

Antrag

Antragsnummer: 1

Antrag eingegangen am: 31.08.2024

Sitzung: 14.09.2024

Antrag an den Kreisparteitag die LINKE Mainz/Mainz-Bingen am 14.09.2024

Antragssteller*innen: Christina van den Boom, Rebecca Ruppert, Sarah Gäb, Johann Everding, Felix Kosanke, Nico Bludau

Titel: Durchführung Kampagne Wohnen

Satzungsändernder Antrag: Ja Nein

Antragstext:

Der Kreisparteitag beschließt die Durchführung einer Kampagne zum Thema Wohnen

Antragsbegründung

Auf dem Kreisparteitag im Juli 2024 wurde der Antrag „Kapazitäten bündeln, thematische Fokussierung (hier: Wohnen)“ beschlossen. Ein Änderungsantrag hatte zum Ergebnis, dass die Fokussierung auf das Thema zunächst bis diesem KPT erfolgen und dann evaluiert werden sollte. Da der Zeitraum von zwei Monaten für eine inhaltliche Erarbeitung, Kommunikation und Evaluation nicht ausreichend ist, wurde im Aktiventreffen und einer zusätzlichen Arbeitsgruppe ein Kampagnenkonzept erarbeitet, welches nun zur Abstimmung gestellt wird. Das Konzept beinhaltet Folgendes:

1. Kampagnenziele:

Durch interne Streitereien und die Abspaltung des BSW hat die Linke in den letzten Jahren viel Vertrauen verloren. Dieses gilt es zurückzugewinnen.

Die Linke zeigt auch außerhalb von Wahlkämpfen Präsenz ist ansprechbar und den Menschen zugewandt. Durch Beratungsangebote bietet die Linke den Menschen einen tatsächlichen Mehrwert auch außerhalb der parlamentarischen Vertretung.

Die Linke soll als die Kraft wahrgenommen werden, die wirksame Lösungsansätze für die anhaltende Krise am Wohnungsmarkt anbietet.

Wenn möglich, soll in Mainz eine Mieter*innenbewegung (ähnlich Deutsche Wohnen & Co enteignen) aufgebaut werden.

In letzter Konsequenz sollte sich die Kampagne auch positiv auf Mitgliederzahlen und Wahlergebnisse auswirken.

2. Kampagnenname:

Derzeit ist der Titel „Wohnen bezahlbar machen“, den auch die Bundespartei auf ihrer Themenseite als Überschrift nutzt, als Arbeitstitel gewählt.

3. Aktionsformen:

Einen Kern der Kampagne werden Haustürgespräche bilden. Diese sollen gezielt in Gegenden durchgeführt werden, in denen sich einkommensschwache Haushalte befinden. Also die, die durch Inflation und Mietsteigerungen besonders hart getroffen werden. Die Erkenntnisse und Erfahrungen aus den Haustürgesprächen fließen in die weitere inhaltliche Erarbeitung

Auch Infostände werden ein Teil der Kampagne sein. Da die Erfahrung zeigt, dass außerhalb von Wahlen Infostände zu wenig Kontakten führen, wird die Aktionsform nur ergänzend geplant.

Im Zuge der Kampagne sollen auch mehrere Veranstaltungen durchgeführt werden z.B.:

- Vorführung des Films „Sold City – wenn Wohnen zur Ware wird“
<https://www.sold-city.org/de/der-film>
- Buchvorstellung „Wohnopoly“ von Caren Lay (MdB die Linke)
- Mieter*innenversammlung oder -fest

4. Beratungsangebote:

In Zusammenarbeit mit der Bundesarbeitsgruppe „die Linke hilft“ und dem Verein „linke Hilfe“ sollen Beratungsangebote zu den Themen Wohngeld, Nebenkostenabrechnung, Mieterhöhung geschaffen werden. Mit internen Schulungsangeboten können die Mitglieder für die Haustürgespräche und Infostände inhaltlich vorbereitet werden.

5. Kommunikations- und Werbemittel:

Neben den klassischen Kommunikationsmitteln wie Flyer und social media könnte ein Newsletter zu dem Thema Wohnen eingerichtet werden.

Weiterhin sollte die Kampagne eine eigene Mailadresse erhalten, über die die Linke zu diesem speziellen Thema erreichbar ist.

Es werden speziell für die Kampagne Werbemittel mit Kampagnenlogo verteilt.

6. Zeitplan:

Bei Annahme des Antrags soll die Vorbereitung für die ersten Schritte der Kampagne bis ca. Mitte Oktober erfolgen. Das beinhaltet: Kampagnenname und -logo, Designvorgaben, Erarbeitung eines ersten Auftaktflyers zur Kampagne sowie der ersten Inhalte zur Veröffentlichung auf social media.

Bis Mitte November sollen dann die ersten Drucksachen und Werbemittel geliefert sein. Die erste Aktion (Haustürgespräche) kann nun stattfinden.

Es soll mindestens eine Aktion pro Monat durchgeführt werden. Wenn es die Kapazitäten zulassen, werden mehr Aktionen durchgeführt.

Die Kampagne soll zunächst bis zur Bundestagswahl 2025 durchgeführt und dann evaluiert werden.

Die Termine für Veranstaltungen sind noch zu konkretisieren. Die Filmvorführung könnte beispielsweise zu einem recht frühen Zeitpunkt stattfinden, während die Buchvorstellung von Caren Lay besser im Bundestagswahlkampf gegen Ende der Kampagne verortet wäre.

7. Budgetplanung:

Zur Planungssicherheit soll ein Budgetplan für die Kampagne erstellt werden.

Der Kreisvorstand soll die Kampagne mit einem ausreichenden Budget ausstatten.

8. Kampagnendesign:

Erste Entwürfe für ein einheitliches Erscheinungsbild der Kampagne werden am KPT vorgestellt.

9. Aufgabenverteilung:

Für die verschiedenen Aufgabenbereiche – inhaltliche Erarbeitung, Verwaltung Mail-Postfach Orga Haustürgespräche, Orga Veranstaltungen, social media, Budgetkontrolle etc. – sollen jeweils Personen oder Kleingruppen benannt werden, die diese Bereiche verantwortlich führen. Die Durchführung der Kampagne soll nicht allein durch den Kreisvorstand erfolgen, sondern durch alle Gliederungen und aktive Mitglieder der Partei.

Die Planung einer solchen Kampagne gibt dem Kreisvorstand eine Leitlinie für die politische Arbeit des kommenden Jahres. Zugleich wird der Kreisvorstand entlastet, wenn er breite Unterstützung aus den Gliederungen und Mitgliedern der Partei erhält. Auch die langfristige Planung kann Kapazitäten entlasten, da gewisse Aufgaben gebündelt durchgeführt werden können (z.B. Raumanfragen, Anträge für Infostände etc.). Durch die Konzentration auf und Einarbeitung in das Thema Wohnen kann die Linke als kompetente Partei auftreten und konkrete Lösungen anbieten, wo die Konkurrenz nur polemisch das Problem beschreibt oder den Umzug aufs Land vorschlägt.

Weiterhin lässt sich die Kampagne sehr gut mit der, seitens der Bundespartei geplanten, Gesprächsoffensive kombinieren. Kapazitäten können so gebündelt eingesetzt werden.

Voraussichtlich wird das Thema Wohnen im Bundestagswahlkampf auch eine große Rolle spielen. Die Kampagne kann also direkt in den Wahlkampf übergehen und ihre Inhalte dort genutzt werden.