



Gesamtdramaturgie und Kampagnenplanung „Das muss drin sein.“

(Bundesweiter Kampagnenrat „Das muss drin sein.“, 04.12.2014)



Jahr	2015				2016				2017			
Quartal	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal
Kampagnenphasen												
Wahlen	15. Februar: Bürgerschaftswahl Hamburg	10. Mai: Bürgerschaftswahl und SVV-Wahl Bremen/Bremerhaven			Frühjahr: LTW Sachsen-Anhalt, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Kommunalwahl Hessen	Herbst: AGH/BVV-Wahl Berlin, LTW Mecklenburg-Vorpommern, Kommunalwahl Niedersachsen			Frühjahr: LTW NRW, Saarland, Schleswig-Holstein		Herbst: Bundestagswahl	
Aktivitäten Bundesebene												
Aktivitäten Kreisverbände												
	<p>Lokale Teilkampagnen mit Veranstaltungen, Aktionen, Eskalation und Höhepunkt, z.B. Soli-Aktivitäten Kita-Streik, gegen Privatisierung Krankenhaus, Mindestpersonalbemessung, gute Arbeit bei Amazon etc.</p>											
Weitere Termine Bundesebene (Planungsstand)	30.01./01.02.: Bundesfrauenkonferenz 08.03: Frauenkampftag, Frauenpreis Frühjahr: Ratschläge Stahl und Reinigungskräfte? (BTF?)	23.-26.04.: Zukunftskongress 03.-07.06.: Präsenz auf dem Kirchentag (BTF/RLS/Partei) April?: Ratschlag Sozial- und Erziehungsdienste (BTF & RLS)	01.09.: Weltfriedenstag 20.-26.09.: Präsenz ver.di Gewerkschaftstag (BTF?) Sommer: Ratschlag Gesundheit? (BTF?)	18.-24.10.: Präsenz IG Metall Gewerkschaftstag (BTF?)				Zentrales Event (mit Innen- und Außenwirkung) als Zwischenhöhepunkt - Umsteuern in die Phase der Zuspitzung Frühjahr/Sommer: Bundesparteitag				



Gesamtdramaturgie und Kampagnenplanung „Das muss drin sein.“

(Bundesweiter Kampagnenrat „Das muss drin sein.“, 04.12.2014)

DIE LINKE.

Hinweise zur Kampagnenplanung „Das muss drin sein.“ Mai 2015 bis April 2016

Grundannahme: Nach dem Kampagnenstart (Kick-Off zentral sowie dezentrale Aktionen/Events mit Pressearbeit) gilt es, die erste Kampagnenphase ab Mai 2015 zur Etablierung des Claims „Das muss drin sein.“ und zur lokalen Verankerung der Kampagne, gekoppelt an gesellschaftliche Entwicklungen, zu nutzen. Die Planung der Aktionsphasen setzt an gesellschaftlich relevanten Terminen Rahmenbedingungen an (wie Weihnachten, den bundesweiten Ausbildungsbeginn oder den internationalen Frauentag) – eine flexible Reaktion auf Unvorhersehbarkeiten darf trotzdem nicht fehlen.

Zwischen-Höhepunkt: In Hinblick auf die längerfristige Zuspitzung der Kampagne in Richtung Bundestagswahl 2017 wird ein Zwischen-Höhepunkt im ersten Halbjahr 2016 geplant, der a) die bisherigen Kampagnenaktivitäten auswertet, b) in den Blick nimmt, zu welchen Forderungen die meisten/flächendeckendsten/wirkungsvollsten Aktivitäten stattgefunden haben und c) in die nächste Kampagnenphase und die damit verbundene Zuspitzung überleitet. Ein solcher Zwischen-Höhepunkt könnte eine bundesweite Aktiven-Konferenz, verbunden mit Presse- und Publikationsarbeit sein. Sinnvollerweise sollte dieses Event im 2. Quartal 2016 stattfinden (nach den Frühjahrswahlen, aber vor der Sommerpause).

Zur Beteiligung: Es wird nicht davon ausgegangen, dass sich alle Kreisverbände an allen Aktivitäten oder Aktionsphasen beteiligen. Aber es soll – insbesondere für Kreise, die keine eigene lokale Kampagnendynamik entwickeln – etwa alle zwei/drei Monate ein leicht umzusetzendes Aktivitätsangebot mit entsprechenden Materialien und Aktionsideen zu den verschiedenen Kampagnenforderungen geben. In wahlkampf führenden Landesverbänden muss die Kampagne in die Wahlkampfplanungen eingebunden werden.

Aktionsphasen: Auf Basis dessen hat der bundesweite Kampagnenrat „Das muss drin sein.“ folgende Aktionsphasen als Zeiträume der bundesweit verstärkten Präsenz auf der Straße und bei den Menschen vereinbart:

1. Mai: zentraler Verteiltag für die Kampagnenmaterialien: inhaltliche Anknüpfung an die gewerkschaftlichen Aktivitäten und damit insbesondere im Themenbereich Befristung und Leiharbeit stoppen; falls der Kita-Streik bis in den Mai geht, aber auch inhaltliche Anknüpfung an die Bezahlung von sozialen Dienstleistungen und die Solidaritätsaktivitäten.

8.-14. Juni 2015: bundesweite Aktionswoche: aufbauend auf die mediale Berichterstattung über den Bundesparteitag in Bielefeld, auf dem auch die Kampagne „Das muss drin sein.“ Raum einnehmen wird, ist die Aktionswoche thematisch breit über das gesamte Forderungsspektrum der Kampagne angelegt; es soll Angebote für verschiedene Aktionsformen und die allgemeinen Kampagnenmaterialien geben; Ziel ist eine möglichst flächendeckende Beteiligung der Kreis- und Ortsverbände.

Anfang September 2015: Aktionsphase junge Menschen: anknüpfend an den Ausbildungsbeginn am 1. September sowie den Beginn des neuen Semesters, soll die Arbeits- und Ausbildungssituation junger Menschen im Mittelpunkt stehen; thematische Anknüpfungspunkte im Bereich unsichere Arbeitsbedingungen und „Befristung stoppen.“; es soll Angebote für verschiedene Aktionsformen und ein spezielles Material für diese Aktionsphase geben. Angestrebt wird eine enge Kooperation mit dem Jugendverband in Form von gemeinsamen Aktivitäten und weiteren Materialien.

Dezember 2015: Aktionsphase Weihnachten: anknüpfend an die Vorweihnachtszeit soll insbesondere (Kinder-)Armut, Hartz IV und Zwangsumzüge, aber auch die Zunahme von Stromsperrern thematisiert werden; es soll Angebote für verschiedene Aktionsformen und ein spezielles Material für diese Aktionsphase geben.

Rund um den 8. März 2015: Aktionsphase soziale Dienstleistungen: anknüpfend an den 8. März sollen die sozialen Dienstleistungen – als meist von Frauen verrichtete Arbeit – im Mittelpunkt stehen; Anknüpfungspunkte sowohl an die Aufwertung der sozialen Berufe, aber auch mehr Personal in Bildung, Gesundheit und Pflege sowie Stress am Arbeitsplatz; es soll Angebote für verschiedene Aktionsformen und ein spezielles Material für diese Aktionsphase geben.