

DIE LINKE. Mecklenburg-Vorpommern  
4. Tagung, 5. Landesparteitag, 29. April 2017  
Rostock, HanseMesse

## **Beschluss**

### **Aufbruch M-V 2021**

## **Erste Ergebnisse und Vorschläge aus der Strategiedebatte des Landesverbandes der LINKEN Mecklenburg-Vorpommern**

### **Unser Leitbild, unsere Herausforderungen**

Gemeinsam haben wir auf verschiedenen Ebenen und in vielen Gremien miteinander diskutiert. Dieser Prozess ist nicht abgeschlossen. Wir wollen die Strategiedebatte fortsetzen und weiter über unser Leitbild, inhaltliche Alternativen zur Regierungspolitik und die praktische Umsetzung unserer Ziele diskutieren. Dabei waren und bleiben wir offen für Vorschläge, die uns von außerhalb der Parteistrukturen erreichen. Natürlich gibt es Herausforderungen, die alle Strukturen und Mitglieder des Landesverbandes teilen. Doch regionale Unterschiede sowie teilweise sehr spezifische Nöte und Wünsche haben uns erkennen lassen, dass wir einerseits gemeinsame Lösungsansätze brauchen, aber eben auch bedarfsgerechte, individuelle Herangehensweisen.

### **Den Kapitalismus überwinden!**

DIE LINKE ist die Partei, die den Kapitalismus überwinden will. Er treibt die Menschheit auseinander, verursacht Ungerechtigkeit und Armut, Habgier, Kriege und gewalttätige Konflikte. Kapitalismuskritik darf neben dem wichtigen politischen Alltagsgeschäft nicht versiegen. Protestieren, gestalten, Alternativen aufzeigen: Wir stellen unsere Idee einer sozial gerechten, einer demokratisch-sozialistischen Gesellschaft in den Vordergrund, wir üben Protest, wir bieten umsetzbare Lösungen. Das strategische Dreieck des Erfurter Parteiprogramms ist für uns richtungsgebend. Unsere Arbeit und die Gestaltung von Materialien sowie Veranstaltungen sollen demokratisch-sozialistische Werte beinhalten und sie als solche auch selbstbewusst benennen. Es bleibt die Herausforderung, linke Perspektiven und Alternativen intensiver zu verbreiten, zu vermitteln und Überzeugungsarbeit zu leisten.

### **DIE LINKE – eine Friedenspartei**

Es ist unsere Stärke, unser Alleinstellungsmerkmal, unsere Priorität: Wir sind eine Friedenspartei. Abrüstung, das Verbot von Waffenexporten und diplomatische Lösungen sind unsere Alternativen. Bei unserem Ruf nach Frieden sind wir unerschütterlich und unermüdlich. Unser Engagement für Geflüchtete und Migrantinnen und Migranten resultiert auch aus unserem Verständnis, dass Menschen geholfen wird, wenn in ihrem Heimatland Krieg, Hunger, Terror, Verfolgung und/oder Armut herrschen.

### **DIE LINKE – sozial gerecht**

Unsere Entscheidungen in den Parlamenten und Kommunalvertretungen müssen auf die Stärkung sozialer Gerechtigkeit ausgerichtet sein. Die Einwohnerinnen und Einwohner sollen

praktische Lösungen erfahren, die greifbar und spürbar sind. Unser Engagement für Rekommunalisierung, Daseinsvorsorge oder die Stärkung von Genossenschaften zeichnet linke Politik aus. Die Kampagne zur Bekämpfung von Kinderarmut oder auch die Initiativen unserer Landtagsfraktion beweisen exemplarisch wie es geht, wobei wir die öffentliche Wahrnehmung verbessern können. Auch Solidarität, Nachhaltigkeit, Inklusion und die Mitbestimmung der Einwohnerinnen und Einwohner gehören für uns zu den Wesensmerkmalen einer sozial gerechten Gesellschaft. Die Kunst wird darin bestehen, unser soziales Profil weiter zu schärfen und Schwerpunkte zu setzen.

### **DIE LINKE – empathisch und nah am Menschen**

Insbesondere durch unser intensives Engagement in den Kommunen und Gemeinden vor Ort spüren wir, dass die Einwohnerinnen und Einwohner das uneigennützig, zugewandte, hilfsbereite und ehrliche Handeln der Parteimitglieder und Sympathisanten schätzen. Wir hören zu, wir sind vor Ort, wir handeln nicht von oben herab. DIE LINKE steht für Menschlichkeit und Transparenz, für Verlässlichkeit und Optimismus. Um diese Werte auch bei Wahlen in stabile Ergebnisse münden zu lassen, müssen wir unsere Öffentlichkeitsarbeit qualifizieren und vor allem unser lokal verankertes Engagement personell absichern.

### **DIE LINKE – vernetzt und offen**

Immer wieder betonen wir die Zusammenarbeit mit außerparlamentarischen Initiativen und Akteuren. Vielerorts bestehen bereits enge Beziehungen, deren Aufrechterhaltung auch durch fehlende Personal- und Zeitressourcen schwieriger wird. Ein Ziel muss sein, noch häufiger die eigenen Räume zu verlassen und mit Vereinen, Verbänden, Initiativen und auch Unternehmen zusammenzuarbeiten und sie bei ihren Anliegen zu unterstützen. DIE LINKE ist eine aufgeschlossene Partei, die nicht in ihrem eigenen Saft schmort. Moderne Kommunikationsmittel und Veranstaltungsformen sind zu etablieren, damit Adressaten außerhalb der Partei besser erreicht und eingebunden werden.

### **Inhaltliche Alternativen zur Regierungspolitik in M-V**

Dieser Landesregierung sind die Interessen der Mehrheit der Menschen nicht wirklich wichtig. Ihr sind die Bürgerinnen und Bürger letztlich nur als Wählerinnen und Wähler von Bedeutung. Sie orientiert sich vor allem an den Interessen der Wortgeber in Wirtschaft, Finanzwelt und Gesellschaft. Das Ergebnis aus der bisherigen Regierungspolitik ist eine enorme Zuspitzung der Ungleichheit. Es ist ein offenes Geheimnis, dass es so nicht weitergehen kann. Für DIE LINKE ist entscheidend, immer die Interessen der Handelnden offen zu legen. Anders wird sie auch nicht die Interessen sozial Benachteiligter, Ausgegrenzter und „Abgehängter“ wirksam vertreten können.

Hierzu ist die ständige Rückbesinnung auf die Idee des demokratischen Sozialismus, als grundsätzliche Systemalternative, unabdingbar. Das heißt vor allem, dass DIE LINKE auch im Alltag immer wieder die Eigentums- und Machtfrage im Interesse der Mehrheit der Gesellschaft stellen muss.

DIE LINKE steht für eine konsequente Friedenspolitik, für soziale Gerechtigkeit, für starke Kommunen, für die Stärkung von Demokratie und den nachhaltigen Umgang mit unserer Umwelt. Letztlich muss der Zweck aller linker Politik auch ein Mehr an Kultur und Bildung sein.

Linke Politik richtet sich nicht ausschließlich an sozial Benachteiligte, sondern an alle, deren Entwicklung unter den gegenwärtigen Verhältnissen behindert wird. Deshalb ist der mittelständische Unternehmer ebenso Adressat linker Politik, wie Alleinerziehende oder jemand, der sich mit mehreren Jobs über Wasser halten muss.

Im Selbstverständnis linker Politik liegt es, dass jeder Mensch als Persönlichkeit gelten und etwas bewirken können muss. Dort, wo das nicht ist, wählt er auch gegen seine Interessen, um seinen bislang ohnmächtigen Protest zum Ausdruck bringen zu können.

Credo linker Politik ist: Wer DIE LINKE wählt, gibt sich selbst eine Stimme. Nur dadurch macht er sich der Regierung gegenüber bedeutsam.

Linke Alternativen zur Regierungspolitik sind immer zugleich auf eine Zurückweisung jeglicher Formen von Rassismus, Nationalismus und Menschenverachtung gerichtet. Sie schließen auch Auseinandersetzungen mit rechtskonservativen Positionen ein.

Neben dieser Auseinandersetzung mit den Positionen der Rechten braucht es jedoch vor allem alternative Vorschläge der LINKEN, gerade weil sie auf die Veränderung und Verbesserung der Lebenssituation der übergroßen Mehrheit der Menschen im Land abzielen, der konkreten Bezugnahme auf das jeweilige Lebensumfeld. Deshalb sind Alternativen zur Regierungspolitik und die mit ihnen verbundenen Konsequenzen, wo immer möglich, auf die regionalen bzw. lokalen Gegebenheiten „herunter zu brechen“. Gleichwohl verknüpfen diese Vorstellungen, wie erwähnt, Visionäres mit Programmatischem.

Immer geht es darum, Politik gemeinsam mit den Menschen zu entwickeln, deutlich zu machen „Auf Dich kommt es an!“, also Widerständigkeit, emanzipatorisches Aufbegehren, konstruktive Mitwirkung etc. zu wecken bzw. zu verstärken. Wir müssen fragen, was die Menschen jeweils brauchen, um sich selbst verwirklichen zu können.

Um diese Ziele zu erreichen und diesem Anspruch wirklich gerecht werden zu können, müssen auch wir uns weiterentwickeln, verändern und unsere politische Arbeitsweise anpassen.

### **ErstwählerInnen / junge Mitglieder gewinnen und an die Partei binden**

Die letzte Landtagswahl hat gezeigt, dass uns neben den Älteren, insbesondere die Gruppe der unter 35-jährigen gewählt hat. Diese Altersgruppe ist uns gegenüber sehr aufgeschlossen und ist eine der Hauptzielgruppen der Partei DIE LINKE. Gleichzeitig ist aber auch festzustellen: Wenn JungwählerInnen in die Partei DIE LINKE eingetreten sind, treffen sie in den Parteistrukturen auf überalterte Strukturen, die wenig ansprechend für junge Leute sind. Zudem werden Neumitglieder oft mit Aufgaben überfrachtet. Ehrenamt braucht Hauptamt. Bei der Betreuung von Neumitgliedern ist das ehrenamtliche Engagement ausgeschöpft. Der LINKEN muss es gelingen, gezielt U-35-jährige im Vorfeld von Wahlen anzusprechen. Die Neumitglieder in unserer Partei müssen gut und möglichst einheitlich im Land betreut werden und mit der Partei DIE LINKE vertraut gemacht werden. Zur Unterstützung der Betreuung von Neumitgliedern und jungen GenossenInnen benötigt es auch personelle Unterstützung auf Landesebene.

Die Partei lebt von und durch das Wirken ihrer Mitglieder. Deshalb ist die Gewinnung von neuen Mitgliedern in allen Parteistrukturen oberste Priorität einzuräumen. Wir setzen uns das Ziel, die Zahl der Neueintritte mindestens zu verdoppeln.

### **Arbeit des Landesverbandes neu organisieren**

Die abnehmende Mobilisierungsfähigkeit der Mitgliedschaft mit einem Durchschnittsalter von über 67 Jahren, verbunden mit einer starken Einbindung durch berufliches und ehrenamtliches Engagement führt dazu, dass wenige Personen viele Aufgaben zu übernehmen haben. Überforderung einzelner Mitglieder droht einerseits und Unkenntnis sowie das Gefühl des Abgehängtseins vieler Mitglieder andererseits.

Eine frühe Einbindung der Mitgliedschaft in Planung und Organisation ist unerlässlich. Die Organisation muss effektiver gestaltet werden, was in engem Zusammenhang mit einer Verbesserung der Kommunikationsbeziehungen der einzelnen Akteure steht. Auch der Einsatz alternativer Methoden, Werbemittel und Aktionsformen muss geprüft werden. Zum Ausgleich

regionaler Schwächen sind alle Kooperationsmöglichkeiten aber auch eine finanzielle Ausstattung für eine Auftragsvergabe an Dritte zu prüfen.

Die Kommunikation zwischen einzelnen Gremien und Ebenen der Partei muss professionalisiert und transparent gestaltet werden. Dies gilt insbesondere für das Verhältnis von Landes- und Kreisebene als auch für die Arbeit der Landesarbeitsgemeinschaften. Dies darf jedoch keine Einbahnstraße sein.

Die Strukturen im Landesverband müssen in Hinblick auf finanzielle und personelle Ressourcen neu aufgestellt werden. Dazu müssen Kreise und Land schnell Lösungen finden. Ideen für Aktionsformen und Methoden sollten zentral nachlesbar sein. Hilfe über Kreisverbandsgrenzen hinaus zur Kompensation von regionalen Defiziten sollte organisiert werden. Alle LINKE Büros sollten mehr als bisher als Orte der Kommunikation und Begegnung begriffen werden. Die Attraktivität sollte erhöht, die Nutzungsmöglichkeiten erweitert werden. Vorhandene Aktivitäten sollten noch besser mit Mitgliedern vor Ort koordiniert, vorbereitet und durchgeführt werden. Potentiale bei der Mitarbeit von Mitgliedern und Sympathisanten sind auszunutzen.

### **Neuausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit**

Die unmittelbar bevorstehende Herausforderung für den Landesverband ist auch in kommunikativer Hinsicht die Vorbereitung, Organisation und Realisierung des Wahlkampfes zur Bundestagswahl 2017.

DIE LINKE ist und bleibt die soziale Stimme für Alle in unserem Land. Daher muss unsere Öffentlichkeitsarbeit aus einer differenzierten, zielgruppenorientierten Ansprache bestehen. Immer dient sie neben der Information der Öffentlichkeit auch der Informationsvermittlung gegenüber der eigenen Mitgliedschaft und deren Umfeld. Die Differenzierung muss zukünftig stärker nach Kriterien, wie Alter, Geschlecht, Einkommen, Erwerbstätigkeit, Wohnort (Stadt/Land) erfolgen.

Bindungen an die Parteien lassen offensichtlich insgesamt nach. Die Kommunikationsgewohnheiten änderten sich mit Nutzung der sozialen Netzwerke grundlegend. Es genügt nicht, bestimmte technische Neuerungen einzusetzen, weil sie gerade angesagt sind und allgemein genutzt werden. Es geht vielmehr um die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie mit klar definierten Zielen, die auf einer Analyse der Situation in den Kreisen und den zu erreichenden Wahlberechtigten basiert.

Langfristig muss die Präsenz u.a. durch zielgerichtete, monothematische Kampagnen, das Wirken von Mitgliedern in ihrem sozialen Umfeld sowie eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit unserer Mandatsträger auf allen Ebenen gewährleistet werden.

Neben der Information unserer Mitglieder und unserer Klientel sollten wir uns nicht davor scheuen, neue Zielgruppen anzusprechen. Die Erreichbarkeit von Mitgliedschaft und Klientel muss erhöht werden – Schwellen zur Kontaktaufnahme abgebaut werden. Eine differenzierte Ansprache ist unerlässlich. Die Form der Ansprache reicht daher von einfach, klar über emotional, humorvoll bis sachlich und fachbezogen.

Bei der Neuausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit verfolgen wir folgende Ziele:

- personelle, materielle und finanzielle Ressourcen sind zielgerichtet einzusetzen
- die Organisation eigener Veranstaltungen ist am öffentlichen Interesse auszurichten – die Partei soll weniger für uns selbst, als vielmehr für die Öffentlichkeit erlebbar sein
- Protestveranstaltungen gehören zu unserem Repertoire – wir machen auf Missstände aufmerksam und zeigen politischen Alternativen auf
- eine hohe Präsenz in den Zeitungen und online-Portalen bleibt ein richtiges Ziel
- gerade für die Altersgruppe der 18- bis 25-Jährigen sind verbesserte online-Angebote notwendig; diese müssen aktuell, ansprechend, kompatibel für mobile Geräte sein

- die Reichweite der E-Mail-Verteiler und des Newsletters ist zu erhöhen
- Druckerzeugnisse bleiben wichtig; angesichts abnehmender Ressourcen bei der Verteilung ist eine Konzentration auf wenige, dafür hochwertigere und zielgerichtete Erzeugnisse unerlässlich
- Im politischen Gespräch auf der Straße, in Vereinen und Verbänden, in der Nachbarschaft und in der Familie ist die Verbindlichkeit und Klarheit bei der Formulierung unserer Positionen zu verbessern.
- Öffentlichkeitsarbeit erfordert eine regelmäßige Fortbildung, mithin ein koordiniertes Angebot an Fortbildungen im Landesverband

### **Schlussfolgerungen ErstwählerInnen**

- Jede/r, der unsere Ziele vertritt, und zu uns findet, ist herzlich willkommen und wird mit Respekt und Aufmerksamkeit behandelt.
- Es sollten zu Wahlen Menschen antreten, die authentisch sind. Junge Leute wählen nicht unbedingt junge, sondern authentische Menschen. Aber junge Leute wollen in jungen Strukturen arbeiten.
- Bei der Ansprache verstärkt auf charismatische Personen setzen.
- Die Ansprache von JungwählerInnen sollte ständige Aufgabe sein. Dies gelingt mit einem Pool an Angeboten, die im Idealfall themenbezogene Angebote in der Region sind. Die Situation von JungwählerInnen und jungen Mitgliedern sollte ständiges Thema auf Treffen der Landesgeschäftsführung und der Kreisgeschäftsführung, aber auch im Landesvorstand und im Austausch mit den Kreisvorsitzenden/Kreisvorständen sein.
- Provokative, zielgerichtete Ansprache durch unsere Mitglieder bei Plakaten und Materialien. Sind Infostände zeitgemäß? Weniger Text bei Materialien, frech, Buttons, Sticker, Jutebeutel u.a.
- Mit Personen in der entsprechenden Altersgruppe, Materialien, Plakaten konkret Jugendlichen/Jungwähler regionalisiert ansprechen. Dabei sind regionale Besonderheiten zu berücksichtigen, denn in den Städten spielen andere Themen eine Rolle, als im ländlichen Raum.
- Wir wollen auch an ökologischen Fragen interessierte Klientel ansprechen.
- Bei der Betreuung von Neueintretenden sind von Landes- bis zur Kreis- und Basisebene Mindeststandards einzuhalten. So ist der Datenaustausch zwischen Landesgeschäftsstelle und Kreisgeschäftsstellen sicherzustellen. Im Kreis sollten feste Ansprechpartner eingerichtet werden, möglichst in einem Pool, der auf die Neumitglieder ausgerichtet ist (Alter etc.). Der Jugendverband ist bei einem unter 35-Jährigen ebenfalls zu informieren, wenn dies durch das neue Mitglied gewünscht wird.
- In einem einheitlichen Verfahren wollen wir künftig neue Mitglieder begrüßen. Wir wollen die Ziele der neu Eintretenden abfragen und abklären, was sie von der Parteiarbeit erwarten. Der/die Ansprechpartner/in vor Ort sollte Aufklärungsarbeit und Hilfe anbieten (Mentoring). In einem weiteren Schritt sollen Weiterbildungsangebote gemacht und über soziale Medien eingeladen werden.
- Neuen Mitgliedern sollten zeitnah neue Angebote außerhalb der Basisorganisationsstruktur angeboten werden. Dies sollten projektorientierte Angebote sein, bspw. ein Workshop zu einem bestimmten Thema (wie organisiere ich eine politische Veranstaltung, wie funktioniert Partei, welche Strukturen gibt es)
- Jugendgerechte Angebote, wie das Jugendcamp wollen wir verstetigen. Durch eine langfristige Planung und die Aufnahme im Arbeitsplan des Landesvorstandes wollen wir möglichst eine Teilnahme ermöglichen.

- Bei Angeboten auf persönliche Situation der Erreichten achten. (Mobilität, Studium, Arbeitszeiten)
- Jugendlichen sind Freiräume zu lassen. Sie müssen in der Lage sein, ihre eigenen Angebote zu entwickeln und einen Jugendwahlkampf durchzuführen. Freiräume im Denken, bei der Auswahl ihrer Themen sind jungen Leuten einzuräumen.
- In der Landesgeschäftsstelle ist jemand konkret für die Betreuung der Neumitglieder zuständig

### **Schlussfolgerungen Parteiorganisation**

- Verbesserung der Kommunikation zwischen dem Landesverband und den Kreisverbänden, durch vierteljährlich durchgeführte Tagungen des Landesvorstandes gemeinsam mit den Vorsitzenden der Kreisverbände
- bessere Einbindung der Landesarbeitsgemeinschaften durch (parteiinterne) Veröffentlichung von Einladungen und Arbeitsergebnissen
- Klausurtagungen bzw. erweiterte Landesfinanzratssitzungen zu zukünftigen Strukturen im Landesverband (schon erstmalig eingeladen für den 22.4., Güstrow)
- Ideenbörse für Aktionsformen auf unserer Homepage ausbauen, dazu ist eine ständige Arbeitsgruppe zu bilden.
- offensive „LINKE Büros öffnen“ – regelmäßige Sprechstunden, Diskussionsforen, Ausstellungen und mehr anbieten (vgl. Aktivitäten der MdLs)
- Aktivierung von parteilosen sachkundigen Einwohnern und Kommunalwahlkandidaten, die nicht in die Vertretung einziehen konnten, durch gezieltes Anschreiben durch Kreisvorsitzende

### **Schlussfolgerungen Öffentlichkeitsarbeit**

#### **Veranstaltungen**

- landesweite Koordination mit Partnern und Führung eines zentralen Veranstaltungskalenders
- Einrichtung von regelmäßigen thematischen Stammtischen in Kreisverbänden
- regelmäßige Sprechstunden mit Mandatsträgern aller Ebene sicherstellen

#### **Presse**

- Prüfung der Bildung Leserbrief-AGs in den Kreisverbänden
- regelmäßige Tagesordnungspunkte „Öffentlichkeitsarbeit“ bei Gremien aller Ebenen
- Schulungsangebote unterbreiten

#### **Internet**

- Homepages
  - Neustrukturierung und Entschlackung der LINKER Homepages im Landesverband
  - Einführung des Responsive Design (Kompatibilität für mobile Geräte)
- Soziale Medien
  - Verantwortlichkeiten in Gremien festlegen
  - verstärkter Einsatz von Bildern und Videos – Schulungsangebot unterbreiten
  - Focus auf Facebook und youtube
- E-Mail-Verteiler/Newsletter
  - Reichweiten ausbauen – Kontaktlisten auf Parteiveranstaltungen auslegen

- Einrichtung thematischer gruppenbezogene Newsletter prüfen

### **Print**

- langfristige Etablierung einer halbjährigen landesweiten Zeitung prüfen
- Prüfung von kommerziellen Verteilmöglichkeiten in den Kreisverbänden
- Postkarten mit konkreter Fragestellung in Kommunalpolitik nutzen

### **Persönliches Gespräch**

- Schulungsangebote zum aktivierenden Gespräch in allen Kreisverbänden machen
- „Probelauf“ für Haustürgespräche in einem Stadtgebiet zu einem konkreten Thema

### **Fortbildungen**

- In Zusammenarbeit mit Partnern (RLS, koFo, LiMa, ...) zu allen o.g. Schwerpunkten regelmäßig anbieten