

DIE LINKE. Mecklenburg-Vorpommern
1. Tagung des 8. Landesparteitages
19. März 2022, Stadthalle Rostock

Beschluss

Für (eine) junge LINKE!

Die Hälfte unserer Genossinnen und Genossen ist älter als 70 Jahre. Nur 13 Prozent, also rund jedes achte Mitglied unserer Partei, ist jünger als 40 Jahre. Wir erleben in unserer Partei einen strukturell und programmatisch bedingten demografischen Wandel, der sich auch negativ auf unsere Wahlergebnisse auswirkt. Nur 8% aller Erstwählerinnen und Erstwähler haben uns bei der letzten Bundestagswahl gewählt. Fast die Hälfte wählte Grüne oder FDP. Unsere Stammwählerschaft hingegen droht auszusterben. Wir müssen daraus den Appell ableiten, uns strukturell, personell und programmatisch neu aufzustellen und eine neue junge Klientel anzusprechen. Hierbei dürfen wir den Fokus jedoch nicht daraufsetzen, uns und unsere Werte zu verbiegen. Wir müssen stattdessen die politische Bildung für uns als Partei entdecken, von uns reden machen und jungen Menschen zeigen, dass wir auch für sie viel zu bieten haben.

Selbstverständlich wollen wir das Erbe unserer Genossinnen und Genossen aufrechterhalten. Dennoch müssen wir uns eingestehen, dass uns das Image als Nachfolgepartei der SED anhaftet, was auf viele junge Menschen abschreckend wirkt. Es ist also in den kommenden Jahren eine unserer Kernaufgaben, moderne sozialistische Ideen zu entwickeln. Das schaffen wir aber nur gemeinsam.

Hierfür werden wir folgende Doppelstrategie initiieren:

1. (Re-)Aktivierung und Partizipation der Basis

I. Basisbeteiligung

Wir werden transparente und breit angelegte Prozesse zur Beteiligung der Parteibasis aufbauen. Jede und jeder soll die Chance haben, an der Gestaltung der Parteiarbeit mitzuwirken. Hierfür ist es wichtig, dass die Basis überregional in Kontakt kommt. Parteitage und Basiskonferenzen sind wichtige Instrumente der Beteiligung. Wir müssen jedoch Raum für Vernetzung schaffen. Hierfür werden wir informelle Basistreffen schaffen. Diese werden vom Landesvorstand alle drei Monate organisiert und sind offen für die gesamte Basis des Landesverbandes. Sie dienen dem konstruktiven Austausch von Ideen zwischen Basis und Landesvorstand. Die Ergebnisse sollen in die Politik unserer Partei einfließen. Die jetzige Arbeit der Partei findet fast ausschließlich in Gremien statt. Wir wollen da hin, dass es der Basis ermöglicht wird, sich an den Prozessen innerhalb der Partei gewinnbringend zu beteiligen.

II. Struktur

Wir werden Strukturen für Parteimitglieder sowie Sympathisantinnen und Sympathisanten schaffen und ausbauen. Dabei sollen erprobte Mittel wie z.B. Stammtische im ganzen Land etabliert und an die Gegebenheiten vor Ort angepasst werden. Ziel ist es, möglichst viele niedrigschwellige Angebote der Partizipation auszuprobieren. Die Genossinnen und Genossen vor Ort werden hierbei von den Gremien der Partei unterstützt. Über erfolgreiche Maßnahmen soll wiederum ein breiter Austausch stattfinden, von dem auch andere Kreisverbände profitieren können. In den größeren Städten unseres Landes gibt es bereits gute Ansätze. Wir wollen jedoch die Partei vor allem auch in den ländlichen Räumen stärken und Möglichkeiten der Beteiligung ausbauen.

III. Kommunikation

Wir werden die Kommunikation zwischen den Gremien und der Basis verbessern. Der Landesvorstand muss regelmäßiger und transparenter über seine Arbeit informieren, denn nur durch einen einheitlichen Kenntnisstand kann die Beteiligung der Basis an Entscheidungsprozessen gelingen. Die Kreisverbände und Basisorganisationen sollen Erfolge und Misserfolge ihrer Projekte ebenso untereinander austauschen. Als Genossinnen und Genossen wollen wir uns dazu verpflichten, unsere Erfahrungen auszutauschen und als Partei zu wachsen. Für junge Menschen, die neu in unsere Partei kommen, sind die Strukturen oftmals nicht sofort begreifbar. Hier wollen wir Maßnahmen treffen, die eine schnellere und bessere Einbindung ermöglichen. Als Partei können wir nur davon profitieren, wenn alle Genossinnen und Genossen beteiligt werden und sich beteiligen. Erst wenn wir als Partei das Ohr an der Basis haben, haben wir auch das Ohr in der Bevölkerung.

2. Ansprache und Anwerbung junger Genossinnen und Genossen

I. Neumitgliederkampagne

Wir werden eine groß angelegte Neumitgliederkampagne initiieren. Zielgruppe dieser Kampagne werden vor allem Menschen unter 35 und Frauen sein. Eine Neumitgliederkampagne ist wichtig für den Erhalt und die Erneuerung der Partei. Deshalb stellt die Landespartei hierfür ein Budget zur Verfügung. Die Kampagne soll über verschiedenste Kanäle wie Plakatwerbung und soziale Medien laufen. Hierfür wollen wir eine Agentur damit beauftragen, ein Konzept zu entwickeln. Die Kampagne soll bewusst provozieren und anecken, denn nur so kann sie auffallen und ihre Wirkung entfalten. Unsere Kampagne zur Landtagswahl war nicht grundlegend schlecht, sie hat jedoch keine Emotionen geweckt, ist nicht angeeckt und hat keinen Diskurs eröffnet. Politische Kommunikation muss dies aber tun. DIE LINKE muss den Finger in die Wunde legen! Darin liegt unsere Daseinsberechtigung.

II. Willkommenskultur

Wir werden die Willkommenskultur stärken und einen Leitfaden erarbeiten, wie neue Genossinnen und Genossen angesprochen und in die Partei integriert werden können. Junge Menschen wollen Verantwortung übernehmen und nicht nur Flyer und Zeitungen verteilen. Um den Einstieg zu erleichtern, brauchen wir ein Neumitgliederheft, das kurz und knapp mit den wichtigsten Informationen gefüllt ist. Auf Prosa können wir verzichten. Außerdem wollen junge Menschen abgeholt werden. Das schaffen wir nicht durch Treffen, in denen das Neue Deutschland quergelesen wird. Wir müssen für den Einstieg in die Partei kulturelle Angebote schaffen, um Offenheit auszustrahlen. Auf gut konzipierten Neumitgliedertreffen können kulturelle Angebote mit politischer Arbeit verknüpft werden. Wenn wir jungen Menschen die Möglichkeit geben, eigene Projekte zu planen und durchzuführen, geben wir ihnen Verantwortung und ein Gefühl der Zugehörigkeit, um sie langfristig zu binden und zu aktivieren. Wertschätzung muss ein wesentlicher Bestandteil der zukünftigen Willkommenskultur unserer Partei werden.

III. Mentoring-Programm

Wir werden ein Mentoring-Programm etablieren, das vor allem von Frauen für Frauen gemacht werden soll. Das Frauen-Empowerment in unserer Partei wird in den Fokus gerückt werden. Frauen sind in den meisten politischen Parteien sowohl in der Mitgliederstruktur als auch unter den Mandatsträgerinnen und Mandatsträgern deutlich unterrepräsentiert. Mit 43,54% Frauenanteil liegt unser Landesverband in der LINKEN im Bundesverband bereits ganz vorne, doch der Frauenanteil in der Gesamtbevölkerung liegt etwa bei 50%. Um die Gesamtgesellschaft abzubilden, müssen wir folglich aktiv Frauen werben - und das funktioniert letztlich nur, wenn sie durch Förder- und Mentoring-Programme dazu ermutigt und somit innerparteilich gefördert werden.

IV. Soziale Medien nutzen

Wir werden ein neues modernes Image über die sozialen Netzwerke ausstrahlen. Hierfür stellt die Landespartei ein festes Budget zur Verfügung, das neben der regulären Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gesondert aufgestellt wird. Es werden Mittel für entsprechende Workshops und Seminare bereitgestellt, die die Öffentlichkeitsarbeit im Landesverband und in den Kreisverbänden stärken werden. Gemeinsam mit der Basis wird hierfür ein neues Konzept für Öffentlichkeits- und Social-Media-Arbeit erarbeitet werden. Auch hier ist es Ziel, junge Menschen als Zielgruppe unseres politischen Handelns mit in den Fokus zu nehmen.

V. Digitale Plattform

Wir werden eine digitale Plattform zum Austausch schaffen, auf der wichtige Themen, Daten, Bilder und weitere Informationen zwischen dem Landesverband und den Kreisverbänden geteilt werden können. So soll ein Wissensmanagement sowie ein Pool an frei verwendbaren Medien geschaffen werden, auf den die gesamte Landespartei und ihre Gliederungen zugreifen können. Dies soll dazu dienen, Ideen auszutauschen und zu dokumentieren, wiederverwendbare Inhalte zur Verfügung zu stellen und zeigen, welche Kampagnen besser und welche schlechter funktioniert haben. Der Einsatz einer solchen Plattform kann zudem

auch die Partizipation von (jungen) Mitgliedern in ländlichen Räumen fördern, in denen es noch keine etablierten Parteistrukturen vor Ort gibt.

VI. Reichweite

Wir werden evaluieren, ob Kosten für Druckerzeugnisse sinnvoll gesenkt und auf reichweitenstärkere Projekte umgelegt werden sollten. Hier wollen wir zeitgemäß bleiben, aber dennoch alle Altersgruppen ansprechen. Es soll nicht darum gehen, Flyer komplett zu verbannen, sondern ihren Einsatz sinnvoll und nachhaltig zu planen. Hierbei soll auch bedacht werden, dass dieselbe Summe in Social-Media-Werbung zu deutlich größeren Reichweiten als bei Druckerzeugnissen führt. Außerdem sind soziale Netzwerke in der Fläche um ein Vielfaches schneller und einfacher zu bespielen. Der Einsatz konventioneller Mittel soll jedoch für Zielgruppen außerhalb der sozialen Medien weiter bestehen bleiben.

VII. Junge Menschen ernst nehmen

Wir werden die Anliegen junger Menschen ernst nehmen. Nur so können wir junge Menschen für unsere Partei und als Wählerschaft gewinnen. Wir sind eine politische Partei, in der jedes Mitglied die gleichen Rechte besitzt. Jede und jeder darf mit dem ersten Tag ihrer oder seiner Mitgliedschaft seine/ihre Meinung vertreten und für seine/ihre Ziele und Ideen werben. Junge Menschen werden in der Basis häufig mit Stapeln von Flyern und Zeitungen überrascht, die sie verteilen sollen. Oft implizit, manchmal explizit wird ihnen hierbei vermittelt, dass sie erst ein bestimmtes Volumen an Materialien verteilen müssten, bevor sie sich mit einer Meinung beteiligen dürften. Diese alten Denkstrukturen und -muster haben dazu beigetragen, dass DIE LINKE für junge Menschen kaum attraktiv ist. Wir müssen weg von diesen Methoden und junge Menschen ernst nehmen und einbinden. Denn nur, wenn junge Menschen ab dem ersten Tag ihre Meinung sagen dürfen, können wir als Partei junge Menschen als Mitglieder sowie letztlich auch als Wählerinnen und Wähler gewinnen.