

«Greenpeace Schweiz schafft mit der Aktion ein Comeback»

Protest Das Störmanöver von Greenpeace im St. Jakob-Park ist viel diskutiert – vor allem aber die Folgen für den FCB. Der Berner Politikberater Mark Balsiger spricht im Interview über Sinn und Effekt der Aktion.

VON ELIA DIEHL

Herr Balsiger, welchen Effekt bringen solche Aktionen wie jene von Greenpeace im St. Jakob-Park?

Mark Balsiger: Die jüngste Aktion von Greenpeace Schweiz ist ein Schulbeispiel dafür, wie man maximale Öffentlichkeit generiert. Das ist seit mehr als 40 Jahren das Kerngeschäft der Umweltorganisation, niemand kann ihr das Wasser reichen.

Steigt dadurch jetzt der Druck auf Gazprom?

Der russische Gaskonzern steht schon seit Jahren im Gegenwind. Die Greenpeace-Aktion verstärkt den Druck auf ihn weiter. Es kann ihm nicht gleichgültig sein, wie die Öffentlichkeit über ihn denkt.

Aber vor allem die Folgen der Aktion hatten eine grosse publizistische Wirkung, nicht aber das Thema Gazprom. Ziel verfehlt?

Natürlich interessiert sich eine Mehrheit der Leute nicht für die Tätigkeit

von Gazprom in der Arktis. Aber das Meccano von Greenpeace ist seit jeher gleich, und es ist oft erfolgreich. Ich erinnere an den Boykott von Shell, nachdem in der Nordsee ein Öltank hätte versenkt werden sollen. Für Shell war das verheerend, der Reputationsschaden riesig.

Wissen denn die Leute, worum es bei der Protestaktion ging, und wollen sie es überhaupt wissen?

Die Reiz- und Newsüberflutung fordert uns alle heraus, viele Akteure haben Mühe, überhaupt noch gehört zu werden. Ich gehe aber davon aus, dass viele Leute erst jetzt auf die Pro-



blematik der Arktis sensibilisiert wurden.

Steigen als Folge der Aktion also die Mitgliederzahl und Spendengelder bei Greenpeace?

«Ich gehe davon aus, dass viele Leute erst jetzt auf die Problematik der Arktis sensibilisiert wurden.»

Mark Balsiger, Politikberater

Alles andere wäre eine grosse Überraschung. Greenpeace Schweiz schaffte mit dieser Aktion ein Comeback. Nachdem im Frühsommer 2011 Bundesrat und Parlament die Energiewende beschlossen hatten, war es ru-

hig um die Organisation geworden. Ihr fehlte plötzlich das Kernthema Atomausstieg, dem sie sich zuvor verschrieben hatte.

Greenpeace riskiert doch auch einen Imageschaden und dass man gerade bei Fussballfans in Missgunst fällt.

Jede Aktion ist eine Gratwanderung. Egal, ob sich Aktivisten an Gleise ketten oder in Fussballstadien riesige Transparente entrollen. Das Provozieren und Polarisieren gehört zum harten Geschäft mit der Aufmerksamkeit.

Vor dem Spiel gab es Fankrawalle und Ausschreitungen. Die Polizei griff mit Gummischrot und Tränengas durch. Bei der harmlosen Greenpeace-Aktion kam hingegen niemand direkt zu Schaden.

Ein interessanter Vergleich. Vor und in den Stadien benehmen sich 0,5 Prozent der Fans wie Idioten. Das führt zu Sicherheitskosten in Millionenhöhe. Pro Jahr! Bezahlt werden sie von uns allen. Die Fanarbeit, die sich in einigen Städten etabliert hat, leistet sehr gute Arbeit. Die Anstrengungen der Klubs sind in meiner Wahrnehmung hingegen noch zu schwach. Es braucht mehr Druck der Politik.

Die Uefa hat nun die Videos der Aktion auf mehreren Portalen sperren lassen. Stichwort Pressezensur.

Diese Reaktion hat etwas Hilfloses. Ich habe in den letzten 48 Stunden im Internet sicher ein halbes Dutzend Videos der Greenpeace-Störaktion im St.-Jakob-Park gesehen. Das Web komplett zu kontrollieren, ist praktisch unmöglich.

Was verboten ist, wird interessant. Spielt die Uefa der Greenpeace dieser These nach nicht in die Hände?

Natürlich. Das Sperren von Videos wirkt sich für die Uefa kontraproduktiv aus. Greenpeace hat ein scharfes Profil: Man findet diese Organisation gut oder man verurteilt ihre Aktionen. Die Uefa hingegen hat das Image eines exklusiven Herrenklubs, der sich auf Kosten der Allgemeinheit die Taschen füllt. Gleichzeitig ist sie steuerbefreit – ein Hohn.

GREENPEACE VOM RIESIGEN MEDIEN-ECHO ÜBERRUMPILT

Greenpeace Schweiz hat gestern auf ihrer Website ein Video aufgeschaltet, das die Transparent-Aktion **aus der Perspektive eines der Kletterer zeigt**. Beim Betrachten des zweieinhalbminütigen Helmkamera-Streifens wird klar: Die Aktivisten konnten **in aller Seelenruhe ihre**

Störmanöver vorbereiten und durchführen – Sicherheitskräfte sind keine zu sehen.

Die Kletterer waren ungestört – von der **hohen Zahl an Rückmeldungen** war die Umweltschutzorganisation jedoch überrumpelt. «Wir haben **sehr, sehr viele Reak-**

tionen erhalten», sagt Mediensprecher Yves Zenger gegenüber der bz. Unter den Zuschriften hätten sich auch solche befunden, **«die unter die Gürtellinie zielen**». Insgesamt hätten die positiven Stimmen überwogen, so Zenger weiter. Über die Zahl von Kündigungen, spontane

Spenden oder Neueintritte schwieg er sich aus. Auch vom **Medien-Echo**, das die Transparent-Aktion auslöste, war die Umweltschutzorganisation überrascht. **«Das hatten wir nicht erwartet**», freut sich Zenger. «Es war eine richtige Welle, die uns überrollte.» (BWI)