

## **Fahrplan zur Vorbereitung der Kampagne „Prekäre Arbeit – prekäres Leben“ (Arbeitstitel)**

### **1. Vorläufiger grober Zeitplan (bis zum öffentlichen Kampagnenstart)**

#### **1.1. Weitere Planungsphase**

- *5./6. Juli:* Grundsatzbeschluss des Parteivorstandes über Kampagnenschwerpunkt
- *8. Juli:* Bildung einer zentralen Steuerungsgruppe in der Bundesgeschäftsstelle (Bereich Kampagnen und Parteientwicklung, Bürgerdialog, Medien und Öffentlichkeitsarbeit, Politische Bildung, Strategie und Grundsatzfragen, Büro der Vorsitzenden)
- *9. Juli:* Telefonkonferenz mit Landesgeschäftsführer/-innen zur Verständigung über den weiteren Fahrplan zur Vorbereitung der Kampagne
- *Ende August:* zentraler Kampagnen-Workshop (zweitägig?) mit Vertreterinnen und Vertretern des Parteivorstandes, der Bundesgeschäftsstelle (Steuerungsgruppe), je einem/einer Vertreter/-in der Landesverbände, des Jugend- und des Studierendenverbandes sowie externen Beraterinnen und Beratern (OrKa, RLS, etc.) und Agenturen (auch Texter)
  - ➔ Entwicklung eines Dachclaims
  - ➔ Findung von 3 bis 5 zentralen Forderungen
  - ➔ Verabredungen über den Kampagnen-Grobfahrplan
  - ➔ Bildung eines vorläufigen zentralen Kampagnenrats
- *Ende August/Anfang September:* Übersetzung der Ergebnisse des Kampagnenworkshops in einen Kampagnenplan inklusive Finanzplan für 2014/2015
- *15. September:* Bestätigung des Kampagnenplans (mit zentralem Kampagnenclaim und zentralen Forderungen) inklusive Finanzplan für 2014/2015 durch den Parteivorstand
- *20./21. September:* Beschluss über Kampagne durch Bundesausschuss

#### **1.2. Parteiinterne Kampagnenvorbereitung**

- *21. September:* Kreisvorsitzendenkonferenz als zentraler interner Kickoff für die weitere Kampagnenvorbereitung
  - ➔ Vorstellung des Dachclaims, der zentralen Forderungen und des weiteren Kampagnen-Grobfahrplans
  - ➔ Sammlung von Anregungen für die weitere Kampagnenentwicklung (konkrete Aktivitäten)
- *ab Ende September:* kommunikative Einbindung der Linksaktiv-Unterstützer/-innen in die unterschiedlichen Phasen der Kampagnenvorbereitung
- *Oktober:* Abstimmung des Schwerpunktes mit Bundestagsfraktion und RLS
- *Oktober bis Dezember:* Übersetzung des zentralen Kampagnenclaims und der zentralen Forderungen in ein zentrales Kampagnenmotiv und Erstellung von Kampagnenmaterialien – zum Beispiel (Entscheidung nach zentralem Kampagnenworkshop und Beschluss Parteivorstand):
  - ➔ Schulungsmaterial für lokale/regionale Seminare (Seminarleitfaden und -material)
  - ➔ Material für lokale Parteiveranstaltungen (PPT)
  - ➔ zentrales Plakat/Plakate
  - ➔ zentrales Kampagnen-Verteilmaterial (mit Mitmacheinladung)
  - ➔ zentrale Aufkleber

- Kampagnenwebseite (mit starkem beteiligungsorientierenden Element, Spiegelung der Vielfalt der eigenen Aktivitäten und Verknüpfung zu sozialen Netzwerken)
- Audiovisuelle Elemente (Videoclip?)
- Hintergrundmaterial (Broschüren?) (RLS)
- *ab Oktober*: Beschlüsse der Landesvorstände zur aktiven Beteiligung an der Kampagne
  - Benennung eines Kampagnenverantwortlichen
  - Entscheidung über Durchführung eines regionalen Kampagnenworkshops
- *Oktober bis Dezember*: regionale Kampagnenworkshops (möglichst einer pro Landesverband) in den Landesverbänden, die entsprechende Beschlüsse gefasst haben
  - Vorstellung des Dachclaims, der zentralen Forderungen und des weiteren Kampagnen-Grobfahrplans
  - Anregungen für die weitere Kampagnenentwicklung (konkrete Aktivitäten)
  - Hilfestellung für die Arbeit vor Ort (qualifizierende Elemente für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren)
  - Entwicklung eines regionalen Kampagnen-Fahrplans, bei Bedarf: Findung ergänzender regionaler Forderungen
  - Bildung regionaler Kampagnenräte
- *November*: Konstituierung eines zentralen Kampagnenrates (mit Verantwortlichen der beteiligten Landesverbände):
  - Zwischenbilanzierung der Kampagnenvorbereitung
  - Terminierung öffentlicher Kampagnenstart im 1. Quartal 2015 (zentral und dezentral) abhängig vom Rückmeldestand aus Landes- und Kreisverbänden
  - Verständigung über erste gemeinsame Aktionswoche im 1. Quartal 2015
- *möglichst bis Februar*: Beschlüsse der Kreisvorstände zur aktiven Unterstützung der Kampagne
  - Benennung von lokalen Kampagnenverantwortlichen
- *anschließend*: in den Kreisverbänden Bildung lokaler Kampagnengruppen, Entwicklung lokaler Kampagnen-Fahrpläne, bei Bedarf: Findung ergänzender lokaler Forderungen, bei Bedarf: Planung und Durchführung lokale Seminare zur Qualifizierung von Mitgliedern und Unterstützer/-innen

### **1.3. Ausblick: Öffentlicher Start der ersten Phase der Kampagne**

- 1. Quartal 2015: presseöffentlicher Kampagnenstart, möglichst anlassbezogen in Verbindung mit einer laufenden gesellschaftlichen Auseinandersetzung wie zum Beispiel der Aufwertungstarifrunde „Soziale Dienste“
- 1. Quartal: nach Möglichkeit erste zentrale oder dezentrale öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen (zum Beispiel offene branchen- oder themenbezogene Ratschläge)
- 1. Quartal 2015: nach Möglichkeit erste gemeinsame Aktionswoche

## **2. Inhaltliche Grundlagen der Kampagne (kompakt)**

Circa ein Viertel der Beschäftigten und circa ein Drittel der Bevölkerung werden inzwischen von der gesellschaftlichen Teilhabe ausgegrenzt und in prekäre Arbeits- und Lebensverhältnisse abgedrängt.

In der industriellen Produktion haben in Folge der Agenda 2010 Leiharbeit, Werkverträge und sachgrundlose Befristungen mit dazu beigetragen die industrielle Produktion zu flexibilisieren und nach und nach von den Rändern selbst in diesem Bereich zu einer teilweisen Auflösung der traditionell abgesicherten Beschäftigungsverhältnisse geführt. Insbesondere für junge Menschen sind unsichere Beschäftigungsverhältnisse in der Zeit nach der Ausbildung inzwischen zur Regel geworden.

Noch weiter verbreitet sind unsichere und schlecht bezahlte Beschäftigungsverhältnisse im Dienstleistungssektor. In einigen Branchen sind hier Mini- und Midijobs, erzwungene Teilzeit, Arbeit auf Abruf, unbezahlte Überstunden, befristete Arbeitsverhältnisse und prekäre Solo-Selbstständigkeit zur Regel geworden. Sie dienen der Lohndrückerei und verstärkten Ausbeutung der Beschäftigten.

Die verschiedenen Formen prekärer Beschäftigung haben vielfältige Auswirkungen auf die sogenannten Kernbelegschaften. Sie bedrohen deren Status und erhöhen den Druck auf die Löhne und die Arbeitsbedingungen. Der Stress am Arbeitsplatz nimmt laufend zu.

Fast vier Millionen Menschen sind zudem weiter erwerbslos. Ein wachsender Anteil ist dem Hartz IV-Regime unterworfen. Sie sehen sich Sanktionen ausgesetzt, wenn sie sich weigern, unsichere oder schlecht bezahlte Arbeit aufzunehmen, werden in 1-Euro-Jobs gedrängt oder bleiben auf Dauer von Erwerbsarbeit ausgeschlossen und dienen als Drohpotential für die, die in Lohn und Brot stehen.

Prekäre Arbeit und Erwerbslosigkeit führen nicht selten zu prekären Lebensverhältnissen. Die Zahl derjenigen, die so zumindest teilweise von der sozialen und kulturellen Teilhabe am gesellschaftlichen Leben ausgegrenzt werden, steigt.

Die wirtschaftliche und soziale Ausgrenzung produziert zudem eine wachsende Distanz zur demokratischen Willensbildung und führt zu einem sich verfestigenden Nichtwähleranteil gerade bei Menschen in prekären sozialen Verhältnissen.

Überdurchschnittlich stark von prekären Arbeit- und Lebensverhältnissen betroffen sind Menschen mit Migrationshintergrund, gleich ob sie schon länger hier leben oder als Flüchtlinge erst seit kurzem nach Deutschland gekommen sind.

### **3. Ziele der Kampagne (kompakt)**

Die langfristig angelegte Kampagne verfolgt mehrere Ziele auf verschiedenen Ebenen:

- a) Prekäre Arbeits- und Lebensverhältnisse sollen ins öffentliche Bewusstsein gerückt, skandalisiert und zum Bestandteil der politischen Auseinandersetzung gemacht werden.
- b) Zentrale Forderungen<sup>1</sup> zur Bekämpfung prekärer Arbeits- und Lebensverhältnisse sollen langfristig mehrheits- und durchsetzungsfähig gemacht werden (Kriterium: Zustimmungswerte zu Forderungen steigen bei Umfragen).
- c) DIE LINKE soll medial auf allen Ebenen verstärkt und mit klaren Botschaften zum Kampagnenthema im Allgemeinen und den Kampagnenforderungen im Besonderen präsent sein.
- d) Das Image der LINKEN im Themenfeld (allgemein: Arbeit und Erwerbslosigkeit) soll wieder gestärkt werden (Kriterium: Kompetenzwerte bei Umfragen steigen).
- e) Die Attraktivität der LINKEN soll sowohl für bereits Prekarierte als auch für die von Prekarisierung potentiell bedrohte sogenannte ArbeitnehmerInnenmitte bei Wahlen erhöht werden.
- f) Von Prekarisierung Betroffene und potentiell Bedrohte sollen ein Angebot zur politischen Aktivität und Organisation erhalten. Für DIE LINKE sollen so neue Mitglieder und neue Aktive (auch Nichtmitglieder) gewonnen werden (Kriterium: Zahl der Mitglieder, die über die Kampagne gewonnen werden, und der Unterstützer/-innen der Kampagne steigt).
- g) DIE LINKE verstärkt auf allen Ebenen seine Vernetzung und Zusammenarbeit mit anderen politischen Akteuren, die konkret gegen prekäre Arbeit und prekäres Leben kämpfen (z.B. Gewerkschaften in Tarifaueinandersetzungen).

---

<sup>1</sup> Zu welchen Forderungen eine solche Zuspitzung (möglicherweise mit Blick auf die Bundestagswahl 2017) erfolgt, wird im Laufe der Kampagne entschieden.