS 375



Angry
 RGB: 200, 0, 130
 Hex: #c80082
 CMYK: 20, 100, 0, 0
 PMS 239



Bright Pink
 RGB: 207, 98, 151
 Hex: #cf6297
Not used offline



Dark Blue
 RGB: 56, 96, 170
 Hex: #3860b3
 CMYK: 84, 62, 0, 0
 PMS 3005



Light Blue
 RGB: 117, 208, 241
 Hex: #75d9f1
 CMYK: 54, 3, 0, 0
 PMS 297



Light Green
 RGB: 190, 210, 118
 Hex: #bed276
 CMYK: 37, 0, 66, 0
 PMS 387



Lemon
 RGB: 247, 238, 106
 Hex: #f7ee6a
 CMYK: 5, 0, 65, 0
 PMS 602



Pink
 RGB: 237, 155, 196
 Hex: #ed9bc4
 CMYK: 10, 50, 0, 0
 PMS 236



Purple
 RGB: 152, 98, 151
 Hex: #986297
 CMYK: 75, 100, 0, 0
 PMS 2671



Red
 RGB: 220, 79, 0
 Hex: #dc41DD
 CMYK: 0, 100, 100, 0
 PMS 1665



Warm Yellow
 RGB: 255, 193, 30
 Hex: #ffc11e
 CMYK: 0, 15, 90, 0
 PMS 108

DIE XR-FARBMATRIX

Es gibt eine Zusammenstellung von möglichen Stempel- und Farbkombinationen, die jeweils mit unseren Forderungen und teilweise Sprüchen in Verbindung gesetzt wurden.

 	 	 		
 	 	 		
 	 	 		
REBEL FOR LIFE	TELL THE TRUTH	ACT NOW	NON VIOLENT	BEYOND POLITICS

LINOL-SCHNITT-STEMPEL

Die Grafiken, die du im Baukasten finden kannst, sind in einem zeitlosen Stil gehalten. Dieser bedient sich am Stil von Linol-Schnitten und ermöglicht dadurch sowohl digital als auch analog die Möglichkeit kreativ zu werden. Wirf mal einen Blick auf die folgenden Inspirationen und wenn du magst, kannst du gerne neue dazu entwickeln. Teile diese gern mit deinen Mitrebell:Innen über die Cloud oder den Paint the Streets Kanal auf MM*.



* <https://cloud.extinctionrebellion.de>
und <https://organise.earth/xrdeutschland/channels/diestrassenbuntmalen>

3. RECHTLICHE ASPEKTE

Auch bei Paint the Streets (PTS) Aktionen sollten rechtliche Punkte beachtet werden. Es hilft, ein *Aktionstraining* zu besuchen, um grundsätzlich über die rechtlichen Konsequenzen des zivilen Ungehorsams informiert zu sein.

Dementsprechend ist dieses Kapitel nicht vollständig, wir beschränken uns auf die Aspekte, welche bei PTS Aktionen besonders relevant sind.

GRUNDSÄTZLICHES

Bei jeder Aktion gilt, dass das Legal-Team bei Fragen oder späteren Folgen uns bestmöglich unterstützt. Das Legal-Team könnt ihr per Mattermost, Wire oder verschlüsselter Mail erreichen. [legalteam@extinctionrebellion.de] Auch solltet ihr zumindest grob mit den spezifischen Polizeigesetzen eurer Bundesländer vertraut sein.

VORBEREITUNG

Auch wenn PTS Aktionen spontan sein können, solltet ihr euch die Zeit für die Vorbereitung nehmen. Wie genau möchtet ihr euch einbringen? Was und wo wollt ihr kreativ werden? Und vor allem: Womit wollt ihr malen und sind eure Aktionen entfernbar?

Findet euch früh in kleinen Gruppen zusammen und geht nicht alleine los. Sollte es zum Kontakt mit der Polizei kommen, ist es wesentlich besser, nicht alleine zu sein. Achtet darauf, dass eure Gruppen nicht zu groß werden, denn im Gegensatz zu unseren anderen öffentlichkeitswirksamen Aktionen, möchten wir beim PTS meist unentdeckt bleiben. Hierbei kann auch eine gute Ortskenntnis vom Vorteil sein.

ICH PACKE MEINE TASCHE...

... UND NEHME MIT:

- Gut eingelaufene Schuhe und dem Wetter gemäße Kleidung.
- Meine Personalien, um mich gegenüber der Polizei ausweisen zu können.
- Etwas Wasser zum trinken und um im Zweifelsfall zu beweisen, dass die eigenen Kunstwerke sich mit Wasser entfernen lassen (falls sie das tun).
- Einen Kapuzenpullover, eine Mütze, einen Schal oder Ähnliches, um nicht unnötigerweise von Kameras erkannt zu werden. Vor der Aktion können die Standorte der Kameras auch im Internet gesucht werden. Teilweise sind diese Informationen in Zeitungen oder durch die Polizei frei verfügbar. Ist dies nicht der Fall, kann man davon ausgehen, dass in der Nähe von Bahnhöfen mehr Kameras positioniert sind. Sollte die Polizei verlangen, dass wir uns ausweisen, dann tun wir dies, allerdings ist es nicht hilfreich vermeidbare Repressionen zu provozieren.
- Eventuell ein Aktionshandy und eine Kamera.

...UND LASSE FOLGENDE DINGE ZUHAUSE:

- Alles, was als Waffe oder Körperschutz ausgelegt werden könnte.
- Sensible Informationen (Adressbücher, Tagebuch, Smartphone).
- Glasflaschen, Alkohol und andere Drogen.

IM KONTAKT MIT DER POLIZEI – TEIL 1

Verhaltet euch friedlich und respektvoll, sollte euch die Polizei erwischen. Bedenkt, dass ihr während einer PTS Aktion meistens keine große Gruppe hinter euch habt. Somit seid ihr potenziell einer größeren Polizeiwillkür ausgesetzt. Wenn euch die Polizei beim Malen erwischt hat, betont dass eure Kunstwerke wasserlöslich sind und dass sie der nächste Regen entfernt. Gegebenenfalls müsst ihr das der Polizei demonstrieren.

Wenn ihr mit der Polizei spricht, ist es sehr wichtig, dass ihr keine Aussage über die Aktion oder das, was ihr (nicht) getan, habt trefft. Ihr seid nicht verpflichtet, zu den Ermittlungen gegen euch selbst beizutragen.

Weiter auf der nächsten Seite...

IM KONTAKT MIT DER POLIZEI – TEIL 2

Sagt nichts zu anderen Kunstwerken, die bereits zuvor gemalt wurden. Wenn ihr nichts sagt, ***muss die Polizei selbst nachweisen, dass ihr es wart*** oder nicht wart. Eventuell empfiehlt sich der Satz „Das war schon so.“, denn nun muss euch das Gegenteil bewiesen werden.

Sagt auch nichts zu anderen Gruppen, die eventuell auch noch unterwegs sind. Je weniger die Polizei weiß, desto sicherer sind sie. Ihr könnt die anderen Gruppen allerdings warnen, sofern es weder euch noch sie gefährdet.

Sollte die Polizei eure Taschen durchsuchen oder andere Maßnahmen durchführen wollen, ***widersprecht diesen Maßnahmen ausdrücklich.***

Bittet darum, dass dies protokolliert wird. Selbst wenn die Polizei dem nicht nachkommt, brauchen sie nun eine juristische Grundlage für ihre Maßnahme. Stimmt ihr stillschweigend zu, benötigen sie das nicht. Leider hilft euch das meistens erst in der Nachbereitung der Aktion.

Solltet ihr gebeten werden, etwas zu unterschreiben, ***verweigert unbedingt eure Unterschrift!*** Ihr seid nicht verpflichtet etwas zu unterschreiben. Maßnahmen, die protokolliert werden, können auch von anderen Polizist:Innen bestätigt werden. Eure Unterschrift bringt euch nur in Gefahr, da ihr die Folgen meist nicht absehen könnt.

Die Polizei kann einen ***Platzverweis*** erteilen. Dabei handelt es sich um das Verbot, sich bis zu einer ***bestimmten Uhrzeit*** an einem ***bestimmten Ort*** aufzuhalten. Beides muss klar definiert sein und die Polizei muss euch den ***genauen Rahmen*** nennen. Ihr habt das Recht, euren ***Platzverweis schriftlich zu erhalten.*** Die Polizei wird dem oft nicht nachkommen.

Es empfiehlt sich einem Platzverweis, auch wenn er rechtswidrig sein sollte, ***vorerst nachzukommen.*** Der Verstoß gegen einen Platzverweis wird in verschiedenen Bundesländern verschieden geahndet.

Ein Platzverweis darf ***nicht durch private Sicherheitskräfte erteilt werden,*** es handelt sich um eine polizeiliche Maßnahme. Private Sicherheitskräfte können Hausverbot erteilen.

MÖGLICHE STRAFTATEN

Solltet ihr erwischt werden, können euch verschiedene Straftaten vorgeworfen werden. Am wahrscheinlichsten sind die Vorwürfe „Sachbeschädigung“ oder „Hausfriedensbruch“.

HAUSFRIEDENSBRUCH:

Dieser Vorwurf kann euch gemacht werden, wenn ihr euch rechtswidrig im nicht öffentlichen Raum aufhaltet. Ihr handelt rechtswidrig, wenn ihr der Aufforderung der Eigentümer:Innen, den Ort zu verlassen, nicht nachkommt. Vor allem im privaten Raum mit öffentlichem Interesse, wie z.B. einem Einkaufszentrum, ist das relevant. Privater Raum ohne öffentliches Interesse sind Orte, an denen keine Besucher:Innen ein- und ausgehen. Hier kann eine Rechtswidrigkeit schon ab dem Betreten bestehen.

Wird offensichtlich befriedeter Besitz betreten, also z.B. ein Zaun überwunden, **gilt die Rechtswidrigkeit unmittelbar**.

Hausfriedensbruch wird nur auf Antrag verfolgt.

SACHBESCHÄDIGUNG:

Sachbeschädigung begeht, wer rechtswidrig eine fremde Sache beschädigt, zerstört oder das Erscheinungsbild einer fremden Sache nicht nur unerheblich und nicht nur vorübergehend verändert.

Dadurch, dass unsere Kunstwerke meistens wasserlöslich sind, ist die Veränderung vorübergehend, weshalb der Vorwurf der Sachbeschädigung nicht pauschal gültig ist. Ausgeschlossen werden kann dieser Vorwurf aber nicht.

Möchte man dem Vorwurf entgehen, ist es wichtig bei der Auswahl der Farben auf Wasserlöslichkeit zu achten. Steht dies sogar auf der Dose/Packung, kann das durchaus zu eurem Vorteil sein. Allerdings sind diese Farben auf bestimmten Oberflächen nicht immer leicht zu entfernen. Sandstein zu säubern, kann sehr große Probleme bereiten, weshalb dieser besser nicht bemalt werden sollte.

Es kam auch bereits vor, dass die Polizei den Aktivist:Innen Zeit gab, ihre Kunstwerke zu entfernen. Zeigt sich die Polizei kulant, sollten wir die Chance nutzen „aufzuräumen“, um unnötige Repression zu vermeiden. Allerdings ist die Polizei nicht zu einem solchen Verhalten verpflichtet.

ZU SACHBESCHÄDIGUNG

Generell gilt, dass die Veränderungen an Objekten *rückstandslos entfernbar* sein sollten, wenn wir dem Vorwurf der Sachbeschädigung entgehen wollen. Das betrifft neben (Sprüh-)Kreide auch Sticker. Papiersticker sind oft nicht rückstandslos entfernbar, dafür halten sie oft besser.

„Rückstandslos entfernbar“ heißt allerdings auch, dass *bei der Entfernung keine weiteren Schäden* angerichtet werden dürfen (zum Beispiel durch Abrieb an Sandstein), vor allem bei Denkmälern kann die Polizei sehr streng reagieren. Hier wird *zwischen Sachbeschädigung nach §303 StGB und gemeinschädliche Sachbeschädigung nach §304 StGB unterschieden*. Der zweite Strafbestand gilt unter anderen für Denkmäler. Im Vergleich ist ein höheres Strafmaß möglich.

DOKUMENTATION VON ERGEBNISSEN:

Oft möchten wir unsere Aktionen dokumentieren und digital verbreiten, daher filmen und fotografieren wir oft unsere Werke.

Das Anfertigen von Videos auf denen eine Tat klar erkennbar ist, ist generell nicht zu empfehlen, sofern es keinen bestimmten Zweck (wie z.B. einem Mobi-Video) dient. Achtet bei Videos darauf, dass die Personen im Bild zu keiner Zeit identifizierbar sind.

Auf Bildern sollten ebenfalls keine Personen identifizierbar sein. Verzichtet darauf, neben eurem Kunstwerk zu posieren oder ähnliches.

Wenn ihr ein Post oder einen Tweet schreibt, bleibt neutral und sachlich. Stellt keine Verbindung zu Personen her, um diese nicht unnötig zu belasten. Teilt lieber am nächsten Tag ein Bild eines Kunstwerkes, welches ihr „zufällig“ bei eurem Spaziergang entdeckt habt.

NACHBEREITUNG DER AKTION:

Falls es zum Kontakt mit der Polizei kam, dokumentiert den Vorfall in einem Gedächtnisprotokoll. Kontaktiert so früh wie möglich das Legal Team. Weitere Informationen zur Nachbereitung einer Aktion und generell zu Aktionen finden sich in den Dokumenten des Legal Teams, die ihr auf der offiziellen Webseite von Extinction Rebellion Deutschland findet. Folgt hierzu diesem Link:

<https://extinctionrebellion.de/mitmachen/legal/>

4. VOR, WÄHREND UND NACH DER AKTION

DIE NACHRICHT, DEN RICHTIGEN ORT UND DIE RICHTIGE ZEIT FINDEN

VOR DER AKTION IST ES WICHTIG DEN PASSENDEN RAHMEN ZU FINDEN. STELLT DIR ALS FOLGENDE FRAGEN:

AN WEN RICHTET SICH DEINE AKTION?

Wen möchtest du erreichen? Wenn du mit deiner Aktion eine Bewegung, Institution, Firma oder Partei wählt, die bereits Interesse an Klimaschutz zeigen, raten wir vor der Aktion ein Gespräch zu führen und deren Positionen zu verstehen. Nutze die Informationen um deine Nachricht oder Forderung besser zu formulieren und um Verbündete zu gewinnen.

WAS IST DEINE NACHRICHT AN DIE MENSCHEN, DIE DU ERREICHEN MÖCHTET?

Möchtest du diese Menschen informieren oder deren Handeln beeinflussen? Ist deine Aktionsform dafür geeignet? Im Kapitel Storytelling findest du Inspirationen, wie du Nachrichten als Geschichten erzählen kannst, die hängen bleiben und geteilt werden.



Betrachtet deine Nachricht immer aus der Perspektive deiner Zielgruppe. Nehmt an, dass diese Zielgruppe nicht deine Wissensgrundlage teilt. Ziel ist eine Aktion, deren Aussage für Alle unmittelbar ersichtlich ist, unabhängig von dem eigenen Vorwissen.

VERBÜNDETE FINDEN UND MOBILISIEREN

Gibt es Menschen, die sich für das gleiche Thema interessieren? Nehme rechtzeitig mit ihnen Kontakt auf und nutze deren Wissen zu dem Thema. Binde sie so früh wie möglich in die Aktionsplanung oder Mobilisierung ein.

WAS IST EIN GUTER ORT?

Wo sind die Menschen, die du erreichen möchtest?

Die Wahl des Ortes ist entscheidend um deine Nachricht zu transportieren. Gehe an die Orte, an denen Entscheidungen getroffen werden und stelle eine direkt sichtbare Verbindung zwischen dem Ort und der Nachricht her. Wählt die Orte der Verwüstung oder versucht diese gut greifbar in Fußgängerzonen und stark belebten Bereichen des öffentlichen Lebens sichtbar zu machen. Wenn ihr Orte ohne großen Publikumsverkehr wählt achtet auf besonders gute Pressearbeit!



Wichtig: Die Wahl des Ortes kann auch sehr starke negative Auswirkungen für euch, eure Ortsgruppe und XR haben.

Wenn du symbolträchtige Orte wie Statuen und Denkmäler in die Aktion einbindest ist eine Hintergrundrecherche notwendig. Ist deine Aktion nach der Recherche mit unseren Werten vereinbar? Wenn du unsicher bist, wählt einen besseren Ort. Handelt es sich um ein Mahnmahl, das an Tote erinnert, ist grundsätzlich von einer Aktion abzuraten.

Plant eine Aktion mit besonders großer Sorgfalt und achtet auf eine klare Nachricht, wenn ihr Infrastruktur einschränkt, deren Verbindung zur Klimakrise nicht für alle offensichtlich ist.

WANN IST DER RICHTIGE ZEITPUNKT?

Gibt es ein Datum, dass sich mit deinen Themen verbinden lässt? Ist das Thema gerade in den Nachrichten präsent oder ist es möglich einem Thema zu mehr Sichtbarkeit in den Medien zu verhelfen?

Gerade Paint the Streets-Aktionen bieten sich in der Nacht von Freitag auf Samstag an, da die Kunstwerke so zuverlässiger bis Montag Bestand haben. Ansonsten gibt es gerade bei Paint the Street aufgrund der großen Menge an Aktionsformen keinen "richtigen Zeitpunkt."

Eine spontane Kleingruppenaktion mit Kreide ist jederzeit kurzfristig machbar. Trommelt einpaar Rebell:innen zusammen und verschönert eure Stadt oder Dorf.

Genauso fällt unter Paint the Streets aufwändige Kunstwerke, die wochenlange Vorarbeit benötigen. Nehmt euch einen Moment Zeit und reflektiert darüber, ob ihr gerade die Kapazitäten für die Aktionsform habt, ob ihr mobilisieren möchtet und was der für euch richtige Zeitrahmen ist, in dem ihr eure Aktion regenerativ durchführen könnt.

AKTIONEN DOKUMENTIEREN

Es gibt 3 Gründe warum ihr euch die Zeit nehmen solltet, eure Aktionen (vor, während und danach!) zu dokumentieren:

- ⊗ Für euch, eure Bezugsgruppe und eure Ortsgruppe
- ⊗ Für eure lokale Presse
- ⊗ Für andere Rebell:innen

Wir kennen es alle: Die Plakate kleben und wir wollen schnell zur nächsten Wand weiter plakatieren. Da hole ich kurz mein Handy raus, mache ein Foto mit Blitzlicht und wir flitzen weiter. In der Hektik kommt die Dokumentation gerne etwas zu kurz. Aber die Dokumentation ist ein wichtiger Aspekt der Aktionsplanung! Bilder können nicht nur einen Moment festhalten, sondern Gedanken, Gefühle und Intentionen transportieren. Sie können anderen Rebell:innen aber auch als Hilfestellung und Anleitung dienen.

Und nicht zu vergessen: je schöner und spannender euer Foto, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Presse es abdruckt!

EIN PAAR TIPPS FÜR DAS FOTOGRAFIEREN Eurer AKTION:

⊗ Achtet auf allgemeine technische Aspekte wie Schärfe, Lichteinfall, (Farb-)Kontraste und Auflösung. Weite Winkel und eine hohe Blende sind am besten geeignet.

⊗ Versucht die Komposition, die Perspektive und die Tageszeit zu bedenken.

⊗ Bilder wirken besonders eindrucksvoll, wenn ihr nicht nur euer Plakat, euer Banner oder euer Graffiti, sondern den Ort, die Menschen und andere Elemente in der Umgebung mit ins Bild einbezieht.

⊗ Vielleicht könnt ihr sogar Menschen fotografieren, die direkt mit eurer Kunst in Interaktion treten. Probiert euch aus! Seid kreativ und nehmt euch die Zeit eure Kunstwerke festzuhalten. Wer weiß wie lange sie noch bestehen bleiben!



WICHTIGER HINWEIS

⚠ Achtet darauf keine Rebell:innen mit Gesicht oder Wiedererkennungsmerkmalen in Aktion zu fotografieren!

HIER NOCH EIN PAAR TIPPS

- ⊗ Es kann hilfreich sein, eine Person zu benennen, die nur für die Dokumentation der Aktion verantwortlich ist. Vielleicht gibt es ja eine:n Hobbyfotografen:in unter euch, der noch eine DSLR Kamera (Digitale Spiegelreflex Kamera) rumfliegen hat oder jemanden der schon immer mal Lust darauf hatte.
- ⊗ Macht eure Fotos einfach tagsüber am darauffolgenden Tag (sofern euer Kunstwerk noch nicht entdeckt und/oder entfernt wurde). Das hat den Vorteil, dass ihr euch in der Aktion keine Gedanken um die Dokumentation machen müsst und ihr braucht keine schwere Kamera mit euch rumtragen.

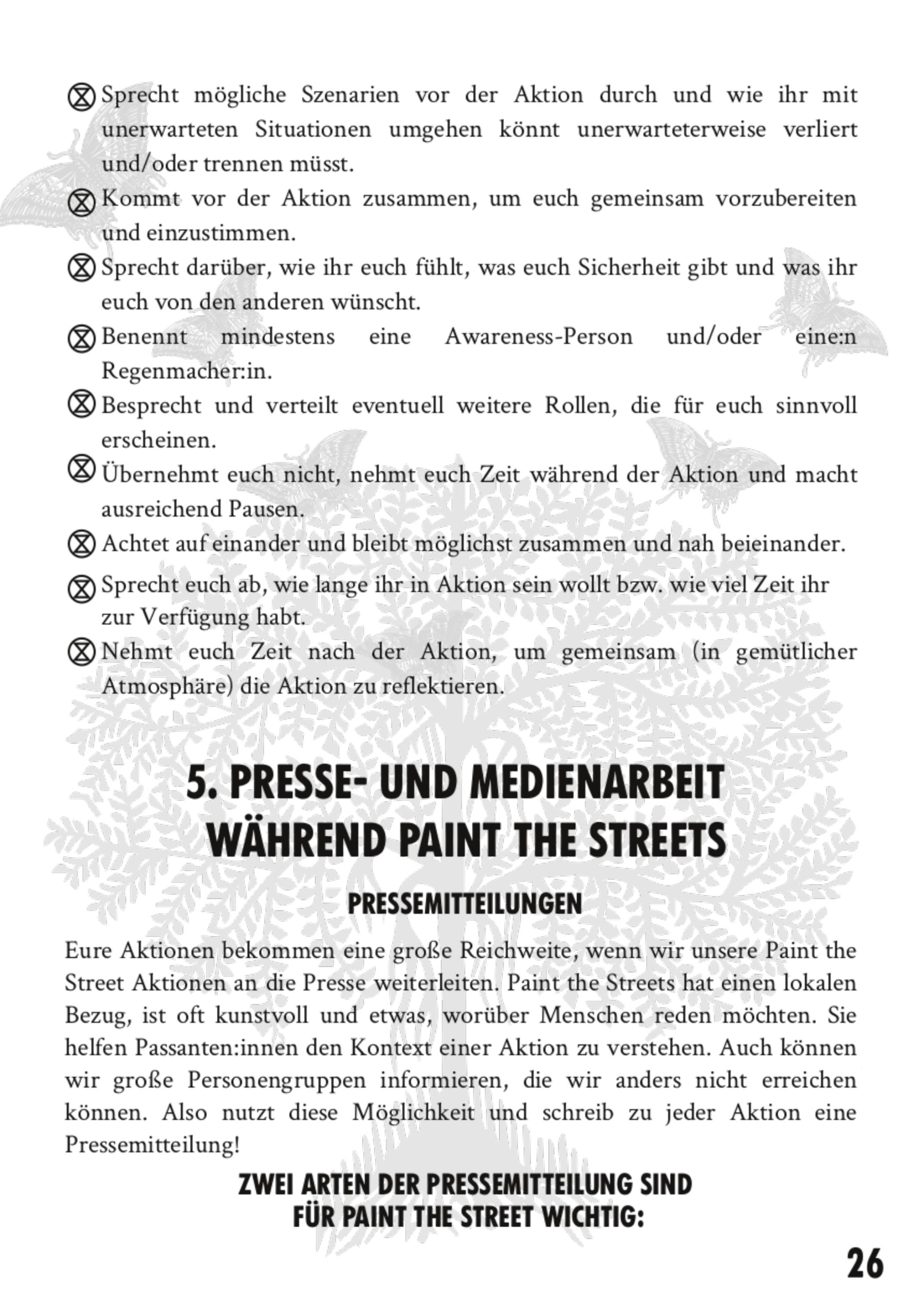
HIER EIN PAAR BEISPIELE VON EINER PLAKATIER-AKTION DER OG HEIDELBERG:



Mehr Beispielfotos vergangener Aktionen findet ihr im Kapitel "Inspiration". Schaut euch die Bilder doch mal an und fragt euch: Was gefällt mir an diesem Foto? Welches Foto weckt instinktiv Interesse bei mir und warum? Welches gefällt mir weniger? Gefallen mir vielleicht schlichte Fotos besser? Oder doch, auf denen mehr los ist? Wie wirken Fotos mit und ohne Menschen? Wie kann ich das selbst umsetzen?

SO BLEIBT ES REGENERATIV

Auch Paint the Streets Aktionen sollten nicht auf die leichte Schulter genommen werden. Sie sind vielleicht weniger, als eine Brückenblockade und erfordern einen wesentlich geringeren Aufwand, als manch andere Aktionen, aber auch Paint the Streets Aktionen können kräftezehrend und stressig sein. Also beachtet bitte Folgendes:

- 
- ⊗ Sprecht mögliche Szenarien vor der Aktion durch und wie ihr mit unerwarteten Situationen umgehen könnt unerwarteterweise verliert und/oder trennen müsst.
 - ⊗ Kommt vor der Aktion zusammen, um euch gemeinsam vorzubereiten und einzustimmen.
 - ⊗ Sprecht darüber, wie ihr euch fühlt, was euch Sicherheit gibt und was ihr euch von den anderen wünscht.
 - ⊗ Benennt mindestens eine Awareness-Person und/oder eine:n Regenmacher:in.
 - ⊗ Besprecht und verteilt eventuell weitere Rollen, die für euch sinnvoll erscheinen.
 - ⊗ Übernehmt euch nicht, nehmt euch Zeit während der Aktion und macht ausreichend Pausen.
 - ⊗ Achtet auf einander und bleibt möglichst zusammen und nah beieinander.
 - ⊗ Sprecht euch ab, wie lange ihr in Aktion sein wollt bzw. wie viel Zeit ihr zur Verfügung habt.
 - ⊗ Nehmt euch Zeit nach der Aktion, um gemeinsam (in gemütlicher Atmosphäre) die Aktion zu reflektieren.

5. PRESSE- UND MEDIENARBEIT WÄHREND PAINT THE STREETS

PRESSEMITTEILUNGEN

Eure Aktionen bekommen eine große Reichweite, wenn wir unsere Paint the Street Aktionen an die Presse weiterleiten. Paint the Streets hat einen lokalen Bezug, ist oft kunstvoll und etwas, worüber Menschen reden möchten. Sie helfen Passanten:innen den Kontext einer Aktion zu verstehen. Auch können wir große Personengruppen informieren, die wir anders nicht erreichen können. Also nutzt diese Möglichkeit und schreib zu jeder Aktion eine Pressemitteilung!

**ZWEI ARTEN DER PRESSEMITTEILUNG SIND
FÜR PAINT THE STREET WICHTIG:**

1. ANKÜNDIGUNG ZU EINER AKTION

Wenn ihr einen freundlichen Kontakt zu den lokalen Medien aufbauen konntet, ladet die Medien ein, eure Aktionen zu begleiten oder ermöglicht es ihnen sehr früh davon zu berichten. Formuliert einladend und heißt sie, wenn erwünscht, ausdrücklich während eurer Aktion willkommen. Wenn es sich um eine nicht angemeldete, nicht legale Aktion handelt, von der vorher niemand wissen soll, ladet nur vertrauenswürdige Medienleute ein und schreibt ausdrücklich eine Sperrfrist (ganz oben und fett) über den Text eurer Pressemitteilung. Erst ab dieser Frist darf etwas zur Aktion veröffentlicht werden. Wenn möglich, schreibt einen Link zu einer Online-Ressource in die Einladung, wo es dann ab der Aktion Bilder gibt.

2. BERICHT VON EINER AKTION

Dokumentiert eure Aktion mit Bildern, schreibt was passiert ist und warum ihr eure Aktion durchführt. Schreibt rein, wie viele Personen daran teilgenommen haben und wie die Stimmung war. Weckt Sympathie. Verlinkt die Bilder via Online-Ressourcen.

3. ALLGEMEINGÜLTIGES

- ⊗ Verschickt Pressemitteilungen immer mit einem kurzen Anschreiben. Darin sollte stehen, von welcher Gruppe die Pressemitteilung kommt und dass ihr um Berücksichtigung in der Berichterstattung bittet. Hier ist auch ein guter Ort um auf eine Sperrfrist hinzuweisen.
- ⊗ Pressemitteilungen komplett in einer Email zu schreiben, sind erwünscht. Dateianhänge machen die Mails für machen Server zu groß und Medienleute müssen öfter klicken.
- ⊗ Wenn möglich, gebt eine Mailadresse/Telefonnummer für Rückfragen an.
- ⊗ Die Überschrift bestimmt den Ton des Artikels, macht euch viele Gedanken über den Klang in den Ohren der Leser.
- ⊗ Schreibt die wichtigsten Informationen in den ersten Satz:
⇒ Wer? Was? Wann? Wo? Wofür oder wogegen?
- ⊗ Sortiert die Infomationen der Wichtigkeit nach: Das Wichtigste zuerst, dannach in absteigender Wichtigkeit weiter. Es wird vom Ende her gekürzt.
- ⊗ Schreibt den Text vom Stil her so, dass die Presse ihn direkt übernehmen kann. Presseleute haben wenig Zeit und sind genauso faul wie wir.

ZITIEREN

1. WARUM ZITATE?

Direkte Rede sorgt für einen lebendigen Fließtext und wirkt weniger abstrakt. Formuliert es, als würde der/die Redakteur:in direkt mit euch sprechen. Wenn ihr in einem Text ein Zitat einreicht, kann der Text geändert werden, das Zitat hingegen muss im genauen Wortlaut abgedruckt werden. Ihr habt hier die Formulierungsmacht. Dazu dürfen im Gegensatz zu redaktionellen Texten, persönliche Meinungen und Stimmungen in Zitaten ausgedrückt werden. Um den Text direkt übernehmbar zu machen, sind daher Zitate eine geschickte Methode.

2. WAS ZITIEREN?

Aussagen müssen nicht genauso so gefallen sein und dürfen fiktiv sein, sollen aber authentisch wirken. Wenn ihr ein Zitat einbringt, sollte dies die Kernbotschaft oder Kernforderung einschließen. Solltet ihr mehrfach zitieren, kann das zweite Zitat eine Erklärung oder Hintergrundinfos zur Vorgeschichte enthalten, ebenso die Begründung der Forderung oder eine globale Einordnung.

3. WEN ZITIEREN?

Es kann beispielsweise eine presseverantwortliche Person oder beispielsweise ein:e Künstler:in zitiert werden. Ihr könnt euch auch selbst zitieren. Zitiert möglichst nicht mehr als zwei Personen. Bei gemeinsamen Pressemitteilungen mehrere Gruppen versucht auch Stimmen aus anderen Bewegungen einzubinden.

Holt immer das Einverständnis der zitierten Person ein. Fragt, ob sie für Rückfragen der Presse zur Verfügung steht.

Ihr könnt auch fiktive Personen zitieren oder unter Pseudonym sprechen, wie es beispielsweise Ende Gelände oft handhabt.

4. WIE ZITIEREN?

Formuliert in gesprochener Sprache. Achtet hierbei, dass sie leicht verständlich, nicht zu komplex ist oder hochgestochen klingt. Eure Nachrichten sollten in kurze, knackige Aussagen verpackt werden. Versucht eure Grundstimmung und persönliche Involviertheit zu vermitteln.

Haltet eure Zitate kurz, mit 1-2 Sätzen pro Zitat. Ihr könnt zwei bis vier Zitate pro Pressemitteilung einbinden. Orientiert euch an existierenden Artikeln der Zeitung.

VERSCHIEDENE

AKTIONS-

FORMEN

WAS DICH ERWARTET

! In den folgenden Kapiteln haben wir verschiedene Aktionsformen im Rahmen des Paint the Streets für Dich zusammen gefasst. Dabei gibt es jeweils einne "Schnellstart" – wenn Du direkt loslegen magst ohne Hintergrundinformationen und Ähnliches. Zusätzlich findest Du Rezepte und Anleitungen zu den jeweiligen Themen.

Lass dich inspirieren...

PLAKATIEREN

Zeitaufwand	Schablone basteln & gestalten ~2 h, Kleistern/Plakat 1 Min.
Kosten	ab ~3€
Rebell:Innen	zu dritt möglich, zu fünft besser
Legales Risiko	gering, solange alles rückstandslos entfernt werden kann

Plakate sind ein diverses Medium. Sie können auf vielfältige Art und Weise hergestellt, transportiert und verwendet werden. Ihr könnt sie an Glasscheiben, Mauern, Mülleimern, Stromkästen, Bäumen, Altglascontainern, Stellwänden und zahlreichen anderen Orten anbringen oder aufstellen. Der Vorteil: Im Vergleich zu einem eher geringen Aufwand kann mensch durch Plakate in kurzer Zeit viel Raum bzw. Fläche einnehmen und so seine Nachrichten auffällig und eindrucksvoll platzieren.



SCHNELLSTART



ZUTATEN

- ⊗ Plakate
- ⊗ Kleister
- ⊗ breite, große Pinsel
- ⊗ größere Behältnisse mit ca. einem Liter oder mehr Fassungsvermögen
- ⊗ altes Küchentuch zum Hände abwischen
- ⊗ eventuell Weiteres z. Bsp.: Handschuhe, Pappe, Farben etc.

DURCHFÜHRUNG

1. Plakate selbst herstellen, besorgen oder drucken lassen
2. Kleister, Pinsel und sonstiges Material besorgen
3. Rebell:innen zusammentrommeln
4. Loslegen!

MATERIALIEN FÜR PLAKAT-AKTIONEN



1. KLEISTER SELBER HERSTELLEN

Kleister lässt sich ganz schnell und einfach selbst herstellen. Hier erfährst du was du dazu brauchst und wie das geht:

DURCHFÜHRUNG

1. Einen Liter Wasser abmessen, dann eine halbe Tasse wegnehmen.
2. Den Liter Wasser in einem Topf zum Kochen bringen, währenddessen das Stärkepulver in dem kalten Wasser in der Tasse lösen.
3. Wenn das Wasser kocht, Topf vom Herd nehmen und die gelöste Stärke unterrühren.
4. Mit Schneebesen gut verrühren, sodass sich keine Klumpen bilden.
5. Kleister in Gefäße füllen und abkühlen lassen.

ZUTATEN

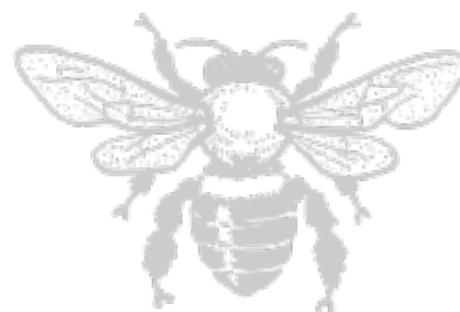
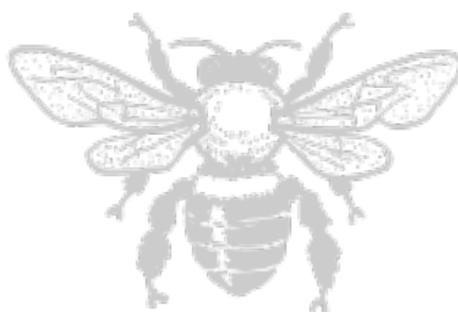
1 Liter Wasser
5-6 EL Stärkepulver
ein Messbecher
ein Topf
eine Tasse
einen Schneebesen

WICHTIGE HINWEISE

Der Kleister kann etwas zu flüssig wirken, beim Abkühlen wird er noch fester. Wenn der heiße Kleister am Schneebesen Fäden zieht ist die Konsistenz gut.

HALTBARKEIT

Der Stärkekleister kann sofort verwendet werden oder lässt sich luftdicht verschlossen ca eine Woche aufbewahren.



2. PLAKATE HERSTELLEN ODER BESORGEN

ONLINE ODER IN EINER DRUCKEREI VOR ORT DRUCKEN LASSEN

Wenn ihr eure Plakate bei einer Druckerei oder einem Copyshop drucken lasst bieten sich meistens zwei Möglichkeiten an: Entweder ihr lasst bunte Plakate mit Tinte drucken oder ihr lasst Schwarz-Weiß Plakate auf buntem Papier (siehe oben) drucken. S/W-Druck ist prinzipiell etwas günstiger und bunte Plakate sehen je nach Plakat-Design besser aus. Als Papierstärke reicht prinzipiell 80g Papier und geeignete Größen sind DinA3 oder DinA2.

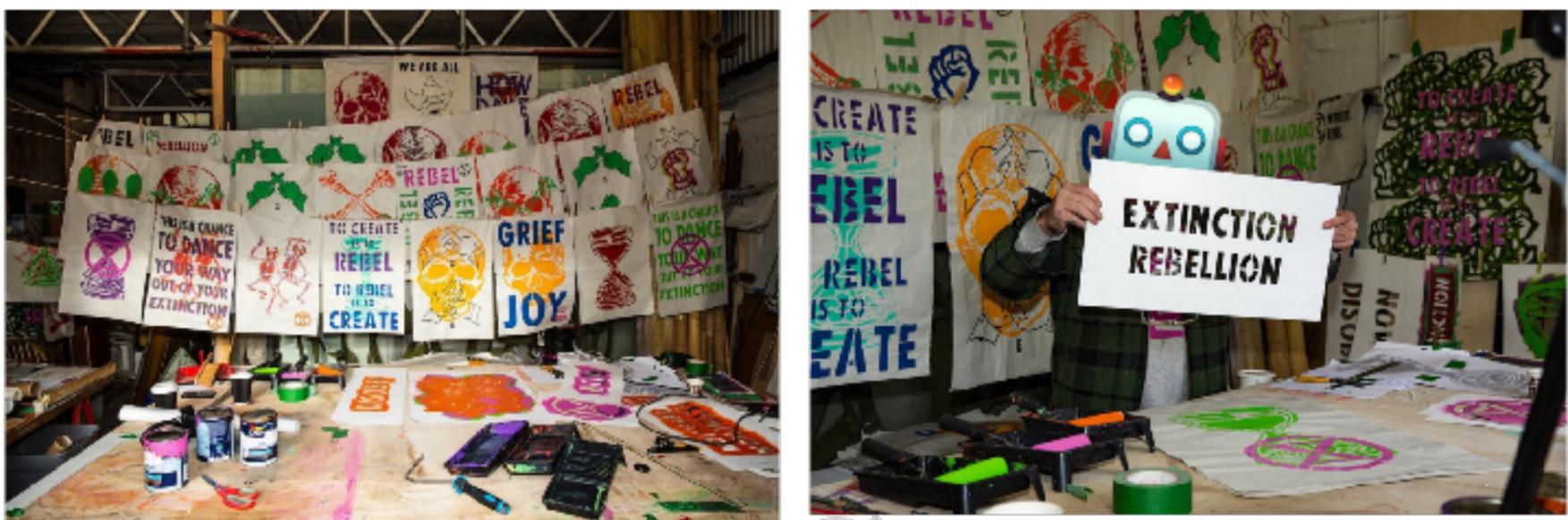
Beispiel: Im Copyshop kosten 700 S/W-Plakate auf buntem Papier vielleicht 20-30 Euro.

! MÖGLICHE RESSOURCEN INNERHALB XR

Allgemeine Plakate zum Plakatieren findet ihr in der XR Public Cloud unter „Mediengestaltung > Poster > DE“.

MIT SCHABLONEN SELBST HERSTELLEN

Eine weitere Möglichkeit ist, dass ihr eure Plakate selbst herstellt. Ihr könnt Plakate ganz einfach selbst per Hand bemalen oder euch mit Schablonen eure Plakate selbst „bedrucken“. Diese Schablonen, auch gerne als `Stencil` bezeichnet, könnt ihr mehrmals und mit unterschiedlichen Farben verwenden. Auch für Sprühkreide-Aktionen oder andere Paint the Streets Projekte könnt ihr Schablonen verwenden. Das kann dann so aussehen:



PARIS 68 REDUX / XR PRINT WORKSHOP

Die Bilder, die ihr auf der Seite zuvor seht, sind Fotos vom "XR Print Workshop", ein Projekt angeleitet von einer Gruppe von Künstler:innen, die sich diese bestimmte Drucktechnik zu nutze gemacht haben. Unter dem Titel "Paris 68 Redux" drucken sie bunte, vielfältige Plakate im XR Design. Aber was macht diese Printtechnik so besonders?

Sie entstand vor knapp 50 Jahren im Mai des Jahres 1968. Student:Innen in Paris fingen damals an, gegen die Hierarchie und Starre des universitären Systems zu protestieren. Nach kurzer Zeit kamen Arbeiter:Innen, Beamte, Gewerkschaftsmitglieder und weitere Student:Innen dazu, bis schließlich in ganz Frankreich klassenübergreifend 10 Millionen Menschen gegen den Status Quo streikten und auf die Straßen gingen.

Das École des Beaux-Arts, ein altes besetztes Gebäude an der Seine, wurde relativ schnell zum Zentrum der Revolte und zum Ursprung des künstlerischen Protests. "Atelier Populaire" nannte sich die Gruppe von Student:Innen, die massenhaft hunderte von Plakaten druckten und sie überall in Paris verteilten. Die Poster wurden zum verbindenden Kommunikationsmedium der Protestbewegung und bildeten das Gegenstück zu den vertrauensunwürdigen, verstaatlichten Medien.

Heute sind die Plakate nicht nur ein Beweis für den Kampf und Widerstand, sie gelten mittlerweile als Meilenstein der politischen Kunst- und Grafikgeschichte und inspirierten zahlreiche Künstler und Grafiker:Innen, zum Beispiel auch Banksy.



VOR- UND NACHTEILE DIESER METHODE

Durch dieses Druckverfahren lassen sich in kurzer Zeit sehr viele Plakate herstellen. Die Schablonen können vielfältig und immer wieder verwendet werden. Es ist eine sehr interaktive Form der Plakatherstellung, die viel Raum für Kreativität gibt und der Spaßfaktor ist hoch! Aber: es kommt im Vergleich zu fertigen Plakaten vermutlich ein höherer Zeit-, Material und Kostenaufwand auf euch zu.

DURCHFÜHRUNG

1. Downloade oder erstelle deine liebste Stencil Vorlage selbst. – Mithilfe der XR Schriftart und den vorhandenen Block Prints oder such dir passende Motive im Internet raus.
2. Druck die Vorlage aus (oder zeichne dir deine eigene) und übertrage sie mithilfe des Transferpapier auf das Stencil Papier. Es klappt gut, wenn du das Papier festkleben. Du kannst auch direkt auf dem Papier oder der Folie zeichnen.
3. Schneide die Schablone aus. Achte darauf, dass du auf einer schnittfesten, rutschsicheren Unterlage arbeitest und genug Brücken bestehen, damit dein Motiv nicht kaputt geht.
4. Nimm einen Farbroller und roll über deine Vorlage. Benutze nicht zu viel Farbe!
5. Häng die Plakate zum Trocknen auf. Wiederhole Schritt 4 nach Bedarf mit anderen Farben und Schablonen.
6. Mach solange weiter, bis du glücklich und bereit zum Plakatieren bist!

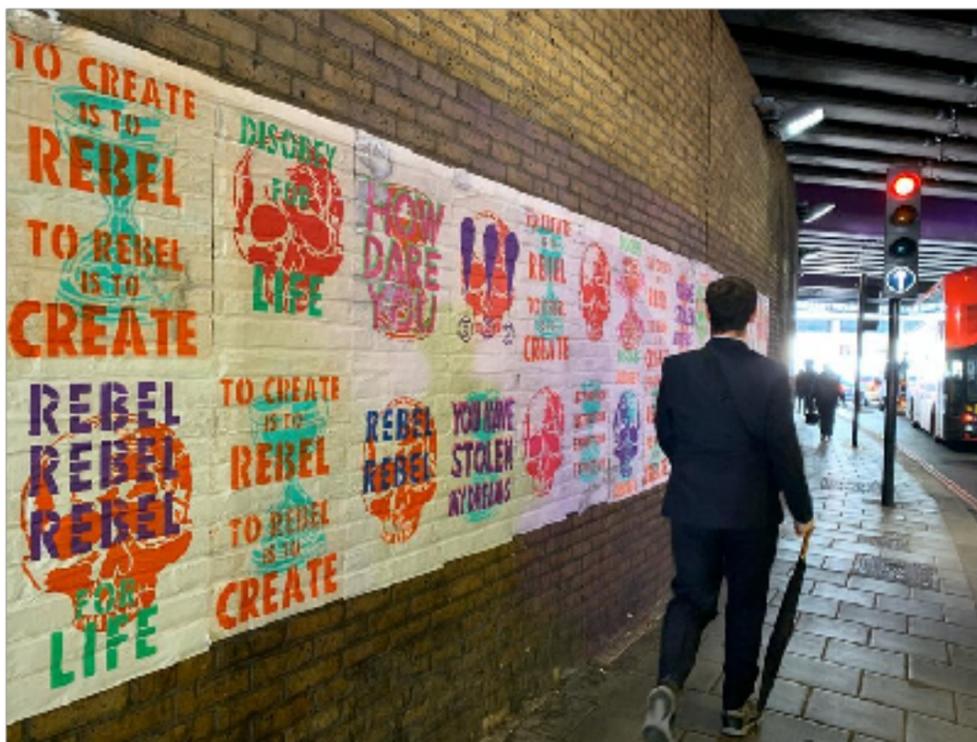
ZUTATEN

ein Drucker
eine Schneidematte
oder eine dicke Unterlage
Transferpapier
Cutter-Messer
Dickes Papier (275g)
oder Laminierfolie
Schere
Stifte
Zeitung
Dispersionsfarbe
Kreppband
Farbroller

MÖGLICHE RESSOURCEN INNERHALB XR

Eine schon für Stencil optimierte Version unserer Schriftart FUCXED CAPS gibt es in der Public Cloud.

Im Sinne eines einheitlichen Schriftbilds enthält sie mehr "Brücken", als theoretisch nötig wären, und weicht dadurch etwas vom üblichen Aussehen ab. Da mensch die redundanten Brücken beim Ausschneiden einfach ignorieren kann, liegt es ganz bei euch, wie ihr die Buchstaben am Schönsten findet.



MEHR INFORMATIONEN, HINTERGRUND UND RESSOURCEN ZU DIESER TECHNIK

Youtube-Tutorial:

https://www.youtube.com/watch?v=nUFIrM_KUVk&feature=emb_share

Dropbox von Weparis68:

<https://www.dropbox.com/sh/o4ix4sz1faaf45g/AAD4xSWy0iLsbp7hAyW19GsCa?dl=0>

#BODYPOLITIC Blogeintrag: <https://www.bodypolitic.space/paris68redux>

Weitere Stencil-Vorlagen und Hilfestellungen von XR ART BLOCKERS:

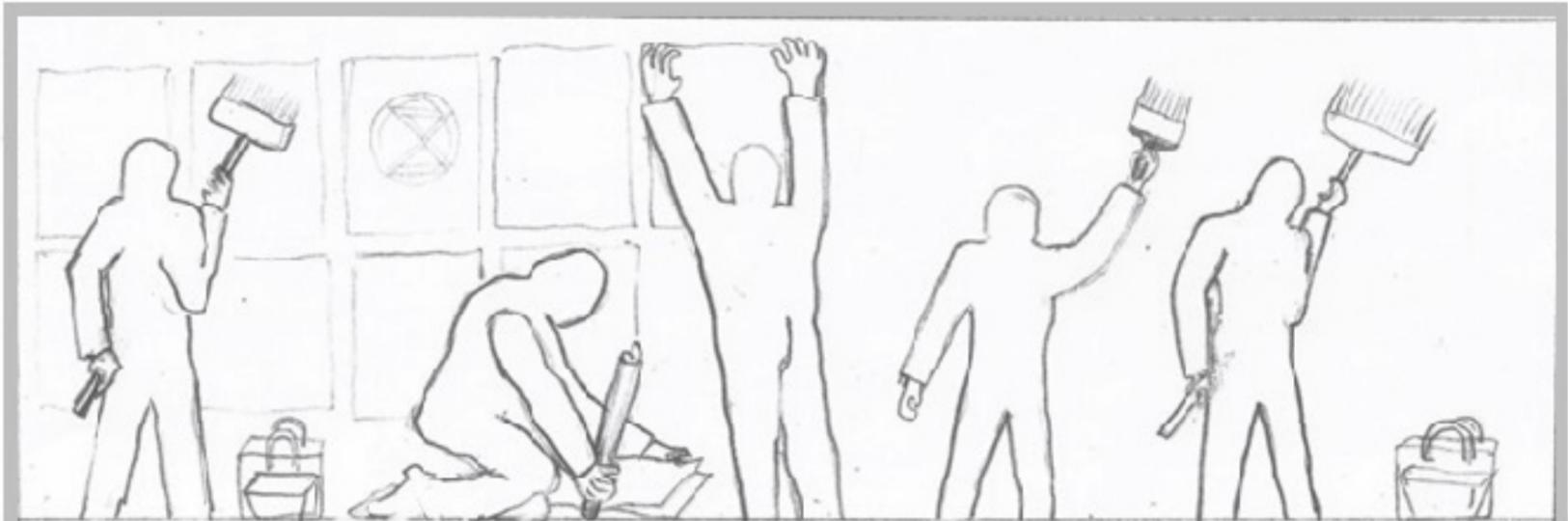
<https://www.dropbox.com/sh/37ht3or2hd5bxxs/AAAah5YNG2V7SXq2-tkYsWtca?dl=0>

DURCHFÜHRUNG

Wie ihr eure Aktion durchführt, entscheidet ihr am besten selbst, abhängig davon wie viele ihr seid, was ihr vorhabt und wie viel Zeit ihr habt.

Wir halten ein Team bestehend aus minimal 5 und maximal 12 Leuten für sinnvoll. So könnte die ideale Plakatiertruppe ausschauen:

DIE IDEALE PLAKATIERTRUPPE



**DIE IDEALE PLAKATIERTRUPPE BESTEHT AUS 2 X MENSCHEN, DIE KLEISTERN
2 X MENSCHEN, DIE PLAKATE SORTIEREN UND AUFKLEBEN
UND 1 X MENSCHEN, DER AUFPASST**



**SORTIERT DIE PLAKATE AM BESTEN VORHER IN EINZELNE SETS MIT JE
16-30 PLAKATEN. DANN MÜSSTET IHR IN 5 MINUTEN MINDESTENS 20
PLAKATE GEKLEISTERT BEKOMMEN.**





MALEN MIT KREIDE

Mit Kreide lassen sich sowohl Sprüche als auch Bilder auf die Straßen deiner Stadt bringen. Dabei kannst Du dir selbst passendes zu deinem Narrativ und deiner Aktion ausdenken. Oder du schaust im Kapitel "Inspirationen" nach und holst dir dort Sprüche-Inspirationen.

Vieles, was du im Anschluss zum Thema "Sprühen" findest, kannst du größtensteils auch auf Kreide übertragen. Daher sind diese Kapitel zusammengefasst.

SPRÜHEN

Zeitaufwand	Schablone basteln 1h, pro Sprühvorgang 5min
Kosten	ab 10€
Rebell:Innen	alleine möglich, zu zweit besser
Legales Risiko	gering, solange alles rückstandslos entfernt werden kann

MIT KREIDE



SCHNELLSTART

ZUTATEN

Stabile große Pappe
Teppichmesser o.ä.
Sprühkreide

DURCHFÜHRUNG

1. Motiv auswählen, z.B.:
in der Public Cloud > Mediengestaltung > Stencils
2. Auf Pappe übertragen (drucken, aufkleben oder per Beamer abmalen)
3. Ausschneiden, so dass alles Wichtige zusammenhält
4. Schablone an die Wand halten oder kurz kleben
5. Senkrecht und gleichmäßig Farbe durchsprühen



DIE WAHL DER FARBE

WICHTIGES VOR AB

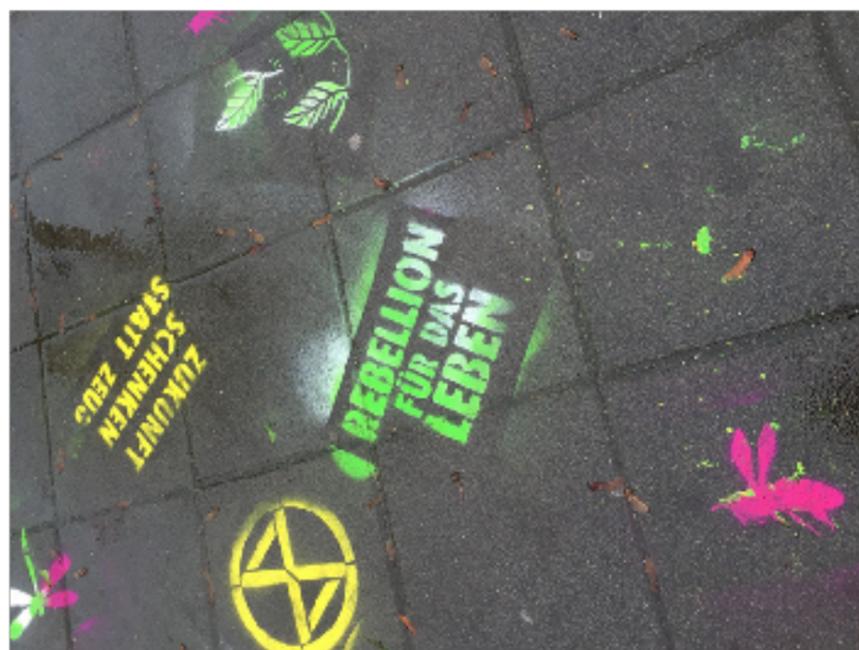
Viele denken beim Sprühen als erstes an Graffiti. Wir können nur stärkstens davon abraten, richtige Graffiti-Farbe auf Oberflächen zu verwenden, die euch nicht gehören. Das ist nicht nur als Sachbeschädigung eindeutig strafbar, sondern wurde in mehreren Fällen von der Bevölkerung und den Medien so negativ wahrgenommen, dass die eigentliche Botschaft in den Hintergrund getreten ist.

Betrachter können zudem keine Unterscheidung zwischen Kreide und Graffiti treffen – berücksichtig dies in eurer Aktion.

Vermeidet, dass es nach Vandalismus aussieht oder empfindliche Orte, etwa Denkmäler aus Sandstein, betroffen sind.

Für Paint the Streets-Aktionen der hier beschriebenen Art, eignet sich Sprühkreide grundsätzlich am Besten. Diese lässt sich ganz einfach und preiswert selber herstellen. Sie hält auf Asphalt einige Zeit, lässt sich aber mit Wasser und Lappen rückstandslos wieder entfernen. Ein erprobtes Sprühkreiderezept findet ihr in diesem Leitfaden.

Denkt bei der Wahl des konkreten Farbtons an die Corporate Identity und versucht diese Farbspektren zu treffen. Beachtet natürlich auch die Lesbarkeit, die davon abhängt auf welchem Untergrund ihr plant zu sprühen...



SPRÜHKREIDE SELBER HERSTELLEN

DURCHFÜHRUNG

1. Die Zutaten und Geräte besorgen.
2. Einen Liter Wasser abmessen und die Sprühflaschen gut ausspülen!
2. Nach und nach das Stärkepulver in das Wasser einrühren. Achte darauf, dass sich keine Klumpen bilden.
3. Bei Bedarf die Mischung um Lebensmittelfarbe ergänzen.
4. Fertige Mischung in Sprühflasche füllen.

ZUTATEN

- 1 Liter Wasser
- 500 gr Stärkepulver
- 3-5 Tropfen Lebensmittelfarbe
- ein Messbecher
- ein Schneebesen
- 1-3 leere Sprühflaschen
(Reinigungsmittel o. Blumen)

WICHTIGER HINWEIS

■ Auch das Sprühen von abwaschbarer und biologisch abbaubarer Sprühkreide, kann von der Polizei als Sachbeschädigung gewertet werden.

● Bitte nicht auf Statuen und Denkmäler aus Sandstein sprühen. Diese lassen sich NICHT rückstandslos reinigen.

SCHABLONEN – JA ODER NEIN?

Natürlich könnt ihr Botschaften auch von freier Hand auf Oberflächen sprühen. Das geht schnell, sieht aber meistens weniger schön aus als etwas sorgfältig Gepinselt oder Gesprühtes.

Um im entscheidenden Moment schnell und trotzdem sauber zu arbeiten, lohnt es sich die Zeit zu investieren und vorher eine gute Schablone zu erstellen.

Ein Vorteil von Kreide allgemein und freihand malen ist, dass auch Kinder mitmachen können.



SCHABLONEN SELBER HERSTELLEN

DURCHFÜHRUNG

1. Sucht euch eine Stencil-Vorlage z.B. aus der Public Cloud aus, oder erstellt selber eine. Dabei ist entscheidend, dass alle Flächen, die zur Schablone gehören, durchgängig, durch stabile "Brücken" miteinander verbunden bleiben. Die Brücken des XR-Schriftzugs auf kommender Seite, haben sich zum Beispiel als zu schmal herausgestellt und sind nach einigen Sprühvorgängen durchgeweicht und gerissen!
2. Überträgt die Vorlage auf die Pappe oder Montagefolie. Wenn es nicht per Drucker geht, bietet es sich bei größeren Motiven an, sie mit einem Beamer dran zu projizieren und die Linien nachzuzeichnen. Für kleinere Stencil funktioniert auch Pauspapier. Bedrucktes Papier auf das eigentliche Schablonenmaterial aufzukleben, ist eine Notlösung und bereitet später Schwierigkeiten beim Schneiden.
3. Achtet unbedingt darauf, dass um das Motiv herum eine ausreichend breite Randfläche bleibt, damit die Sprühfarbe nachher nicht über den Rand hinaus geht.
4. Dann legt euren Stencil auf eine robuste Oberfläche und schneidet das Motiv vorsichtig mit dem Messer aus. Die Schneiderichtung sollte immer von spitz zulaufenden Ecken und feinen Strukturen weg zeigen, um diese nicht zu beschädigen. Kurven schneiden sich oft besser, indem ihr beim Schneiden die Schablone dreht und nicht das Handgelenk. Wenn sich eine Fläche noch nicht heraus löst, fahrt lieber noch mal mit dem Messer an der Kante entlang anstatt daran zu reißen.
5. Solltet ihr euch doch mal „verschneiden“, dann lässt sich das meistens mit Klebeband ausbessern.

ZUTATEN

Montagefolie

oder: ein Stück dicke Pappe

oder: ein Stück alte Tapete

ein spitzes Skalpell

eine Schneidematte

evtl. ein Cutter-Messer

ein Drucker

ein Beamer

etwas Pauspapier

Schere

Stifte

EIN PAAR BEISPIELE



TEXT AUF SCHABLONEN

Eine schon für Stencil optimierte Version unserer Schriftart FUCXED CAPS gibt es in der Public Cloud.

Diese ist allerdings nicht automatisch die beste Wahl für eure Schablone!

Folgende Alternativen gibt es, die alle ihre Vor- und Nachteile haben.

Entscheidet selbst, welche am besten zu euren Vorstellungen von Aufwand und Ästhetik passt:

BEISPIELWORT
BEISPIELWORT

Schnell und unsauber: Löcher einfach ignorieren

Etwas größerer Zeichenabstand macht das Ausschneiden einfacher und die Schablone stabiler

BEISPIELWORT
BEISPIELWORT

Einfache Methode, die Löcher zu vermeiden: senkrechte oder waagerechte "Brücken" einbauen, geht auch spontan während des Ausschneidens

BEISPIELWORT

Spezielle Schriftart FUCXED STENCIL: gleichmäßig platzierte Brücken, die aber sehr schmal und an vielen Stellen nicht zwingend notwendig sind dadurch deutlich anspruchsvoller auszuschneiden und nur mit gutem Schablonenmaterial stabil

ALTERNATIVEN ZUM SPRÜHEN

- Es muss nicht immer Sprühfarbe sein: Eine Schablone kann auch super mit einer Farbrolle oder einem dicken Malerpinsel benutzt werden. Experimentiert gern damit und lasst eure Erfahrungen in den Wiki-Artikel zum Leitfaden einfließen!

OPTIMAL SPRÜHEN

Entscheidend für die Schärfe der Kanten und die allgemeine Sauberkeit des Motivs ist es, die Schablone gut anzubringen. Sobald irgendeine Kante vom Untergrund absteht, wird Farbe darunter geraten und die Kante sieht nachher unsharp aus. Es empfiehlt sich, die Schablone mit Maler-Krepp an den Ecken oder sogar mit Leim auf dem Untergrund zu befestigen. Wenn sie aus stabilem Material ist, das sich nicht wölbt, reicht das wahrscheinlich schon. Sollte sich die Schablone im Inneren wölben und abheben, könnt ihr sie mit einem Zweig oder Finger an geeigneter Stelle andrücken - der muss natürlich während des Sprühens bewegt werden, um keinen "Schatten" zu hinterlassen.

Die meisten Sprühflaschen müssen vor Gebrauch geschüttelt werden, damit die Farbe mit gleichmäßigem Druck rauskommt. Das beste Ergebnis bekommt ihr normalerweise, wenn ihr die Sprühflasche die ganze Zeit senkrecht haltet. Noch wichtiger ist es aber, die richtige Entfernung und Bewegungsgeschwindigkeit zu finden.

Wenn ihr beim Sprühen zu nah an der Schablone seid, sammelt sich die Farbe in dicken Klecksen und es bilden sich Tropfen, die herunterlaufen und das Bild versauen. Das gleiche passiert, wenn ihr die Hand zu langsam bewegt und dadurch zu viel frische Farbe an der gleichen Stelle landet. Wenn ihr mit zu viel Abstand sprüht, verteilt sich ein Teil der Farbe im Luftzug bevor sie am Ziel ankommt. Schlimmstenfalls landet sie außerhalb der Schablone auf dem Teil der Fläche, den ihr sauber lassen wolltet. Die richtige Entfernung und Handbewegung könnt ihr z.B. an einem Stück Pappe ausprobieren, bis ihr ein Gefühl dafür habt.

Allgemein solltet ihr beim Sprühen immer ein Auge darauf haben, dass die Farbe gleichmäßig aufgetragen wird. Wenn ihr irgendwo noch Untergrund durch seht, macht noch mal einen Schwung drüber. Wenn es irgendwo schon feucht glänzt, dort lieber keine Farbe mehr.

Letztlich wird fast immer ein bisschen was schief gehen, und das ist auch in Ordnung: ein Teil des Charmes bei Paint the Streets ist schließlich, dass es handgemacht aussieht!...

ZUBEACHTEN BEIM SPRÜHEN

Je nach benutzter Farbe solltet ihr eure Augen und Atemwege schützen. Generell sollte nur draußen gesprüht werden.

MEHRFARBIG SPRÜHEN

Um mehr als eine Hintergrund- und eine Vordergrundfarbe zu verwenden, müsst ihr Schicht für Schicht arbeiten und die Farbe zwischendurch trocknen lassen. Wie lange das dauert, hängt von der Farbe ab - aber mehr als fünf Minuten dauert es fast sicher. Wenn ihr ohnehin mehrere Orte besprühen wollt, macht am besten eine vollständige Runde mit der ersten Farbe und fangt dann mit der nächsten Farbe wieder am Anfang an, und so weiter.

Mit zwei Farben, aber nur einer Schablone lässt sich durch leicht versetzte Platzierung bereits ein auffälliger "Schatten"-Effekt erzeugen (linkes Foto). Fortgeschrittene Motive nutzen separate Schablonen für die jeweiligen Farbflächen. Das erfordert gute Planung, am besten in einem Grafikprogramm das Layer unterstützt, und präzise Ausrichtung der Schablonen. Es ist sicher hilfreich, diese zu beschriften oder eine kleine Skizze mit allen Schichten auszudrucken, damit ihr in der Aufregung nicht durcheinanderkommt.

Ein sehr prominentes und professionell umgesetztes Beispiel stammt mutmaßlich von Straßenkünstler Banksy, der mit dieser Art von mehrfarbiger Schablonen-Kunst berühmt geworden ist (rechtes Foto).



STATUEN UND MONUMENTE VERSCHÖNERN

Zeitaufwand	ein paar Tage Vorbereitung und 10-60 min Aufbau
Kosten	variabel
Rebell:Innen	Planung mindestens in einer Bezugsgruppe ab 4 Personen, Feedback ganze OG
Legales Risiko	gering, solange ihr frei herankommt und alles rückstandslos entfernt werden kann

Diese Aktionsform ist eine der flexibelsten und kreativsten, die wir hier behandeln - aber sie hat bei guter Ausführung auch besonders großes Potenzial, die Presse zu aktivieren und Passant:innen zu begeistern. Da die Details absolut von den Gegebenheiten in eurer Stadt abhängen, beschreiben wir hier nur das allgemeine Vorgehen und sammeln inspirierende Beispiele.

ZUBEACHTEN

Vermeidet unter allen Umständen, dass irgendein Teil des Objekts dauerhaft beschädigt wird. Das dominiert sofort die Wahrnehmung der Aktion und überschattet jede noch so clevere Botschaft. Selbst wenn es nur den Anschein hat, dass eure Verschönerungen irreversibel sind, kann es unnötiges Drama geben.



VORGEHEN BEI STATUEN UND MONUMENTEN VERSCHÖNERUNGEN

1. Legt gemeinsam mit eurer Orts-/Freundesgruppe **eine Liste** mit allen Statuen, Denkmälern, Monumenten und öffentlichen Kunstobjekten eurer Stadt an.
2. **Macht Fotos und späht die Orte aus:**

Was wird dargestellt bzw. welche Aussage trägt das Objekt normalerweise?
Wird das Objekt täglich von vielen Menschen gesehen?
Wie gut kommt ihr ran, und wie sichtbar seid ihr dabei?
3. Schaut eure Liste an und **entwickelt Ideen**, wie ihr spielerisch **XR-**Aussagen und -Forderungen **mit dem eigenen Narrativ des Objekts** verknüpfen könnt.
4. Diese Aktion wird unter Umständen **viel Aufmerksamkeit** erregen - wenn sie missverständlich ist oder ihr eine Bedeutungsebene übersehen habt, **kann sie auch voll nach hinten losgehen**. Besprecht eure Idee am besten mit vielen anderen Rebell:innen und baut deren **Feedback** ein!
5. Wenn ihr eine gute Aktionsidee gefunden habt, **überlegt** euch **welche "Requisiten"** ihr brauchen werdet.

Schätzt die entscheidenden Längen und Breiten am Objekt ab oder messt heimlich, damit nachher alles passt.
Stellt sicher, dass die Veränderungen aus der üblichen Betrachter:Innen-Perspektive sichtbar sind und dass Text gut lesbar sein wird.
6. Bereitet die Requisiten vor. Schaut hier im Leitfaden durch, welche Anleitungen für Eure Requisiten z.B. Plakate hilfreich sind.
7. **Informiert die Presse im Vorfeld** mit einer vorbereiteten Pressemitteilung und nennt eine Sperrfrist, vor der nichts veröffentlicht werden soll. Das erhöht die Chance, dass die Presse selbst ein Team rauschickt und das Resultat vor Redaktionsschluss eingeht. Leser:Innen und Passanten:Innen werden informiert, während eure Installation noch sichtbar ist.
8. **Bringt alles vorsichtig bei Nacht und Nebel an.**
9. Macht viele Fotos und ordentlich Wirbel darum in den sozialen Medien!

EINE AKTION AUS HEIDELBERG ZUSAMMEN MIT FFF



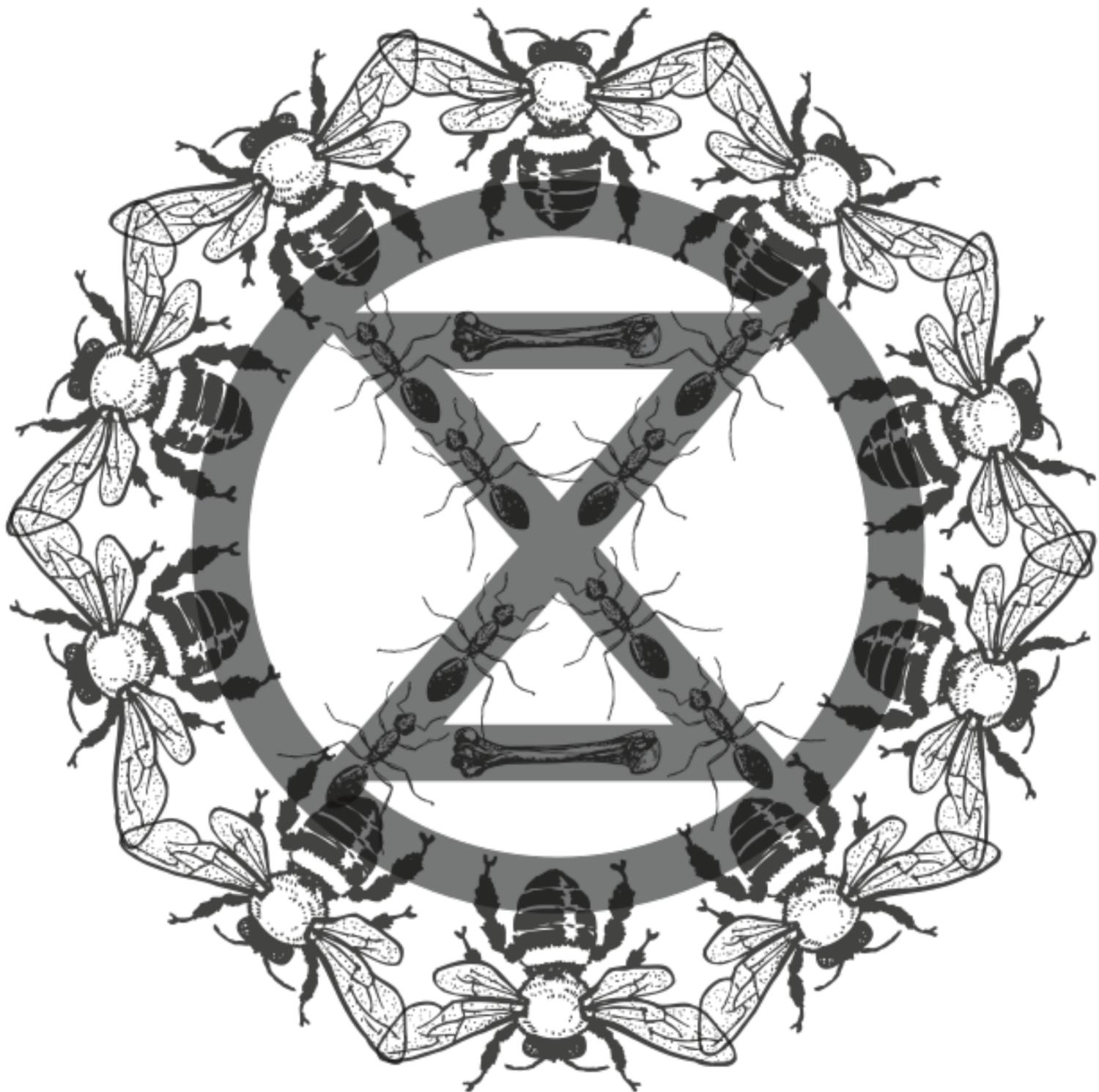
TIPPS

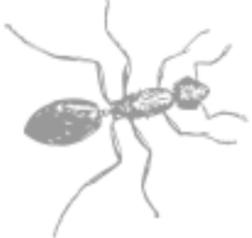
Wenn ihr mehrere Statuen verschönern möchtet, ist es ratsam, wenn ihr **ein einheitliches, übergreifendes Narrativ** habt. Ähnlich, wie ihr es am Beispiel Mainz sehen könnt.

MÖGLICHE REQUISITEN:

Banner, Plakate, Bilder oder Flaggen sein und natürlich vieles mehr...

AUSBlick UND INSPIRATIONEN





ÜBER PAINT THE STREETS HINAUS

Paint the Streets Aktionen unterliegen keiner einheitlichen Definition. Was ihr für euch und eure Ortsgruppe als Paint the Streets - Aktionen bezeichnet, bleibt euch überlassen.

In den vorherhigen Kapiteln haben wir euch klassische "PtS" Aktionsformate gezeigt. Ihr könnt aber, wenn ihr wollt, auch über diese Aktionsformate hinaus kreativ, rebellisch und ungehorsam sein. Die folgenden Formate gehören für uns (die Verfasser:Innen dieses Leitfadens) nicht mehr zum Aktionsformat "Paint the Streets".

Wir finden es aber trotzdem wichtig, diese Aktionen an dieser Stelle zu highlighten. Solche Aktionen sind in den meisten Fällen mit einem höheren Aktionslevel und einem höheren Grad an Vorbereitung, Material- und Zeitaufwand verbunden. In ihrer Wirkung sind diese Aktionen aber mindestens genauso beeindruckend.

ZUM BEISPIELE:

PERFORMANCE KUNST

URBANES GÄRTNERN

GUERILLIA KUNST



...





ZUR PERFORMANCE KUNST

In mehreren Ortsgruppen gab es 2020 eine Performance zum Earth Overshoot day. Dazu haben wir ein paar Beispiele zusammengestellt. Weitere Infos dazu findest du zum Beispiel auf youtube.



Fotos und Aktion aus der OG Düsseldorf



ZUM URBANEN GÄRTNERN

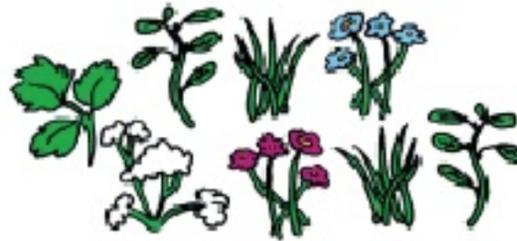
PLATZPARK AKTION



HOCHBEET FÜR DEN OSTERPLATZPARK

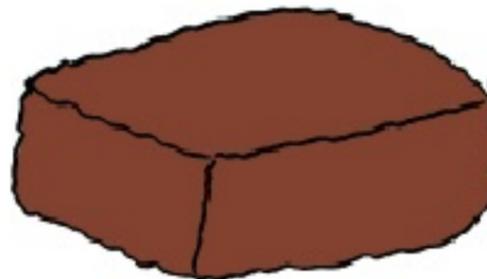
Ein Vorschlag. Aufbau und Größe können natürlich variieren und je mehr Wiederverwendung beim Bau, umso besser!

Pflanzen oder Samen



Pflanzerde

(gemischter Oberboden,
0,4 m³ bzw. 400 Liter)



unter 10 €

bei Kompostwerken /
Bodenrecycling

Vlies

(160 x 120 cm)



ca. 1 €

(Universalvlies im Baumarkt:
1,5 x 10 m = 5,45 €)

Hochbeet-Noppenbahn

(120 x 80 cm)

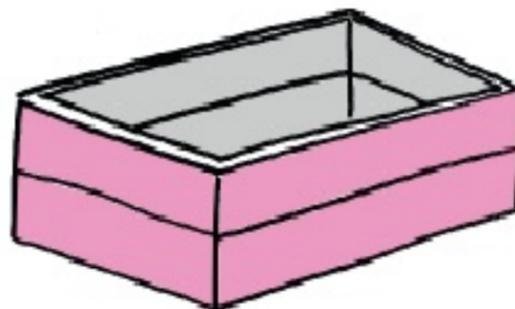


ca. 4 €

(z.B. "Gardol GD Hochbeet-
noppenbahn" im Baumarkt:
0,9 x 6,5 m = 19,95 €)

Farbe / Holzlasur Pink

(für 1,8 m² bzw. ca. 200 ml)



ca. 4 €

(z.B. "Bondex Holzlasur
Garden Colors" im Baumarkt:
750 ml = 16,95 €)

2 Palettenaufsätze

2 x (120 x 80 x 20 cm)

2 x 19,95 €

im Baumarkt

Euro-Palette

(120 x 80 x 14,4 cm)



16,95 €

im Baumarkt

Gesamtpreis: 75 €

oder weniger (gerne Sitzbank ergänzen oder Bretter
als Sitzgelegenheit auf die Kanten fixieren)



ZUR PLATZPARK AKTION

VORBEREITUNG

Aussuchen eines geeigneten Parkplatzes

- > bevorzugt prominente Plätze in der Stadt

Logistische Vorbereitung

- > Transportmittel (z.B. Auto) organisieren
- > Materialien zusammensuchen

Helfer:innen für den Aufbau suchen

- > In der Ortsgruppe rumfragen
- > ggfs. lokale NGOs anfragen (NABU, BUND, Greenpeace, ...)

langfristige Wasserversorgung des Beetes abklären

- > die Pflanzen sollen ja nicht wegsterben

Öffentlichkeitsarbeit

- > Pressemitteilungen vorbereiten
- > Menschen für Medienaufnahmen (Bilder/Videos) suchen
- > Koordination mit identischen Aktionen in anderen Städten

DURCHFÜHRUNG

Ein paar Tage vorher:

- > Fahrzeug mit den benötigten Materialien füllen, die nicht erst zum Zusammenbauen mitgebracht werden können, weil sie zu schwer (/sperrig) sind
- > das Fahrzeug (inkl. Material) rechtzeitig auf dem umzugestaltenden Parkplatz parken und dadurch "blockieren"

In der Nacht zum Aktionstag:

- > Fahrzeug wegbewegen
- > Hochbeet zusammenbauen
- > Erde einfüllen (aus dem Fahrzeug)
- > Bepflanzen und dekorieren
- > ggfs. die Aufbauaktion filmen und fotografieren
 - > dafür vorher unbedingt die Rechtslage checken!
- > Materialien zusammensuchen

Am Aktionstag:

- > Berichterstattung
 - > Darstellung der Aktion mit Bildern/Videos auf Social Media und allgemein online
 - > ggfs. Interviews mit der lokalen Presse
- > gemeinsam mit anderen Menschen Spaß haben (z. B. Nachbarn, Freund:innen, Bekannten, ...)

Nachbereitung:

- > Aufpassen, dass das Hochbeet nicht von der Stadt geräumt wird! Falls doch -> lokale Presse informieren und die Räumung selbst dokumentieren und berichten
- > Wasserversorgung gewährleisten
- > weitere Öffentlichkeitsarbeit
- > Feedback zur Aktion einholen (von außerhalb der Ortsgruppe)

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

So ein Beet ist schön und zeigt wie unsere Straßen aussehen werden, wenn wir sie von den Autos befreit haben. Es kann auch sehr gern mit essbaren Pflanzen bestückt werden. Außerdem wird wohl kaum eine Stadt das Herz haben, so etwas wieder entfernen zu lassen. Und wenn ja, haben wir unserer örtlichen Presse Bescheid gegeben und es gibt entsprechende Berichterstattung, die dann hoffentlich umso mehr wirkt, als diese erstaunliche Beete zeitgleich an ganz vielen Orten über Nacht aus dem Boden geploppt sind.

Dieser PLATZPARK kann als Symbol dafür stehen, was wir als Gemeinschaften auf die Beine stellen können. Er ist unkompliziert, hübsch, nachhaltig, und als Treffpunkt für die wärmeren Tage geeignet. Das Bilden von Gemeinschaften ist extrem wichtig, diese Aktion kann sehr gut dazu dienen, Leute aus verschiedensten Bereichen vor Ort zusammen zu bringen: Schulen in der Nachbarschaft, Altersheime, Firmen, Urban Gardening Menschen, die Mobilitätsmenschen, örtliche NGOs, NABU, BUND - und natürlich die Nachbar:innen, Freunde etc... Diese Idee kann der Start für vieles Weitere sein, das Gemeinschaft vor Ort braucht und stärkt, um die eigene, unmittelbare Umgebung nachhaltig und zukunftsfreundlich zu verändern.)

INSPIRATIONEN...

In diesem Kapitel haben wir ein paar Beispiele aus verschiedenen Ortsgruppen und Paint the Streets Aktionen für euch zusammengestellt. Dabei findest Du sowohl Fotos, als auch Sprüchesammlungen für Baum-Demo-Plakate. Wenn Du selbst tolle Ideen hast, teile diese gerne über den Paint the Streets Kanal auf MM mit uns!

SPRUCHSAMMLUNG FÜR BAUM-DEMONSTRATIONEN

Bald war's das mit dem Holz vor der Hütte.

Mehr Müll können wir nicht aus der Atmosphäre sammeln!

Mehr Dreck können wir nicht aus der Atmosphäre sammeln!

Ihr produziert CO₂ und wir müssen wieder aufräumen...

Ohne uns gibt's auch keine Sprösslinge mehr!

Wachstum nur für die Natur!

Auch wir haben ein Recht auf Wachstum!

Auch meine Blätter wünschen sich Entfaltung!

Wir Bäume demonstrieren und Menschen rebellieren.

AufBäumen statt abholzen!

Ich will nicht flachgelegt werden...

Lebenswunsch: Kletterbaum für die übernächste Generation deiner Enkel.

Abholzen? Willkommen auf dem Holzweg...

Mensch - sei bitte nicht umwerfend...

Umarme mich und dir geht's besser!

Ich senke dein Krebsrisiko und deinen Puls.

Geh' mal Waldbaden!

Dealn wir? Du gibst mir Lebenszeit und ich dir alles andere?!

Ich bin dein natürlicher Ventilator/ deine Klimanlage.

Ich säubere deine Luft von Staub, (Bakterien, Pilzsporen, Chemikalien)...

Stell' dich unter, wenn's regnet!

Ich bin dein natürlicher Regenschirm.

Handeln statt hoffen!

Ich gebe dir alles was du zum Leben brauchst: Sauerstoff, Wasser und Traubenzucker.

Wie wär' Dein Leben ohne Äpfel, Kirschen, Mirabellen, Pflaumen,... ?

Ich Sorge für dich! Du auch für mich?

Ohne mich gäb's nur Wüste und totes Land.

Meine Samen isst du auf deinem Frühstücksbrot.

Sei DU mein/e LobbyistIn/ InteressenvertreterIn!

Erst wenn der letzte Baum gerodet, (der letzte Fluss vergiftet, der letzte Fisch gefangen ist,) werdet ihr merken, dass man Geld nicht essen kann.

Für einen ca. 80 Jahre alten Baum die Leistung an einem Sonnentag:

Ich nehme 9400 Liter CO₂ pro Tag auf.

Ich filtere 36.000 m³ Luft pro Tag. Bakterien, Pilzsporen, Staub, Chemikalien.

Ich produziere 12 kg Zucker pro Tag.

Ich produziere 13 kg Sauerstoff pro Tag. Der Bedarf von 10 Menschen.

Ich bin die Grüne Lunge!

Ich verdunste 400 Liter Wasser am Tag – Kühlleistung 70 Kilowattstunden pro 100 Liter Wasser.

Ersatz eines 100-jährigen Baums braucht:

2.000 junge Bäume mit Kronenvolumen von 1m³. Kosten: 250.000 Euro

In baumbestandenen Parks ist es bis zu fünf Grad kühler, als in der Betonwüste drum herum.

Ich spende Schatten.

Ich bin Lebensraum für Tiere, wie Vögel, Insekten, Für Pflanzen, wie Moose, Flechten,

Ich bin Nahrungsquelle! Mein Nektar enthält 70% Zucker!

Ich befestige den Boden.

Ich verhindere, dass Boden abgetragen wird.

Ich schütze vor Lärm.

Erst ICH – dann DU (Totenkopf hinzufügen)!

Du stirbst kurz nach mir!

Mein Tod ist dein Tod!

Du brauchst mich. Sonst bleibt dir die Luft weg!

Es gibt keinen Planeten B.

Heiße Sache, was?!

Erst stirbt der Baum, dann der Mensch.

Aufstand oder Aussterben.

Mein Freund, der Baum.
Wachstum nur für Bäume.
Make Love not CO2
Systemwandel nicht Klimawandel
Wir sind am Arsch! Handelt jetzt!

Die Dürre ist kein Zufall!
Keine Bienchen, keine Blümchen!
Grünkohl statt Braunkohle.
Die Klimakrise ist da.
Ohne Bäume keine Zukunft.
Mir ist zu trocken.
Bäume aller Länder, vereinigt euch.

Was hast du mit dem Regen gemacht?
Handeln statt hoffen!
Sagt die Wahrheit!
Auch meine Blätter wünschen sich Entfaltung!

Ihr dürft ja nicht demonstrieren, wir übernehmen das für Euch!
Heute große Baumdemo in der Stadt.
Ich gehöre auch zur Risikogruppe. Aber auf mich habt ihr keine Rücksicht
genommen.
Wachstum nur für Bäume.
Mensch, tu' was!
Was habt ihr nur mit dem Regen gemacht?
Was habt ihr mit meinen Brüdern und Schwestern gemacht?

Erst stirbt der Baum, dann der Mensch.
Ich brauche dich, du brauchst mich.

Das Schlimmste für uns Bäume? Dass die Menschen denken, irgendwer wird
uns schon helfen. Handelt jetzt.
Ich musste schon dran glauben. Rettet das Klima.
Ich musste schon dran glauben. Rettet das Klima für meine Freunde.
Klimaschutz ist was für Profis. Solche wie wir.
Wir werden sein, ihr werdet nicht mehr sein.
Klimakatastrophe. Drei Dürrejahre in Folge.

Jedes Blatt zählt.

Make love not CO2.

Mensch. How dare you?!

Bäume statt Beton.

Bäume sind ein Teil vom Trinkwasserkreislauf.

Rettet mich vor dem Verdursten!

Vegan gegen Klimawandel.

Ich bin dein Freund. Selfie mit Baum gefällig?

Im Vergleich zur Klimakrise ist EURE Corona-Krise ein laues Lüftchen.

Mir ist zu trocken.

Wachstum nur noch für Bäume.

Ich bin ein besonders mitteilbarer Baum. Jetzt hör mir mal gut zu... in

Deutschland wird jedes Jahr... .

Die Dürre ist kein Zufall, tu' was gegen den Klimawandel.

Was atmet ihr - ohne Bäume?

Keine Bäume, keine Zukunft.

Yesterday, all my trouble seems so far away...

Bäume kühlen Innenstädte.

Durch euren Lebensstil ist unser Leben in Gefahr. Und Deines auch!

Ich würde dir gerne auch morgen noch Schatten spenden.

Hilfe! Trockenheit! Mensch wach auf! Klimawandel!

Soforthilfe für die Umwelt.

Keine Bienen. Keine Blümchen. Kein Essen.

Ich verdurste. Hilf mit gegen den Klimawandel.

Wir Bäume fordern mehr Gretas und Luisas in der Politik.

Bäume aller Länder. Vereinigt euch! Erhebt euch gegen die Ausbeutung der Menschen!

Ohne Bäume keine Zukunft!

Gieß mich oder tu' was gegen den Klimawandel.

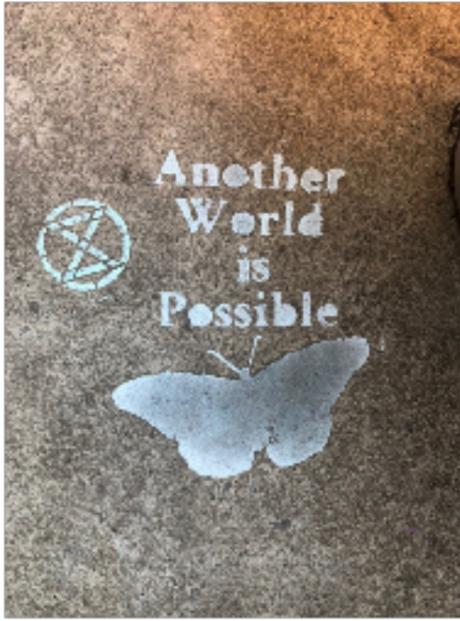
Schon gemerkt, dass all euer Geld die Klimakrise nicht aufhält?

Verwurzelt sind wir! Ihr müsst euch bewegen! Mach' was fürs Klima.

Also, ich vermisse die Kondensstreifen am Himmel überhaupt nicht.

Mensch, tu was! Bäume pflanzen statt Auto fahren! Es ist zu trocken.

FOTOSAMMLUNG EINIGER PAINT THE STREETS AKTIONEN



Mehr Inspirationen findest Du im Wiki zu diesem Leitfaden.

DOKUMENTEN UND RESSOURCEN SAMMLUNGEN IN DER CLOUD

Im bisherigen Leitfaden haben wir an einigen Stellen auf die Public Cloud von Extinction Rebellion Deutschland verwiesen. Dort findet ihr einen Ordner, in dem möglichst viele dieser Vorlagen, Stencils, Poster, Sticker, etc. zu finden sind. Für die Corporate Design Grundlagen wie Schrift, Farben, etc. gibt es auch einen Ordner, in dem ihr das passende findet.

CORPORATE DESIGN GRUNDLAGEN:

<https://public.extinctionrebellion.de>

Zugänge findest Du im MM-Kanal "AG IT-Hilfe"

Orderstruktur:

"Mediengestaltung" > "_XR-Styleguide, DesignManual"

oder

"Mediengestaltung" > "_XR-Design-Ressourcen (Fonts, Logos, Icons etc.)"

RESSOURCEN:

Aktuell sind die Poster-Vorlagen, Stencils und Sticker noch recht verteilt in den verschiedenen Unterordnern der Public-Cloud. Wir arbeiten gerade an einer neuen Strukturierung, dennoch findet ihr bisher auf jeden Fall die Dateien innerhalb der Cloud.

Schön, dass Du diesen Leitfaden in den Händen hältst!

Er wird im Wiki regelmäßig aktualisiert.

<https://wiki.extinctionrebellion.de/books/paint-the-streets>



LEITFADEN

PAINT THE STREETS

Straßen kreativ zurück erobern

