

Bahn für alle!

Die Kampagne gegen den Ausverkauf der Deutschen Bahn

Aktions-Reader
Version 1.0



Bürgerbahn statt Börsenbahn

1. Argumente gegen den Börsengang der Deutschen Bahn.....	4
2. Bahn-Kampagnen-Argumentationsknigge/ Wie umgehen mit Vorurteilen	6
3. Gewusst wie! Tipps für gute Begegnung im Rahmen der Bahn-Kampagne.....	7
4. Unser Fahrplan gegen den Ausverkauf der Bahn.....	8
5. Aktionsideen zur Bahn-Kampagne	9
6. Material-Ideen	15

Kontakt:

Attac Bundesbüro
Erasmus Müller
Münchener Str. 48
60329 Frankfurt a. M.
069-900281-40
info@bahn-fuer-alle.de

www.bahn-fuer-alle.de

AUCH VON EUCH HÄNGT ES AB, OB DIE BAHN VOR DEM AUSVERKAUF GERETTET WERDEN KANN!

Ende September will der Deutsche Bundestag über den Verkauf der noch zu 100 Prozent im Bundesbesitz befindlichen Deutschen Bahn AG entscheiden. Ob in Form eines Börsengangs oder durch Verkauf einzelner Unternehmensteile an Anlagefonds: Für die Veräußerung der Waggons, Lokomotiven und ICEs im Wert von mindestens 40 Milliarden Euro sollen die Anleger rund fünf Milliarden bezahlen. Wenn sie dazu noch das Nutzungsrecht des Schienennetzes im Werte von 100 Milliarden Euro erhalten, dann könnten insgesamt acht Milliarden einmalig in den Bundeshaushalt fließen. Damit droht ein in 170 Jahren aus Steuermitteln aufgebautes Verkehrssystem der Verwertung von internationalen Anlagefonds unterworfen und deutlich unter Wert verkauft, ja fast verschenkt zu werden. Zusätzlich soll der Bund den nun von privaten Eignern bestimmten Schienenverkehr weiterhin mit jährlich zehn Milliarden Euro unterstützen, u. a. durch Bauzuschüsse für neue hypertreue ICE-Strecken und Bezuschussung des Regionalverkehrs.

Selbst die Befürworter sagen Verschlechterungen voraus

- *Durch Zufluss privaten Kapitals werde die Bahn besser*, argumentieren die Befürworter des Verkaufs. Doch allgemein wird damit gerechnet, dass kurz nach einer Privatisierung weitere 4000 von 35.000 Schienenkilometern stillgelegt werden. Für uns ein ernst zu nehmender Widerspruch!

- *Private Anbieter seien kundenorientierter*, so weiter die Befürworter. Dabei sind massive Verschlechterungen unter Bahnchef Mehdorn zur Renditesteigerung für den Börsengang durchgesetzt worden: Die Zerstörung des beliebten und fast kostendeckenden InterRegio-Systems, weil das Bahn-Management nur die teuren ICEs zwischen wenigen Großstädten für attraktiv hält; die deutlich gestiegene Unpünktlichkeit u.a. infolge der Halbierung des Personals; der Wegfall vieler Zugverbindungen und das Zusammenpressen der Fahrgäste nach Mallorcaflieger-Manier. Ein Vorgeschmack der drohenden reinen Renditeorientierung.

- *Konkurrierende Fernverkehrsgesellschaften verbesserten das Angebot auch auf der Schiene*, sagen die Privatisierer. Doch die Privatisierung und Zerschlagung der britischen Bahn hat gezeigt: Gegeneinander konkurrierende Gesellschaften haben kein Interesse an einem gemeinsamen Tarif- und Fahrplansystem. Damit verliert die Bahn endgültig ihr Potential als Alternative zum Autoverkehr. Selbst das vom Bundestag in Auftrag gegebene Primon-Gutachten sieht keine Verbesserungen für die Fahrgäste!

Das „wissenschaftliche“ Alibi für den Ausverkauf, das genannte Bundestags-Gutachten, untersucht Varianten des Ausverkaufs – nicht aber die im öffentlichen Besitz befindlichen Schweizer Bahnen. Die aber werden wegen Netz- und Zugdichte von der Bevölkerung doppelt so viel benutzt wie deutsche Bahnen und brauchen pro Personenkilometer weniger öffentlichen Zuschuss. Warum wurde das Modell dieser wahrscheinlich besten Bahn Europas nicht einmal untersucht?

Die wohl letzte Möglichkeit, Bürgereinfluss zu erhalten

Ob Privatisierung MIT oder OHNE Netz - es handelt sich um irreversible, also nur schwer rückholbare Entscheidungen. Die Wiederverstaatlichung eines privatisierten Netzes würde horrende Entschädigungsforderungen der Investoren nach sich ziehen. Und auch bei einem Verkauf ohne Netz werden die Anleger mit dem rollenden Material auf Verschleiß fahren. Denn nur so lassen sich die erwarteten zweistelligen Renditen erzielen. Am Ende droht die Einstellung des Schienenverkehrs in weiten Teilen des Landes, da der Staat kaum ein weiteres Mal für die Neuanschaffung des Zugmaterials aufkommen wird.

Wir wissen: Die ideale Bahn ist nicht eine zentralisierte Staatsbahn. Viele kreative Alternativen einer bürgernahen Bahn sind denkbar – aber nur dann, wenn nicht anonyme Investmentfonds, sondern der demokratische Wille der Bevölkerung maßgeblich ist. Darum dürfen wir den Ausverkauf der Bahn nicht zulassen - insbesondere nicht in Zeiten eines unerträglichen, Menschen und Umwelt belastenden Autoverkehrs sowie einer Ölknappheit, die den Hintergrund für Kriege bildet. Die verheerenden Erfahrungen mit anderen Privatisierungen (z.B. von Wasser) sollten uns alarmieren.

Unsere Chance, den Ausverkauf zu verhindern

Viele Beispiele zeigen: Wo sich deutlicher Widerstand in der Bevölkerung regt, weichen Privatisierungsbefürworter zurück! Darum versuchen viele Verantwortliche, die Entscheidung möglichst geräuschlos über die Bühne zu bringen. Entscheidend ist, dass viele Leute sich regen: Viele von Mehldorn gequälte Fahrgäste; Umweltbewusste, die von der Notwendigkeit einer Verkehrswende überzeugt sind; Bahnbeschäftigte, die seit Jahren die Zerstörung ihrer Bahn am eigenen Leibe miterleben müssen sowie Menschen mit staatsbürgerlichem Verantwortungsbewusstsein, die der Plünderung von Volksvermögen nicht einfach zuschauen wollen!

Die Zeit drängt also, doch noch ist es nicht zu spät. Wenn es uns gelingt, den Privatisierungsskandal ins öffentliche Bewusstsein zu bringen, geraten die Entscheider unter Druck. Denn kaum etwas spricht *für* den Ausverkauf der Bahn.

Mit diesem Aktionsreader möchten wir Euch Anregungen und Ideen geben, wie wir den Ausverkauf der Bahn gemeinsam verhindern können. Entstanden sind die Ideen im Rahmen von einigen Vorbereitungstreffen. Selbstverständlich gibt es jede Menge weiterer Möglichkeiten, diese größte Privatisierung Europas öffentlich zu machen und mit Argumenten zu verhindern! Und der Aktionsreader wird ständig weiterentwickelt. Sendet Eure Vorschläge, Bemerkungen und Erfahrungen bitte an info@bahn-fuer-alle.de.

Lasst uns ein deutliches Signal gegen Privatisierung setzen. Stoppt den Ausverkauf der Bahn - Die Bahn ist öffentliches Gut!

Euer Team der Kampagne Bahn für Alle.

1. Argumente gegen den Börsengang der Deutschen Bahn

In der Debatte um einen Bahn-Börsengang heißt es oft: Ein Verkauf der DB AG an private Investoren OHNE Netz ist ein „kleineres Übel“ oder von Vorteil, da „Wettbewerb Fortschritt“ bringe. Dazu zwölf Gegenargumente.

von Winfried Wolf

(1) Der Wert des Bahnbetriebs - vor allem des rollenden Materials (Loks, Waggons, Triebfahrzeuge usw.) liegt bei einem Vielfachen dessen, was beim Verkauf der Bahnverkehrsgesellschaften (DB Regio, DB Reise & Touristik, DB Railion oder Schenker) erzielt werden soll. **Es sollen Milliarden Euro verschenkt werden.**

(2) Alle Privatisierungsmodelle gehen davon aus, dass der Staat nach der Privatisierung ähnliche Summen für das System Schiene ausgeben muss wie vor der Privatisierung. Im Fall einer Bahnprivatisierung ist der Einfluss auf die Verwendung dieser Gelder allerdings weit geringer als heute. Also: **Gleiche Staatsknete - weniger Einfluß.**

(3) Alle Privatisierungsvarianten gehen davon aus, dass der Fernverkehr und der Nahverkehr im Verkehrsmarkt Marktanteile verlieren. Das heißt: Auch die Betreiber der Privatisierung sagen, dass mit einem Börsengang der DB AG **die Schiene weiter im Verkehrsmarkt an Boden verlieren wird.**

(4) Mehr als bei den konkurrierenden Verkehrsträgern Straße und Luftverkehr sind im Schienenverkehr die Verkehrsmittel (Loks, Waggons, Triebfahrzeuge usw.) eng mit der Schiene verzahnt. Kommt es zu einer Trennung, so werden **Standards von Service und Sicherheit gefährdet.** Darüber hinaus führt die Trennung zu neuen Synergieverlusten.

(5) Private Investoren rechnen mit zehn und mehr Prozent **Kapitalrendite** - mehr als das Vierfache der aktuellen Gewinne der DB AG. Da unter den gegebenen Bedingungen relevante Steigerungen im Schienenverkehr nicht erwartet werden, können solche Renditen nur erzielt werden: durch Mehreinnahmen bei den Fahrgästen (Fahrpreiserhöhungen), durch weniger Service für die Fahrgäste, durch weniger Personal und niedrigere Arbeitseinkommen und durch (abgepresste) höhere Subventionen. Real wird es wohl einen Mix aus all dem geben.

(6) Private Bahnbetreiber werden sich **auf diejenigen Strecken konzentrieren, die die höchste Rendite abwerfen.** Sie werden im Umkehrschluss solche Strecken, die niedrige Renditen bringen, ausdünnen oder nicht mehr betreiben bzw. sie werden Bund und Länder und Kommunen zu höheren Unterstützungsleistungen erpressen, wenn auf diesen ein weiterer Betrieb aufrecht erhalten werden soll.

(7) Private Bahnbetreiber bringen oft eine Verbesserung des Services mit sich. Allerdings handelt es sich bei manchen dieser erfolgreichen „privaten“ Bahngesellschaften um Betreiber, die sich ebenfalls in öffentlichem Eigentum befinden. Dezentrale Formen des öffentlichen Eigentums sind oft von Vorteil gegenüber einer zentralisierten „Staatsbahn“. Entscheidend ist, dass sich die erfolgreichen „rein privaten“ Betreiber im Personenverkehr so gut wie ausschließlich im Bereich des Nahverkehrs finden, dort wo rund 70 Prozent der entstehenden Kosten durch Steuergelder (Regionalisierungsmittel) finanziert werden. **Es ist unternehmerisch keine Leistung, bei 70 Prozent garantierten Staatszuschüssen gewinnbringend zu wirtschaften.**

Im Übrigen legt es jedes vernünftige Marketing nahe, am Beginn eines solchen Engagements „gut Wetter“ zu machen - u.a. indem im Wortsinn „Farbe in den Betrieb“ gebracht und die Züge neu lackiert oder einige Nettigkeiten (wie aushängende Zeitungen, Café im Zug usw.) geboten werden. Mittelfristig ist oft bald der Lack ab. Siehe Großbritannien: Das hierzulande öfters gelobte Unternehmen Connex (heute: Veolia) bot in Großbritannien eine derart schlechte Performance, dass die Aufsichtsbehörde es diesem Betreiber zeitweilig untersagte, an neuen Ausschreibungen für Bahnkonzessionen überhaupt teilzunehmen.

(8) Private Betreiber richten den Betrieb nach den eigenen Interessen und Bedürfnissen aus. Darunter **leiden ein einheitlicher Fahrplan, einheitliche Tarife, einheitliche soziale und Sicherheits-Standards.** Im Ergebnis bekommen wir einen Flickenteppich auf all diesen Ebenen. Wird aber all das „reguliert“, dann gibt es keinen Wettbewerb mehr. Doch genau dies soll ja angeblich Zweck der Übung sein.

(9) Das Kapital, das allein im Eisenbahnbetrieb - ohne das Netz - angelegt ist, hat einen Wert von rund 40 Milliarden Euro. Solche Anlagen amortisieren sich in 10 bis 20 Jahren. Eine betriebswirtschaftlich korrekte Gewinn- und Verlustrechnung müsste jährlich mindestens zwei Milliarden Euro an Abschreibungen (Kosten) auf das rollende Material buchen. Entsprechend müssten große Rückstellungen angelegt werden, um bei Eintreten des technischen Verschleißes der Anlagen diese vernutzen Anlagen (Loks, Triebfahrzeuge, Waggon) neu beschaffen zu können. Private Investoren wollen jedoch kurzfristig hohe Gewinne und hohe Dividenden erzielen. Sie haben kein Interesse an hohen (Abschreibungs-) Kosten. Ob in zehn oder zwanzig Jahren ausreichend Rückstellungen da sind, um z. B. die ICE-Flotte zu erneuern, ist für sie nicht von Interesse.

Bei privaten Investoren droht, dass sie auf Verschleiß fahren und sich nach zehn oder fünfzehn Jahren verabschieden. Der Staat kann dann prüfen, ob das System Schiene durch eine Investition von Dutzenden Milliarden Euro reaktiviert werden kann.

(10) Grundsätzlich gibt es auf der Schiene systembedingt keinen klassischen Wettbewerb, wie es ihn auf der Straße, in der Luft und im Binnenwasserverkehr gibt. Die enge Verzahnung des Rad-Schiene-Systems lassen private Betreiber kaum direkt untereinander konkurrieren. In der Regel erhalten private Betreiber Konzessionen für ein bestimmtes Netz, eine bestimmte Strecke und dies für einen festgelegten Zeitraum. Es kommt zur Bildung von regionalen Monopolen und meist bald zur Konzentration unter den privaten Betreibern, so dass es Oligopole im Gesamtnetz und Monopole in Teilnetzen gibt. Damit gibt es die erhofften Vorteile eines echten Wettbewerbs nicht: Das Gegenteil ist der Fall: **Die Verkehrsnutzer werden abhängig von der Willkür der privaten Oligopolisten und Monopolisten.**

(11) Wenn einzelne private Betreiber in indirekte Konkurrenz zueinander treten, dann findet der tatsächliche Wettbewerb in der Regel im Bereich des **Sozialdumpings** statt. Dies ist bereits heute dort zu beobachten, wo Strecken und Netze ausgeschrieben werden. Der Druck auf die Löhne der Beschäftigten hat sich deutlich erhöht, obgleich deren Arbeitseinkommen an der unteren Skala vergleichbarer Berufsgruppen liegt. Sozialdumping steht auch in Widerspruch zu den Interessen der Fahrgäste, für die dies mit einem weiteren Abbau von Service und Sicherheit verbunden ist.

(12) Der Verkauf des Bundeseigentums an der DB AG muss unter den Bedingungen eines Verkehrsmarkts, der vom Auto und vom Flugzeug beherrscht wird, zum Einstieg von Investoren verlocken, die direkte Konkurrenzinteressen vertreten. In Großbritannien stiegen in großem Maßstab Busgesellschaften (u.a. Stage Coach) und Airlines (Virgin) als Bahnbetreiber ein. **Damit wird der Schienenverkehr nach den Interessen der Konkurrenz gelenkt.**

2. Bahn - Argumentationsknigge: Wie umgehen mit Vorurteilen

I. **„Die Bahn ist heute so schlecht und verschuldet, da kann die Privatisierung und Wettbewerb doch nicht schaden“**

Die zunehmend schlechte Qualität der Bahn ist bereits Ergebnis des ersten Privatisierungsschritts von 1994, der Umwandlung der Bahn in eine schuldenfreie Aktiengesellschaft. Diese Bahn AG hat seit 1994 schon so viele Schulden angehäuft wie die Bundesbahn seit ihrem Bestehen, 7000 km Gleise von 40.000km wurden abgebaut, Fahrpläne ausgedünnt und Sicherheitsbestimmungen aufgeweicht. Nun soll dieser Privatisierungskurs („Fit für die Börse, auf Kosten der Kunden und Beschäftigten“) durch den Verkauf der Bahn AG an kommerzielle Investoren noch forciert werden. Was dabei rauskommt, ist nicht fairer Wettbewerb, sondern es bilden sich ausschließlich an Rendite orientierte Gebietsmonopolisten und ein unabgestimmter „Flickenteppichfahrplan“ und Tarifdschungel. Der Verkauf der Bahn in Großbritannien hatte genau diese und viele noch schlimmere Konsequenzen insbesondere auch für die Sicherheit der Fahrgäste und sorgte für eine Zunahme des PKW- und LKW-Verkehrs.

II. **„Die Bahn ist doch schon privatisiert.“**

1994 wurde die Bundesbahn in eine Aktengesellschaft umgewandelt. Deren Eigentum liegt zu 100% beim Bund. Der Wert wird auf ca. 200 Mrd. € geschätzt und soll nun für 7-12 Mrd. € an große Konzerne verscherbelt werden. Die hohen Pensionsansprüche verbleiben obendrein bei der Allgemeinheit.

III. **„Wollt Ihr etwa zurück zur alten Beamtenbahn? “**

Trotz aller Mängel war die „alte Beamtenbahn“ sicher deutlich besser als ihr Ruf heute ist. Dafür spricht z.B., dass in ihre Zeit die Einführung des erfolgreichen Interregio- und ICE-Systems fällt. Und auch das Beispiel Schweiz zeigt, dass eine Bahn in öffentlichem Eigentum keineswegs schlechter sein muss als eine in der Hand privater Investoren. Im Gegenteil: Die Schweizer Bahn bringt deutlich mehr Personenkilometer auf die Schiene und kommt auch noch mit weniger staatlichen Zuschüssen aus als die „börsenfit“ gemachte Deutsche Bahn. Dass private Bahnen grundsätzlich besser sind, ist also erstmal pure Ideologie.

Natürlich wissen wir auch: Die ideale Bahn ist keineswegs eine zentralisierte Staatsbahn. Viele kreative Alternativen einer bürgernahen Bahn sind denkbar – aber nur dann, wenn nicht anonyme Investmentfonds, sondern der demokratische Wille der Bevölkerung maßgeblich ist. Daher fordern wir eine moderne Bahn in öffentlichem Eigentum!

Noch Fragen offen? – Einfach eine Mail an das Kampagnenteam.

3. Gewusst wie! Tipps für gute Begegnungen im Rahmen der Bahn-Kampagne

Wie auf Bahn-Beschäftigte zugehen?

Zum Verständnis der Situation

Die Kampagne wendet sich nicht gegen die Bahn-Beschäftigten. Manch eine Aktion wird in den Bahnhöfen, Zügen für Wirbel sorgen, auch können wir nicht immer ausschließen, dass es zu einer Mehrbelastung der Beschäftigten kommt.

Umso wichtiger ist es, einen Umgang mit der Situation zu finden, der für alle Beteiligten ok ist.

Die Beschäftigten haben häufig die Anweisung, nicht mit Menschen von dem Bündnis zu sprechen.

- Wir sollten den Beschäftigten mit einer offenen und solidarischen Haltung gegenüber treten und jeden moralischen Zeigefinger vermeiden.
- Wenn es die Aktion nicht gefährdet, ist es sinnvoll, die Beschäftigten vorher kurz zu informieren.
- Die Ansprache der Beschäftigten sollte immer klar und freundlich erfolgen. In allen Situationen bitte Ruhe und Gelassenheit bewahren.
- Die Beschäftigten sind nicht unsere Gegner. Auch die Bundespolizei ist nicht unsere Gegner.
- Wie bei politischer Arbeit insgesamt, so gilt auch im Kontakt mit Beschäftigten: Zuhören ist besser als reden (vermeidet Agitieren oder Missionieren!)
- Wir sollten versuchen, bei den Beschäftigten sympathisch rüber zu kommen. Wir kommen für manche aus einer „anderen Welt“, wie wir reden, wie wir uns kleiden. Wenn Du mit ihnen ins Gespräch kommst, dann lass Dich auf die Weltsicht der Bahn-Beschäftigten/ Fahrgästen ein. Dies kann sehr spannend sein.
- Es kann hilfreich sein, den Beschäftigten neben dem Flugblatt ein kleines Mitbringsel zu überreichen. Eine Blume bietet sich an, vielleicht mit angehängtem Kampa-Logo.

Wenn Vorgesetzte kommen, kann ein Gespräch mit den Beschäftigten für sie problematisch werden. In diesem Fall kann es sinnvoller sein, das Gespräch zu beenden und den Vorgesetzten gleich oder zu einem passenden Zeitpunkt direkt anzusprechen.

4. Unser Fahrplan gegen den Ausverkauf der Bahn

Die Zeit bis zur Entscheidung des Bundestages ist knapp. Wie immer müssten eigentlich alle Kampagnenmaterialien und Elemente am besten sofort fertig sein. Dies ist natürlich nicht zu leisten, auch wenn das Kampagnenteam unter Hochdruck an den verschiedenen dringenden Baustellen arbeitet. In den nächsten Wochen und Monaten werden immer mehr Kampagnenelemente hinzukommen. Damit Ihr schon mal planen könnt, wann womit zu rechnen ist, haben wir hier einen kleinen **Kampagnen-Fahrplan** zusammengestellt. Genauso wie der Rest des Readers wird der natürlich kontinuierlich weiterentwickelt und gefüllt.

Kalender- woche	Datum	Aktivitäten
24	12.-18.06.	Attac-Aktionsakademie: Bahn-Aktionsworkshop
25	19.-25.06.	
26	26.06.-02.07.	Protestpostkarten, Mail-O-Mat und Briefvorlagen an Abgeordnete; Faltblatt „Ihr Zugbegleiter“; T-Shirts, Trillerpfeifen, Aufkleber
27	03.-09.07.	
28	10.-16.07.	Zentrale Aktion
29	17.-23.07.	
30	24.-30.07.	
31	31.07.-06.08.	
32	07.-13.08.	Große Attac-Sommerakademie-Abschlussaktion; Zug-Aktionstag
33	14.-20.08.	
34	21.-27.08.	
35	28.08.-03.09.	
36	04.-10.09.	Bundesweite dezentrale Aktionswoche; zentrale Aktion
37	11.-17.09.	
38	18.-24.09.	
39	25.09.-01.10.	„Paukenschlag vorm Bundestag“ – Abschlussaktion

Nähere Infos zu den einzelnen Elementen finden sich im folgenden Kapitel.

5. Aktionsideen zur Bahn-Kampagne

Die folgenden Zeilen sind keine „Anleitung“, wie wir den Ausverkauf der Bahn am besten verhindern können. Unsere Ideen sind als Anregungen für Eure Aktionen gedacht – die Kampagne lebt von Euren kreativen Ideen! Damit aber nicht in jedem Ort das Rad neu erfunden werden muss, bitten wir um Benachrichtigung der bundesweiten Bahn-Kampagnengruppe, damit auch andere Gruppen von Euren Ideen erfahren und davon profitieren können. Bei vielen Aktionsformen drängt sich die überregionale Vernetzung zum Material- und Erfahrungsaustausch geradezu auf. Zum Beispiel über den E-Mail-Verteiler (bahn@listen.attac.de), der allen Bahn-AktivistInnen zu unserer gegenseitigen Information zur Verfügung steht. *Ganz wichtig, damit sich auch Auswärtige ein Bild von den Aktionen machen können: Fotos, Fotos, Fotos ...*

* **Material-Tausch macht müde Menschen munter – und Aktionen bunter**

Genau wie für die von der bundesweit arbeitenden Gruppe erstellten Flyer sollte auch für Materialien aus aktiven Regionalgruppen das Open-Source-Prinzip gelten. Flugis etc. werden (wenn möglich, in veränderbaren Formaten) auf der Homepage verfügbar gemacht und dürfen gerne verändert und / oder weiterentwickelt werden. Kontakt: **info@bahn-fuer-alle.de**.

Wenn ihr spezielle Fragen zu den dargestellten Aktionsformen habt oder euch beraten lassen wollt, ruft uns an: **069 - 900 281 - 40**

* **Versammlungen anmelden ist gar nicht schwer.**

Einfach bei der Stadt oder örtlichen Polizei (aber nicht 110) anrufen und fragen, wie das in Eurem Ort gehandhabt wird. Sucht Euch einen schönen Platz aus und lasst Euch nicht ins Niemandsland verfrachten.

Auf öffentlichen Plätzen muss das in der Regel genehmigt werden, wenn Ihr die Versammlung / Kundgebung / Infostand rechtzeitig (am besten spätestens eine Woche vorher) anmeldet.

Und noch ein Wort zur Bahn:

Die Bahn entscheidet natürlich nicht selbst über Ihren Ausverkauf – das tut am 29. September der Bundestag. Dennoch sind Bahnhöfe und Züge symbolische Orte, die einen direkten Bezug zur Kampagne haben. Überlegt, wie Ihr sie optimal in Eure Aktionen einbeziehen könnt! Während der Fußball-WM vom 09. Juni 2006 bis 09. Juli 2006 können in vielen austragen Städten von Fußballspielen Züge kostenlos genutzt werden.

Gleichzeitig bedeutet das aber auch, dass die Bahn nicht unser Gegner ist. Bedenkt immer bei den Aktionen: Entscheiden tut der Bundestag!

5.1. Was jede/r jederzeit tun kann

Viele Politiker argumentieren so, als sei der Verkauf der Bahn schon längst beschlossene Sache. Ist er aber nicht! In den letzten Jahrzehnten gab es keinen Privatisierungsbeschluss, und jede/r Einzelne kann seinen Beitrag leisten, dass das auch so bleibt.

Im Rahmen der Kampagne gibt es eine Reihe von Möglichkeiten, wie ein/e jede/r seinen Unmut über die Pläne der Bundesregierung äußern kann. Diese sind das tragende Element der Kampagne! Wir werden den Ausverkauf der Bahn nur verhindern können, wenn viele viele

Menschen dabei mitmachen. **Schaut also immer, dass Ihr diese Materialien bei all Euren Aktionen dabei habt und möglichst viele Unterschriften sammelt!**

Protestpostkarten: Ab Anfang Juli wird es ein Set von drei Postkarten geben: Eine an den Bundestag als Ganzes, eine an den/die lokalen BundestagsAbgeordnete/n und eine für den Kühlschrank oder um weitere Infos zur Kampagne zu bekommen. Am besten funktioniert es, wenn Ihr die Leute gleich unterschreiben lasst und die ersten beiden Karten wieder einsammelt. Die Erfahrung zeigt, dass sonst viele unterschriebene Karten zu Hause liegen bleiben und verstauben.

Unterschriftenliste: Wer solange nicht warten kann, verwendet einfach die ab sofort auf der Homepage runter zu ladenden Unterschriftenlisten. Einfach ausdrucken und kopieren! Diese Listen eignen sich auch gut, um in kurzer Zeit viele Unterschriften zu sammeln. Sie sind handlicher, aber natürlich kein Blickfang wie Postkarten.

Mail-O-Mat: Und ab Anfang Juli gibt es dann auch den Mail-O-Mat. Einfach auf der Homepage den Bundestagsabgeordneten auswählen, die eigene E-Mail eintragen und ab geht die elektronische Post!

Materialien zum Unterschreiben solltet Ihr bei allen Aktionen immer dabei haben!

Weitere Materialien

T-Shirts: Viele von uns fahren gerne Bahn. Nutzen wir diese Gelegenheit, um mit anderen Bahnfahrenden über den Ausverkauf der Bahn ins Gespräch zu kommen! Ab Anfang Juli wird es im Bundesbüro T-Shirts geben mit der Aufforderung: „Ausverkauf der Bahn? Sprechen Sie mich an!“ Diese können wunderbar in Bahnhöfen und Zügen zum Einsatz kommen.

Aufkleber und Spuckies kleben

Wie und bei welcher Gelegenheit unsere ausgezeichneten Aufkleber und Spuckies zum Einsatz kommen bleibt letztlich jedem/jeder selbst überlassen.

Und wenn der Eifer dann noch nicht erschöpft ist...

... schreibt einen Leserbrief an Eure Zeitung, warum denn immer nur über die verschiedenen Varianten eines Verkaufs geschrieben wird, aber niemand in Frage stellt, ob die Bahn überhaupt verkauft werden soll. Die Redaktionen freuen sich immer über Rückmeldungen aus der Leserschaft – nicht zuletzt um zu sehen, welche Themen wichtig sind.

... ruft im Büro Eures lokalen Bundestagsabgeordneten an und fragt, wie dieser sich zum Verkauf der Bahn positioniert. Nichts ist nerviger als BürgerInnen, die freundlich aber bestimmt nachbohren.

5.2. Informationen unters Volk bringen

Idee 1: Flugblatt, Protestpostkarten und Unterschriftenlisten

Der klassische Weg, Informationen unters Volk zu bringen, sind Flugblätter, vor / in den Bahnhöfen und Zügen verteilt und hinter Scheibenwischer/ auf den Gepäckträger geklemmt. Auch Plakate, Aufkleber oder „Spuckis“ tun ihre Wirkung. Richtig nett, um mit Bahnfahrenden und -beschäftigten ins Gespräch zu kommen, sind die kleinen Flugblätter mit den wesentlichen Argumenten. Eine aktuelle Materialliste und Bestellmöglichkeiten findet Ihr bald unter www.bahn-fuer-alle.de.

Bei dieser Kampagne kann auch verstärkt der Bahnhof, das Bahnhofsviertel und auch die Züge selbst genutzt werden. Bitte bedenkt bei allen Aktionen: Welche Auswirkung hat unsere Aktion auf die Öffentlichkeit? Wenn die MitarbeiterInnen z. B. hinterher Unmengen von Flugis aufsammeln müssen, dann ist das unserem Anliegen eher nicht förderlich. Berücksichtigt werden muss auch, dass die Bahn hier über das Hausrecht verfügt und dieses in angemessener Weise beachtet werden sollte.

Idee 2: Der Infostand

Der Infostand vor dem Bahnhof ist ein guter Ort, um Leute für das Thema Bahn-Privatisierung zu interessieren und die Unterschriftenlisten zu füllen. Schließlich wollen die meisten Leute, die in den Bahnhof hineingehen oder herauskommen, mit der Bahn fahren – und müssen eigentlich schon deswegen gegen den Ausverkauf des Schienenverkehrs sein. Jetzt gilt es nur noch, die Aufmerksamkeit der Menschen zu wecken. Wie das, da ist Eurer Phantasie keine Grenze gesetzt. Wie wäre es z.B. mit einem Schaffnerkostüm, einer Modelleisenbahn (gibt es von Brio auch in Holz...), großen Signalschildern, mit Straßenkreide auf den Fußboden gemalten Bahnübergängen, und so weiter. Auf der Aktionsakademie gibt es einen Workshop, der sich mit der kreativen Gestaltung von Infoständen befasst – die Ergebnisse gibt es bald hier in Eurem Aktionsreader.

Idee 3: Info-Abend

An einem Themenabend kann man dann die Interessierten mit tiefergehenden Informationen versorgen. Das Kampagnenbüro vermittelt gerne Referenten für Vorträge oder Podiumsdiskussionen. Auch ein Filmabend mit dem Spielfilm „The Navigators“, der beeindruckend von der Bahnprivatisierung in Großbritannien erzählt, passt gut zum Thema. Vielleicht lässt sich sogar das örtliche Programm kino zu einer Sondervorstellung des Films überreden...

Idee 4: Infotour im Zug

Möglich, wenn einem so etwas liegt, wäre auch, mit einer kurzen Tour durch den Zug Reisende anzusprechen. Zwei bis vier Aktive betreten einen Waggon. Eine/r der AktivistInnen richtet sich dann mit lauter Stimme an die anwesenden Fahrgäste und klärt über den drohenden Ausverkauf der Bahn auf.

Eine Beispiel-Ansage: „Sehr geehrte Damen und Herren, wir sind vom Bündnis „Bahn für alle“ und bitten für einen Moment um Ihre Aufmerksamkeit. Am 29.9.2006 will nämlich der Bundestag darüber entscheiden, die gesamte Bahn für einen Spottpreis an Investoren zu veräußern und damit deren Gewinn Interessen preiszugeben. Zu einem solchen Schritt ist es in Großbritannien im Jahre 1993/94 bereits gekommen. Wie auch in Großbritannien wird auch in Deutschland das Ergebnis einer solchen Privatisierung für uns alle als Fahrgäste sein: Verschlechterung des Angebotes, sofortige Stilllegung von 5000 km Schienen-Strecke und diverser Bahnhöfe, Abkopplung vieler großer Städte vom Fernverkehr, bundesweites Tarif Chaos und Flickenteppich durch unterschiedliche kommerzielle Anbieter, unwiederbringliche Zerschlagung einer in 170 Jahren aufgebauten Bahn Infrastruktur, massive Einsparungen zu Lasten von Sicherheit und Service, Befriedigung der Renditeerwartungen der neuen Anteilseigner zulasten der Bahnkunden und Beschäftigten, Zunahme des PKW und LKW Verkehrs. ...Gemeinsam können wir diese katastrophale Entwicklung, die in Großbritannien schon Realität ist, noch verhindern. Wir möchten Sie daher um Unterstützung bitten und stellen Ihnen gerne weitere Informationen und eine Unterschriftenliste zur Verfügung. Wir bedanken uns für Ihre Aufmerksamkeit...“

Hier gilt natürlich das gleiche wie für das Verteilen von Info-Material im Zug: Denkt daran, dass das Zugpersonal nicht unser Gegner, sondern Verbündeter ist. Verhaltet Euch dementsprechend möglichst solidarisch. Und natürlich hat die Bahn in ihren Zügen Hausrecht...

5.3. Aktionen vor Ort

Idee 1: Ständig Theater mit der Bahn...

In eine Rolle zu schlüpfen, kann vielerlei bedeuten. Letztendlich ist das interessierte Nachfragen als normaler Fahrgast schon die einfachste Form des „versteckten Theaters“. Darunter versteht man das bewusste Spielen einer Rolle / einer Szenerie, ohne dass die ZuschauerInnen davon wissen. Die Szenen in den Zügen, Bahnhöfen oder im öffentlichen Raum können sich um sämtliche Themen der Kampagne drehen. Es bietet sich eine Meinungsverschiedenheit an, bei der man durch Lautstärke (heimliche) Zuschauer gewinnt. Die Szene kann „eskalieren“, wenn weitere Akteure nachträglich einsteigen. Zur Idee des unsichtbaren Theaters gehört es, die Rollen durchzuhalten und am Ende als normaler Beteiligter einer Alltagssituation den Schauplatz zu verlassen. Manche Aussage wird über das Erleben einer grotesken oder zumindest bemerkenswerten Situation in die Familien oder den Bekanntenkreis der Zuschauenden getragen.

Offenes Theater kann als Performance gezeigt werden, bei der z. B. Fahrgäste, „Heuschrecken“, Bahnangestellte, Herr Mehdorn (dargestellt mit Papiermaske) agieren. Ein solches Performance-Stück von ggf. nur wenigen Minuten kann selbst ausgearbeitet werden.

Es wurde gute Erfahrung mit Theater gemacht. Die Performance wirkt oft wie ein Publikumsmagnet und schafft bei den Zuschauenden auch die Bereitschaft, in die anschließend dargebotene Spendenbox ein paar Münzen „für die Arbeit des Bündnisses Bahn für alle“ einzuwerfen. Sollte übrigens eine Tonanlage vorhanden sein, kann der „Soundtrack“ zum Stück schon vorher aufgenommen und vor Ort einfach abgespielt werden.

Idee 2: Gepäckwagenparade

Mehrere Gepäckwagen werden durch den Bahnhof/svorplatz geschoben, in jedem wird eine Forderung, Motto des Bündnisses Bahn für alle etc. symbolisch dargestellt, z. B.

Stoppt den Ausverkauf der Bahn – die Bahn ist öffentliches Gut!

Die Forderungen können zusätzlich durch Schilder verdeutlicht werden. Die Gepäckwagen werden z. B. von Menschen in schwarzen Anzügen mit weißen Masken geschoben („gesichtslose Bosse“). Es ließe sich auch eine Einkaufswagenparade rund um den Globus (Weltkugel) schieben.

Idee 3: Börsengang Grenzen setzen

Um die ahnungslosen Fahrgäste zu warnen, wird das Bahnhofs-Gebiet mit Absperrband markiert und Warnschilder werden aufgestellt. Z. B. „Vorsicht ! Unsere Bahn soll am 29.09.06 verscherbelt und zerschlagen werden!“ oder: „Achtung! Als Bahnkunde haben Sie sich künftig den Interessen der shareholder zu unterwerfen“ „Mehdorn der Bahn-Killer (mit Foto) oder

Wenn man die Aktion so plant, dass man auf öffentlicher Fläche agiert und den Verkehr nicht behindert, so bietet es sich an, die Aktionsform als Kundgebung anzumelden und damit auch über Stunden durchführen zu können.

Idee 4: Der Bahnhofsvorsteher

Ein oder mehrere Leute stehen auf Trittleitern und tragen dabei bis zum Boden reichende schwarze Gewänder und eine Schaffnermütze. In der Hand halten Sie zwei Kellen: „Stopp!“ und „Ausverkauf“. Diese überdimensionalen Bahnhofsvorsteher sind ein toller Blickfang und ziehen die Augen von Passanten und Presse an (siehe Kapitel Material-Ideen).

Idee 5: Geisterbahn

Mit viel Kreativität lässt sich auf dem Bahnhofsplatz oder dem Marktplatz eine Geister-Bahn aufbauen. In Gepäck- oder Einkaufswagen werden die Besucher entlang einer aufgebauten Route an den zu befürchtenden Horrorbildern des Ausverkaufs der Bahn vorbeigefahren: arbeitsloser Schaffner bettelt, Papp-Bahnhof verfällt oder wird durch Bürohochhaus ersetzt, Schienen enden in der Wüste (Sandhaufen), „Geldscheine“ verbrennen, ...

Idee 6: Als die Bilder laufen lernten... oder wir mit den Bildern!

„Guerilla-Vision“ bringt Projektionen an Orte, an denen die ZuschauerInnen nicht damit rechnen. Die einfache Methode besteht aus einem Diaprojektor, an dem etwas gebastelt wurde – zumeist kann man an Stelle des Trafos eine 12V-Autobatterie anschließen. Zusammen mit passender Musik hat die Diashow an der Bahnhofsfassade o. ä. großen Charme.

Wer aber lieber seinem geliehenen Beamer nutzen will und ein Stromaggregat im Keller stehen hat, der kann auch mit bewegten Bildern die Passanten zum Stehen bringen. Neben Sprüchen und Fakten bieten sich Fotos z. B. von Mehdorn, unser „Heuschrecken-Kampagnen Motiv“ etc. an. Weitere geeignete Materialien werden noch gesucht! Geht nur bei Dunkelheit gut.

Idee 7: Adbusting und Verschönerung der Außenwerbung

Für klassisches Adbusting, also die kreative Umgestaltung von Werbewänden, die dann plötzlich ganz andere Botschaften verkünden, kann man, ohne sie dabei zu beschädigen, z. B. ablösbarer Klebefolie verwenden: Einfach den Text (z. B. STOPPT Börsengang am 29.09.06) in Einzelbuchstaben (groß, ein Buchstabe pro Seite) ausdrucken. Dann auf weiße Selbstklebefolie aus dem Baumarkt pausen und ausschneiden.

5.4. Allgemeines

Allgemeine Hinweise zu Aktionen findet Ihr unter

<http://www.attac.de/service/gruppensupport/aktionen.php>

*** Sommerferienstaus**

Auch Sommerferienstaus können als PR-Anlass genutzt werden. Die Privatisierung wird solche Staus künftig verlängern. In gleicher Weise können die entsprechenden Örtlichkeiten natürlich auch für Podiumsdiskussionsveranstaltungen (auch im freien), Protestkundgebungen, Redebeiträge mit Megaphon oder Protest-Konzerte /-Party genutzt werden. Zu solchen Veranstaltungen können und sollten die örtlichen Bundestagsabgeordneten eingeladen werden und ihnen die Verantwortung, die sie mit einer solchen Entscheidung übernehmen, klargemacht werden.

* **Parteitage** sind häufig öffentlich zugänglich. Viele der o. g. Aktionen lassen sich auch anlässlich eines Parteitages innerhalb oder unmittelbar vor einem Parteitag durchführen.

*** Presse und Bündnisarbeit**

Die Presse sollte jeweils auf Aktionen zuvor hingewiesen werden und von einer/einem AnsprechpartnerIn vor Ort ständig betreut und mit Infos, Kontakten versorgt werden, um möglichst viel Öffentlichkeit zu schaffen.

Alle Aktionen sollten möglichst in Zusammenarbeit der o. g. Bündnispartner sowie weiterer möglicher Kooperationspartner (z. B. Kleingärtner Vereinen, die ihre Grundstücke entlang der Bahngleise haben, Behindertenverbände, Eisenbahnfreunde etc.) durchgeführt werden. Solche Kooperationspartner sollten vor Ort spezifisch sensibilisiert und mit Postkarten/ Unterschriftenlisten versorgt werden. Was passiert z. B. mit den Grundstücken von Kleingärtnern, die heute noch günstig am Rande von Bahngleisen gepachtet sind, wenn diese Bahnstrecke stillgelegt und z. B. als Gewerbefläche genutzt wird?

*** Finanzen**

Auch diese Kampagne kostet Geld. Also nicht vernachlässigen: Sammelbüchsen rumgehen lassen auf Demos, Bahn-Soli-Parties, Verkauf von T-Shirts, Kampagnen-Patenschaften verkaufen,

Spenden über Infomaterial werben, gezielt wohlhabende Bahnfreunde oder Bekannte ansprechen,... So kommt Ihr an Mittel für Eure nächsten Aktionen und die Kampagne an Mittel für Reader wie diesen. ☺

6. Material-Ideen

6.1 Riesen-Kostüme



Attac München hatte für die Aktion am Berliner Hauptbahnhof (26. Mai) schöne Riesen-Kleider zur Verfügung gestellt (Bilder unter www.bahn-fuer-alle.de). Jemand steht auf einer Stehleiter und zieht sich das Kleid über, das dann bis zum Boden reicht. Am besten zu zweit pro Leiter, um sich unterstützen und abwechseln zu können.

Hier die Bastelanleitung für ein Kostüm:

Material:

- Chrysanthemenfolie (robuste Plastikfolie, gibt's billig im Blumenladen) oder leichter Stoff, ca. 6,00m * 1,60m
- Gewebeklebeband in der gleichen Farbe (wahrscheinlich schwarz)
- evtl. Tacker / Klammerer

Anleitung:

1. Folie/Stoff in der Mitte falten auf 3,00m * 1,60m doppelt
2. die Faltkante wird später die "Schulterlinie" des Kostüms, die gegenüberliegende Kante wird die "Bodenkante" des Kleids
3. in der Mitte der Schulterlinie einen runden Kragenausschnitt (Durchmesser 30cm) ausschneiden, wo später der Kopf durchgesteckt wird
4. den Kragen etwas raffen und mit Heftklammern gerafft tackern, und dann den ganzen Kragen rundum mit Klebeband verstärken (siehe zweites Bild)
5. die Achselhöhlen einzeichnen: 50 cm unterhalb der Schulterlinie, 55 cm vom rechten bzw. linken Rand entfernt
6. mit der Schere von schräg unten vom rechten Rand (z.B. ab 40 cm über der Bodenkante) gerade bis zur rechten Achselhöhle, vom linken Rand zur linken Achselhöhle einschneiden
7. entlang dieses Schnittes Vorder- und Rückseite des Kleides mit Klebeband zusammenkleben (rechts und links)
8. die Achselhöhle mit Klebeband verstärken, damit sie nicht weiter einreißt
9. die entstandenen langen wehenden Ärmel entweder so lassen oder auch vorne und hinten zusammenkleben (oben in jedem Fall Ausgänge für die Hände offen lassen)

Schon fertig!

Dazu empfehlen wir: überdimensionale Bahn-Protest-Kellen (siehe nächste Seite), Schaffnermützen oder sonstiges Hutwerk (Kostümverleih), Schminke oder Masken im Gesicht, Luftballon-Bündel, ...

6.2 Protest-Kellen



Material für eine Protest-Kelle:

- Grüne und rote Pappe min. 60x60 cm
- Weißes Papier min. 50x50 cm
- 2 starke Pappen min 60x60 cm (z.B. Umzugskartons)
- 1 rechteckige Stange (z.B. Dachlatte) ca. 2-2,50 m lang und nicht tiefer als 2 cm
- ausgedruckter Slogan auf weißem Papier (z.B. „Stoppt den Ausverkauf der Bahn!“, „Bahn ist öffentliches Gut!“)
- Nägel (nicht länger als die Stange tief ist)
- Klebstoff

Anleitung:

1. Die grüne und die rote Pappe je auf eine stabile Pappe aufkleben.
2. Aus der nun roten bzw. grünen Pappe einen Kreis (min 60 cm Ø) ausschneiden. Tipp: Um Kreise vorzuzeichnen eignet sich eine Schnur als Zirkel. Ein Ende in der Mitte des Kreises festhalten. Am anderen Ende einen Stift fixieren. Die Schnur spannen und den Kreis - mit Radius der Schnurlänge - zeichnen.
3. Einen ca. 50 cm Ø runden Kreis aus dem weißen Papier ausschneiden und zentriert auf den roten bzw. grünen Kreis aufkleben
4. Slogans auf mehreren Blättern ausdrucken damit die Größe des Slogans der Größe der Kellen angemessen ist. Die Blätter auf dem weißen Kreis ausrichten und in mehreren aufkleben.
5. Vom der Holzstange 2 kleine Stücke (ca. 3 cm) absägen
6. Zwischen die Beiden fertigen Kellenseiten die Stange mittig platzieren. Die Kellen evtl. anleimen, oder nur mit Nägeln beide Seiten an der Stange befestigen. (Die Nägel am besten in die Schrift hauen, damit sie nicht gesehen werden)

7. Rechts und links jeweils 1 abgesägtes Hölzchen in die Zwischenräume schieben und von beiden Seiten zur Stabilisierung festnageln.

Fertig sind die Bahnkellen zum kreativen Straßenprotest. Sehen sicher mindestens so schön aus wie unsere oben ...