

P-1 Arbeitsprogramm 2024 - grenzenlos solidarisch!

Gremium: Bundesvorstand
Beschlussdatum: 22.09.2023
Tagesordnungspunkt: P Arbeitsprogramm

Antragstext

Einleitung

Das vergangene Verbandsjahr war geprägt von Konflikten - ob Lützerath, GEAS-Reform oder Schuldenbremse. Immer wieder sind wir als Grüne Jugend, als Teil der politischen und gesellschaftlichen Linken, in Opposition gegangen zur aktuellen Politik. Diese Konflikte waren nicht immer einfach, doch haben sie uns als Verband weiter zusammenwachsen lassen und unser Selbstverständnis als eigenständige Jugendorganisation gestärkt. Für wirkliche politische Veränderung, für eine Verbesserung der Lebenssituation von Menschen braucht es Druck von außen!

Dieses Jahr war auch eines der Weiterentwicklung unserer Analysen: wir haben unser internationalistisches Profil geschärft und unser Verständnis dafür, wie unsere politische Praxis mit Kämpfen über alle Landesgrenzen hinweg zusammenhängen kann.

Mit diesen Erfahrungen im Gepäck brechen wir auf in das Kampagnenjahr 2024, in dem wir die anstehenden Wahlkämpfe nutzen werden, weiter an einer starken Organisation und einer starken Linken zu arbeiten, die in der Lage ist, echte Verbesserungen zu erkämpfen!

Bildungsarbeit

Bildungsarbeit ist eine der zentralen Aufgaben der Grünen Jugend. Nur wenn wir die Verhältnisse um uns herum verstehen, können wir sie kritisieren und Wege zur Veränderung finden. Es ist unsere Aufgabe, allen Mitgliedern auf allen Ebenen und mit den verschiedensten Wissens- und Erfahrungsständen die Möglichkeit zu geben, sich weiterzubilden und die eigene Analyse weiter zu schärfen. Dafür wollen wir auch im kommenden Jahr viele Möglichkeiten bieten.

25 **Frühjahrskongress**

26 Der Frühjahrskongress ist unser zentraler Ort für die Bildungsarbeit im
27 Verbandsjahr. Dort widmen wir uns den zentralen Fragen unserer Zeit und
28 entwickeln eine gemeinsame Analyse des Status Quo - und wie es anders sein
29 könnte. In der Vorbereitung auf die Europawahl wollen wir einen Schwerpunkt auf
30 die Europäische Union und unser Verhältnis zu ihr setzen.: Woher kommt die EU
31 eigentlich? Was wird uns durch die EU ermöglicht? Und welche Kritikpunkte haben
32 wir aus einer linken Perspektive an ihr? Was sind Handlungsspielräume für uns?
33 Wie wirken sich europäische Finanz-, Klima- und Migrationspolitik auf das Leben
34 von uns allen aus? Und was hat eigentlich neoliberale Politik mit all dem zu
35 tun?

36 Auch wird es wieder viele Möglichkeiten zur Vernetzung und zum Kennenlernen
37 geben. Darüber hinaus werden wir den kommenden Frühjahrskongress als gemeinsamen
38 Auftakt für die heiße Phase unserer Kampagne zur Europakampagne nutzen.

39 **Sommerakademie**

40 Auf der Sommerakademie 2024 wollen wir Hürden für positive politische
41 Veränderung in den Blick nehmen und uns Fragen, wie ein besseres Morgen aussehen
42 kann. Vieles verändert sich, häufig jedoch nicht zum Besseren - warum ist das
43 so? Wieso bedeutet ein Mehr an staatlichen Eingriffen nicht zwangsläufig ein
44 Mehr an Gerechtigkeit, Freiheit und demokratischer Mitbestimmung? Wieso sind
45 autoritäre Kräfte im Aufwind? Was hindert Menschen daran, die Verhältnisse zu
46 erkennen, zu verstehen und zu verändern? Durch ein Verständnis davon wollen wir
47 unsere Analysen als Verband schärfen, unsere Strategiefähigkeit erhöhen und
48 gemeinsam Visionen entwickeln, wie es anders sein könnte!

49 **Mitgliedermagazin**

50 Das Mitgliedermagazin als fester Bestandteil unserer Bildungsstrategie wird im
51 kommenden Jahr erneut zweimal erscheinen. Anknüpfend an die Kampagne zur
52 Europawahl wird sich die erste Ausgabe mit den Kampagnenschwerpunkten
53 auseinandersetzen und hier eine vertiefte inhaltliche Auseinandersetzung damit
54 bieten. Die zweite Ausgabe beschäftigt sich ausgehend von der aktuellen
55 politischen Lage im kommenden Jahr mit der Notwendigkeit zur Aufbau einer
56 starken Linken, gerade in Zeiten des schwindenden Vertrauens in die Möglichkeit
57 zur Veränderung und des Erstarkens rechter Kräfte.

58 Es sollen weiterhin Formate erarbeitet, erprobt und weitergeführt werden, wie
59 die über:morgen als dezentrales Mittel der Bildungsarbeit in der gesamten Breite
60 des Verbandes gelesen und diskutiert wird.

61 **Bildungsarbeit und Landesverbände**

62 Im vergangenen Jahr haben wir als Verband beschlossen, dass Landesverbände in
63 Zukunft vor allem die Grundlagenbildung für die Breite des Verbands stemmen
64 werden - und das mit vollem Erfolg! Mit zahlreichen Workshops auf
65 Landesmitgliederversammlungen, Seminarwochenenden und Bildungscamps zeigt der
66 Verband, wie gute Grundlagenbildung im gesamten Verband aussehen kann. Hierbei
67 wollen wir den nächsten Schritt gehen und insbesondere Landesvorstände und
68 Bildungsteams auf Landesebene stärken, ausbilden und dazu befähigen, unsere
69 gesamtverbandliche Bildungsstrategie weiter mit Leben zu füllen. Dabei werden
70 insbesondere das Bildungsteam auf Bundesebene gemeinsam mit Trainer*innen und
71 Bundesvorstand tatkräftig unterstützen.

72 **Trainer*innen**

73 Durch die Ausbildung von mehr als 30 neuen Trainer*innen auf Bundesebene konnten
74 wir als Verband große Schritte in der Professionalisierung unserer Bildungs- und
75 Ausbildungsarbeit auf allen Ebenen gehen: Egal ob für methodische und
76 inhaltliche Schulungen zur Kampagne, für Klausurmoderationen, für Workshops vor
77 Ort oder Vermitteln von Grundlagen auf dem Frühjahrskongress. Zudem wollen wir
78 die Trainer*innen im Verband bekannter machen, um an allen Orten strategisch
79 kluge und gut konzipierte Bildungsarbeit möglich zu machen - unabhängig von
80 finanziellen Ressourcen der Kreis- und Landesverbände.

81 Für die Weiterbildung der Trainer*innen wollen wir sowohl online als auch in
82 Präsenz Formate anbieten - insbesondere um sie als methodische und inhaltliche
83 Multiplikator*innen für die Europakampagne zu befähigen, diese in die Breite des
84 Verbandes zu tragen.

85 **Unsere politische Praxis**

86 Unsere politische Praxis ist ein zentraler Bestandteil unserer Arbeit als Grüne
87 Jugend.

88 Wir glauben, dass gesellschaftliche Veränderung dann geschieht, wenn sich viele
89 Menschen zusammenschließen und der Protest von den unterschiedlichsten Menschen
90 mitgetragen wird. Deswegen fokussieren wir uns darauf, nicht nur an Regierende
91 zu appellieren oder die nächste Online-Petition aufzusetzen, sondern langfristig
92 mehr Menschen zu politisieren und langfristig einzubinden.

93 Wie das aussehen kann, probieren wir für uns immer wieder neu aus.

94 Mit unserem Organizing Projekt haben wir wichtige Lehren daraus gezogen, was es
95 braucht, damit Grüne Jugend Kreisverbände vor Ort politische Konflikte gewinnen
96 können und wo auch Hürden für konkrete Kämpfe vor Ort bestehen. Im nächsten Jahr
97 wollen wir unsere Praxis auch anhand dieser Learnings weiterentwickeln und vor

98 allem die anstehenden Kampagnen dafür nutzen, viele neue Menschen für die Grüne
99 Jugend zu begeistern, sie einzubinden und ihnen einen Ort zu ermöglichen, an dem
100 sie konkret für politische Veränderungen vor Ort kämpfen können.

101 **Unser Hauptziel: Mehr werden!**

102 Politische Veränderung funktioniert vor allem dann, wenn wir viele sind. Es
103 macht einen Unterschied, ob eine Klimademo an 5, 10, 50 oder 100 Orten
104 stattfindet und ob sich gegen die nächsten Haushaltskürzungen 500 oder 500.000
105 Menschen zusammenschließen. Deswegen ist unser Hauptziel, als Grüne Jugend neue
106 Mitglieder zu gewinnen und dafür zu sorgen, dass unsere bestehenden Mitglieder
107 noch aktiver werden. Im nächsten Jahr bieten sich viele Chancen dafür, eine neue
108 Generation junger Menschen dafür zu begeistern, ihre Zukunft selbst in die Hand
109 zu nehmen und politisch aktiv zu werden!

110 **Unsere Europakampagne**

111 2024 steht die Europawahl an. In Zeiten von multiplen Krisen, die ohne
112 tiefgreifende politische Veränderung weder national noch international gelöst
113 werden, kann unsere Einstellung zu einer Europäischen Union, die neoliberale
114 Prinzipien institutionalisiert hat, niemals unkritisch sein. Deshalb wollen wir
115 mit unserer Kampagne klar machen: Für ein gerechtes Europa muss sich viel ändern
116 - und es beginnt bei uns vor Ort! Seit der letzten Europawahl 2019 hat sich für
117 die Grüne Jugend einiges verändert. Wir haben unsere Mitgliederzahlen
118 verdoppelt. Wir haben uns vor Ort verankert und haben nicht trotz, sondern
119 gerade aufgrund der Regierungsbeteiligung der Grünen einen starken Schwerpunkt
120 auf Bewegungs- und Basisarbeit gelegt. Wir sind stärker geworden und wollen
121 diese Kraft im nächsten Jahr für unsere Kampagne nutzen, um für ein anderes
122 Europa einzustehen!

123 Eine Kampagne funktioniert nur, wenn alle zusammenarbeiten und an einem Strang
124 ziehen, aber uns gleichzeitig unserer unterschiedlichen Aufgaben bewusst sind.
125 Die Kampagne findet vor allem vor Ort statt. Dort können wir junge Menschen
126 ansprechen und direkt dort abholen, wo sie gerade stehen. Gleichzeitig schaffen
127 wir es durch eine einheitliche Kampagne im ganzen Bundesgebiet auch, mehr
128 Aufmerksamkeit für unsere Themen und Forderungen zu generieren. Landesverbände
129 unterstützen dabei die Kreisverbände bei der Umsetzung der Kampagne vor Ort. Das
130 Kampagnenteam gestaltet die Kampagne aus und unterstützt die Landesvorstände bei
131 dem Zuschnitt auf ihren Verband. Die Trainer*innen helfen bei der methodischen
132 und inhaltlichen Ausbildung.

133 Anfang des kommenden Jahres machen wir uns fit für die Kampagne. Wir nutzen die
134 Kreisverbands-Landesverbands-Treffen, die Landesmitgliederversammlungen und
135 Workshops in den Kreisverbänden, um uns sowohl inhaltlich als auch methodisch

136 fit zu machen! Mit unserem Frühjahrskongress mit dem Themenschwerpunkt Europa
137 starten wir dann gemeinsam in die letzten sechs Wochen der Kampagne.

138 Im Rahmen der Kampagne zur Europawahl werden wir unsere Öffentlichkeitsarbeit
139 auf allen Ebenen weiter professionalisieren. So können methodische Schulungen
140 dabei helfen, die Öffentlichkeitsarbeit im gesamten Verband zu verbessern, um so
141 noch mehr Menschen zu erreichen und zu begeistern. Hierbei werden den
142 Sprecher*innen der jeweiligen Ebene als Gesichter der Kampagne eine besondere
143 Rolle zukommen, auf die sie im Rahmen von Schulungen z.B. bei Bundesvorstands-
144 Landesvorstands und Kreisvorstands-Landesvorstands-Treffen vorbereitet werden.
145 Das neue Corporate Design, das nach der Kampagne als gesamtverbandliches
146 Corporate Design weitergenutzt werden soll, sorgt hierbei für einen hohen
147 Wiedererkennungswert. Damit es schnell von allen genutzt werden kann, wird es
148 dazu eine Vielzahl an Schulungsangeboten geben.

149 **Weitere Wahlen**

150 Im Frühjahr finden in neun Bundesländern Kommunalwahlen gleichzeitig zur
151 Europawahl statt. Gemeinsam mit den jeweiligen Landesverbänden und dem
152 Kampagnenteam werden wir Wege entwickeln, wie sich Kampagnen sinnvoll verbinden
153 lassen und dabei nicht die spezifischen Themen der einzelnen Länder, Landkreise
154 und Städte verloren gehen.

155 Im Herbst finden in Sachsen, Thüringen und Brandenburg außerdem Landtagswahlen
156 statt. Diese Wahlen gehen uns alle etwas an! Umfragen zeigen auch jetzt schon,
157 dass die rechtsextreme AfD massive Gewinne verzeichnen wird. Umso wichtiger ist
158 es, jungen Menschen ein Angebot zu machen, sich für eine solidarische
159 Gesellschaft einzusetzen und gemeinsam mit uns dem Rechtsruck etwas entgegensetzen
160 zu können.

161 Als gesamter Verband unterstützen wir daher die Landesverbände Sachsen,
162 Thüringen und Brandenburg in ihren kommenden Wahlkämpfen. Besonders der
163 Bundesvorstand und das Kampagnenteam werden im intensiven Austausch mit den
164 jeweiligen Landesvorständen sein, um Unterstützungsbedarfe zu ermitteln und
165 gemeinsam viele erfolgreiche Kampagnen auf die Beine zu stellen.

166 Nach der Wahl ist vor der Wahl! Deshalb werden wir beim 1. Länderrat 2024 im
167 Sommer das Kampagnenteam für die Bundestagswahl 2025 einsetzen, um möglichst
168 früh in die Planung für diesen so relevanten Kampagnenzeitraum starten zu
169 können. Das Kampagnenteam soll hierbei aus den Erfahrungen aus der
170 Europakampagne lernen und sich dafür mit dem aktuellen Kampagnenteam eng dazu
171 austauschen.

172 **Aktionstage**

173 Mit Aktionstagen haben wir als Verband die Möglichkeit, einen Fokus auf
174 bestimmte Themen zu lenken. Das wollen wir auch nächstes Jahr wieder nutzen: Mit
175 wenigen, dafür größeren Aktionstagen wollen wir uns auf relevante Konflikte
176 konzentrieren.

177 Wie in den letzten Jahren auch, wollen wir auch dieses Jahr wieder einen
178 Aktionstag zum 8. März gemeinsam mit unseren langjährigen Bündnispartner*innen
179 auf die Beine stellen und diesen Tag nutzen, um auf feministische Themen
180 aufmerksam zu machen.

181 Zudem planen wir im Rahmen der Pride-Saison eine größere Kampagne, um als
182 gesamter Verband unseren Kampf für queere Rechte sichtbar zu machen.

183 **Diesen Winter fahren wir zusammen!**

184 Anfang 2024 stehen die Tarifverhandlungen im Nahverkehr an. Der öffentliche
185 Nahverkehr ist massiv unterfinanziert. Das wirkt sich sowohl negativ auf die
186 Arbeitsbedingungen der Menschen als auch auf das Angebot für Fahrgäste aus.
187 Gemeinsam mit ver.di und der Klimabewegung wollen wir die Tarifrunde nutzen, um
188 Druck für massive Investitionen zu machen - für bessere Arbeitsbedingungen und
189 eine Mega-Offensive für Bus und Bahn. So geht Klimaschutz, der breite Mehrheiten
190 hinter sich versammelt. Als Grüne Jugend unterstützen wir auf allen Ebenen
191 #WirFahrenZusammen. Wir beteiligen uns an der alltäglichen Arbeit in den WFZ-
192 Ortsgruppen und nutzen gleichzeitig unser politisches Gewicht, um Aufmerksamkeit
193 auf das Thema zu lenken.

194 **Bündnisarbeit**

195 Bündnisarbeit findet vor allem vor Ort statt. Im nächsten Jahr wollen wir uns
196 weiterhin vor allem an Bündnissen beteiligen, die an der Schnittstelle zwischen
197 Klimaschutz und sozialer Gerechtigkeit kämpfen. Unsere engsten Verbündeten sind
198 dabei die Klimabewegung sowie die junge Gewerkschaftsbewegung. Wir als GRÜNE
199 JUGEND wollen uns weiterhin aktiv dafür einbringen, Gemeinsamkeiten auszuloten
200 und gemeinsame Projekte zu finden und umzusetzen.

201 Darüber hinaus haben wir in diesem Jahr unsere Zusammenarbeit mit vielen
202 migrantischen Organisationen ausgebaut, beispielsweise im Rahmen der Proteste im
203 Iran. Hieran wollen wir auch zukünftig anknüpfen.

204 In Vorbereitung auf die Bundestagswahl 2025 wollen wir mit unseren
205 Bündnispartner*innen ausloten, wo Schwerpunkte und Handlungsfelder für eine
206 breite Kampagne von vielen verschiedenen Akteur*innen der politischen Linken
207 liegen müssen, damit wir alle zusammen für echte Veränderung einstehen können.

208 **Internationales**

209 Wir wollen das kommende Jahr dafür nutzen, die Vernetzung mit unseren Partner-
210 und Dachorganisationen, wie FYEG, EGP, CDN & GYG, zu verstetigen und in
211 Zusammenarbeit mit dem Kampagnenteam herausarbeiten, wie wir im Rahmen der
212 Europawahl strategisch zusammenarbeiten können.

213 Eine Frage, mit der sich das Team Internationales explizit nach der
214 Europakampagne auseinandersetzen wird, ist die internationalistische Vernetzung
215 für Landes- und Kreisverbände. Dafür soll das European Matches Programm
216 weiterentwickelt werden, um eine Vernetzung mit Bewegungen, Gewerkschaften und
217 nicht-parteilichen Organisationen voranzutreiben, die ähnliche Ziele wie wir
218 verfolgen.

219 In Vorbereitung auf die Europakampagne planen wir außerdem eine Bildungsreise
220 nach Griechenland.

221 **Social Media**

222 Wir wollen unseren digitalen Auftritt weiter ausbauen und haben auf Bundesebene
223 mit einer weiteren hauptamtlichen Stelle für den öffentlichen Auftritt neue
224 Unterstützung gewonnen.

225
226 Durch den Zuwachs an hauptamtlichen Strukturen in der Bundesgeschäftsstelle, die
227 sich künftig gemeinsam mit dem Bundesvorstand um die Contenterstellung für
228 Instagram und Twitter kümmern werden, werden wir das Aufgabenfeldes des Social
229 Media Teams verändern. Zukunft soll ein verkleinertes Team ein größeres
230 Augenmerk auf die kreative Ausgestaltung von TikTok legen. Auf dieser Plattform
231 haben wir hohes Potenzial, neue, vor allem sehr junge, Menschen zu erreichen und
232 schöpfen dieses aktuell noch nicht voll aus. Dafür wollen wir feste Formate
233 etablieren, welchen unseren Wiedererkennungswert steigern. Neue, lustige Ideen
234 sollen verstärkt umgesetzt werden. Durch die Zusammenarbeit mit der
235 Hauptamtlichen Stelle soll hier eine höhere Produktionsqualität gesichert
236 werden.

237 **Verbandsarbeit**

238 **Länderrat**

239 Der Länderrat hat verschiedene Aufgaben: Es werden inhaltliche Anträge beraten,
240 es ist ein Ort für Vernetzung und des Austauschs. Hier wollen wir auch in
241 Zukunft verschiedene Debattenformate erproben, von gemeinsamen
242 Thesendiskussionen in Kleingruppen bis hin zu längeren Antragsaussprachen.

243 **Strukturförderung**

244 Strukturförderung ist mittlerweile ein selbstverständlicher Teil der Arbeit der
245 GRÜNEN JUGEND. Nur wenn alle Landesverbände die Ressourcen und das Know-How
246 haben, strategische und professionelle Arbeit zu leisten, kommen wir als Verband
247 weiter. Der durch Pat*innen-Spenden finanzierte Strukturfördertopf soll dieses
248 Jahr für unterschiedliche Projekte genutzt werden: Wie auch in den letzten
249 Jahren wollen wir die Ostlandesverbände bei ihrer überregionalen Vernetzung
250 unterstützen und finanzieren den Mitte-Ost-Kongress mit - gerade in Zeiten von
251 Landtagswahlen ist der Austausch zwischen den betroffenen Landesverbänden
252 wertvoll. Zudem wollen wir ein Förderwochenende für Frauen, inter, trans und
253 nicht-binäre Personen finanziell und personell unterstützen. Das
254 Förderwochenende wird vom Landesverband Sachsen-Anhalt ausgetragen, soll aber
255 auch für Mitglieder aus anderen Landesverbänden geöffnet werden. Als letztes
256 Projekt wollen wir natürlich die Landtagswahlen in Sachsen, Thüringen und
257 Brandenburg unterstützen. Genaue Bedarfe werden wir in Absprache mit den
258 jeweiligen Landesverbänden ermitteln und darauf achten, dass alle drei
259 Landesverbände gleich profitieren.

260 Darüber hinaus wollen wir, gerade im Hinblick auf viele Kommunal- und die
261 bereits angesprochenen Landtagswahlen in den Ostbundesländern im stetigen
262 Austausch bleiben und unterstützen, wo wir können. Dazu gehören beispielsweise
263 die intensive Betreuung der jeweiligen Landesverbände von Seiten der
264 Bundesebene, aber auch die Anpassung der Europakampagne auf spezielle
265 Gegebenheiten vor Ort.

266 **Bund-Länder-Vernetzung**

267 Der enge Austausch von Bund und Ländern soll weiter fortgeführt und ausgebaut
268 werden. Sowohl der ämterbezogene Austausch, eine enge Betreuung von
269 Landesvorständen sowie insbesondere die regelmäßigen Bundesvorstands-
270 Landesvorstands-Treffen sorgen dafür, dass der gemeinsame strategische Austausch
271 sowie Verantwortungsübernahme für Fragen der Verbandsentwicklung immer enger
272 zusammen gestaltet und gelebt werden. Auch ermöglichen diese Formate eine
273 methodische und inhaltliche Aus- und Weiterbildung, von denen alle Ebenen im
274 Verband profitieren.

275 **30 Jahre Grüne Jugend! Zeit für ein neues Selbstverständnis**

276 Im kommenden Jahr feiert die Grüne Jugend 30-jähriges Jubiläum! Diesen Anlass
277 wollen wir nutzen, um uns als Verband zu zelebrieren. Der Frühjahrskongress und
278 auch das Mitgliedermagazin können Orte sein, als Verband einen Rückblick auf die
279 vergangenen 30 Jahre zu werfen.

280 Um als Verband weiter zusammenzuwachsen und die gemeinsame Verbandsidentität zu
281 stärken, wollen wir ein Pilotprojekt zur Vernetzung von Kreisverbänden aus

282 unterschiedlichen Landesverbänden starten. Dadurch sollen Kreisverbände von der
283 Erfahrung eines jeweils anderen Kreisverbandes lernen, sich dazu austauschen und
284 sich im Rahmen der Europakampagne gegenseitig besuchen.

285 Wir wollen nicht nur auf die vergangenen 30 Jahre, sondern auch nach vorne
286 schauen: Dafür wollen wir einen bundesweiten Prozess starten, unser mittlerweile
287 mehr als 13 Jahre altes Selbstverständnis als Grüne Jugend neu zu formulieren!
288 Ziel ist es, ein Selbstverständnis zu erarbeiten, welches kurz und präzise
289 unsere zentralen politischen Anliegen und die Art, wie wir als linker
290 Jugendverband Politik machen wollen, festhält.

291 **Debattenorte**

292 Mit der Erweiterung des Arbeitsbereichs Debattenorte geht es nach der
293 umfangreichen Analyse in diesem Jahr vor allem um das Entwickeln, Umsetzen und
294 Ausprobieren von bestehenden und neuen Debattenorten im Verband!

295 Als neues, überregionales Debattenformat wollen wir im kommenden Jahr
296 Regionalforen ausprobieren - in diesen Foren sollen Mitglieder aus mehreren
297 Landesverbänden zusammenkommen und sich über aktuelle Themen des Verbands
298 weiterbilden und austauschen. Bei den Regionalforen werden wir uns der Nachlese
299 der Europakampagne widmen, Fragen der Verbandsentwicklung diskutieren und über
300 ein neues Selbstverständnis für die Grüne Jugend beraten. Schwerpunkt liegt auf
301 der offenen und vielfältigen Debatte in der breiten Basis des Verbands, damit
302 mehr Menschen in Prozesse eingebunden werden und an strategischen Entscheidungen
303 der Bundesebene teilhaben können.

304 Der Prozess hat in diesem Jahr erneut gezeigt, dass der Bundeskongress in seiner
305 jetzigen Form nicht zukunftsfähig ist. Viele Mitglieder haben nicht das Gefühl,
306 sich im Rahmen der Mitgliederversammlung angemessen in Debatten einbringen zu
307 können und sich wohl und sicher zu fühlen. Insbesondere die Barrierearmut kann
308 nicht in dem Rahmen gewährleistet werden, wie es unser Anspruch als Grüne Jugend
309 ist. Gleichzeitig ist es aufgrund der Größe der Veranstaltung immer schwieriger,
310 adäquate Räumlichkeiten zu finden und Sicherheitsstandards einzuhalten.

311 Der Arbeitsbereich Debattenorte wird damit beauftragt, sich ausgehend von den
312 Ergebnissen der Verbandsanalyse im kommenden Jahr mit konkreten Konzepten zur
313 Sicherstellung der Zukunftsfähigkeit des Bundeskongresses auseinanderzusetzen
314 und im Rahmen dessen auch die Möglichkeit eines Delegiertensystems zu prüfen.
315 Diese Ergebnisse werden in der Breite des Verbandes diskutiert. Dabei ist für
316 ihn die Sicherung der basisdemokratischen Grundprinzipien der Grünen Jugend und
317 die Teilhabe des gesamten Verbands an den wichtigsten Entscheidungen das oberste
318 Gebot. Insbesondere soll sich der Arbeitsbereich Debattenorte der Sicherstellung
319 der Beteiligung sehr junger Menschen am Bundeskongress, der
320 Geschlechtergerechtigkeit, Inklusion und der Berücksichtigung der

321 strukturschwachen Gebiete widmen. Die Durchführbarkeit verschiedener Konzepte
322 wird gemeinsam mit Bundesvorstand und Bundesgeschäftsstelle bewertet.

323 Im Vorfeld zum Bundeskongress laufen verbandsweite Debatten, beispielsweise im
324 Rahmen von Vorprogrammen, noch nicht optimal. Deswegen soll der Arbeitsbereich
325 Debattenorte Wege erproben, wie schon im Vorlauf zum Bundeskongress spezifische
326 Themen und Verbandsstrategien besser gemeinsam debattiert werden können. Der
327 Fokus soll dabei auf der Kreisverbandsebene liegen und Mitglieder dazu
328 ermächtigen, sich in die Positionsfindung des Verbandes einzubringen.

329 Die Verbandsumfrage hat gezeigt, dass Fachforen von der Breite des Verbandes
330 nicht als ansprechender Debattenort wahrgenommen werden. Der Arbeitsbereich
331 Debattenorte wird hierzu mit den Aktiven in den Fachforen weiterhin im Austausch
332 sein, um zu diskutieren, welche Rolle Fachforen im Verband einnehmen können und
333 in welchem Rahmen fachpolitische Debatten am besten aufgehoben sind.

334 Der Arbeitsbereich Debattenorte hat als weiteres Handlungsfeld die Kommunikation
335 und Transparenz zwischen den Ebenen identifiziert. Deswegen soll er sich 2024
336 der Frage widmen, wie unsere verbandsinterne Kommunikation so gestaltet sein
337 kann, dass alle rechtzeitig über wichtige Entwicklungen informiert sind und
338 Gelegenheit haben, sich in Prozesse stärker einzubringen. Mit Bundesvorstand,
339 Landesvorständen und Kreisvorständen soll er in den Austausch über das
340 Optimierungspotential bisheriger Kommunikationswege gehen und gegebenenfalls
341 neue vorschlagen.

342 Auf allen Ebenen des Verbandes wird debattiert und Demokratie gelebt. Deswegen
343 wird sich der Arbeitsbereich Debattenorte im kommenden Jahr mit den
344 Landesvorständen über ihre Debattenorte auf Landesebene und deren
345 Optimierungspotenzial austauschen.

346 Der Debattenortprozess soll weiterhin in jeder Phase Mitgliedern die
347 Möglichkeit geben, sich einzubringen und Feedback und Ideen in den Prozess
348 einzuspeisen. Dafür informiert der Arbeitsbereich regelmäßig über den aktuellen
349 Stand des Prozesses, beispielsweise bei Veranstaltungen und digital.

350 **Frauenförderung und Geschlechterstrategie**

351 Im Bereich Frauenförderung und Geschlechterstrategie sind wir letztes Jahr große
352 Schritte gegangen. Ob umfängliche Verbandsbefragungen, ein neues Handbuch zur
353 Umsetzung unserer Geschlechterstrategie oder dem ersten Förderwochenende für
354 inter, trans und nicht-binäre Personen: An diese Arbeit wollen wir auch im
355 kommenden Jahr anknüpfen.

356 Nachdem unser erstes Förderwochenende für inter, trans und nicht-binäre Personen
357 ein großer Erfolg war, wollen wir dieses Angebot verstetigen und auch 2024 ein

358 solches Wochenende anbieten.
359 Die Verantwortlichen für Frauenförderung und Geschlechterstrategie auf
360 Landesebene sind weiterhin die zentrale Schnittstelle zwischen Bundesebene und
361 Kreisverbänden, wenn es um die Förderung und Vernetzung von Frauen, inter, trans
362 und nicht-binären Personen geht. Die Verantwortlichen wollen wir von Anfang gut
363 begleiten, und Schulungen für sie anbieten, um sie dazu in die Lage zu
364 versetzen, Verantwortliche auf Kreisebene weiterzubilden.
365 Das Team für Frauenförderung und Geschlechterstrategie soll sich dieses Jahr vor
366 allem auf die Unterstützung der Landesebenen zur Etablierung verschiedener
367 Fördermaßnahmen konzentrieren, beispielsweise durch die Unterstützung bei der
368 Planung von eigenen Förderangeboten oder der Ausbildung von Verantwortlichen auf
369 Kreisebene. Ziel ist es, dass an möglichst vielen Orten qualitativ hochwertige
370 Förderangebote für unterschiedliche Zielgruppen entstehen, um so möglichst
371 vielen Menschen eine Beteiligung an diesen Formaten zu ermöglichen.
372 Zusätzlich dazu planen wir 2024 eine Kampagne zu queeren Rechten im Rahmen der
373 Pride-Saison.

374 **Antirassistische Strategien**

375 Im vergangenen Jahr konnte der Arbeitsbereich Antirassistische Strategien
376 nahtlos an den Entwicklungen der letzten Jahre anknüpfen und sich dabei vor
377 allem auf Umsetzung und Erprobung unserer beschlossenen Antirassistischen
378 Strategie fokussieren. Auch im nächsten Jahr möchten wir weitere Schritte in
379 diese Richtung unternehmen und darauf hinarbeiten, dass wir als Verband überall
380 unsere Strategie umsetzen.

381 Wir werden das Austauschformat zwischen Bundes- und Landesebene ausweiten, indem
382 wir die einzelnen Landesverbände in ihren Planungen und Bestrebungen zu
383 Antirassistischen Strategien eng betreuen und beraten. Hierfür werden wir eine
384 Übersicht aller Planungen für das Jahr 2024 vornehmen und dort beraten, wo es
385 sinnvoll und notwendig ist. Hiermit möchten wir Landesverbände auf ihrem Weg
386 einer eigenständigen Umsetzung der Strategie unterstützen.

387 Ein großer Erfolg bleiben Vernetzungsangebote wie das Förderwochenende, die sich
388 großer Beliebtheit erfreuen. Diese möchten wir im nächsten Jahr weiterführen.
389 Neben den Vernetzungstreffen auf unseren großen Kongressen, möchten wir ein
390 weiteres Förderwochenende für migrantisierte Mitglieder anbieten. Da wir merken,
391 dass die Nachfrage nach solchen Formaten sehr hoch ist, die Kapazitäten auf der
392 Bundesebene allerdings grenzen haben, wollen wir zusätzlich ein neues Format von
393 regionalen Vernetzungstreffen erproben. Hierfür möchten wir im ersten Schritt
394 mit mehreren Landesverbänden Vernetzungstreffen konzipieren und planen, die
395 danach von ihnen organisatorisch umgesetzt werden.

396 Den 2023 vom Arbeitsbereich konzipierten Workshop zu „solidarischem
397 Antirassismus“ möchten wir im nächsten Jahr im Verband ausrollen und etablieren,

398 um Debatten über Analyse und Verbandspraxis überallhin zu bringen. Bearbeiten
399 soll diese Themen weiterhin der Bundesvorstand zusammen mit dem Arbeitsbereich
400 Antirassistische Strategien.

401 **Inklusion**

402 Wir wollen jedem Mitglied eine bestmögliche Teilhabe im Verband ermöglichen. Wir
403 werden weiterhin an der Barrierearmut, insbesondere bei Veranstaltungen,
404 arbeiten. Dabei gehen wir auf vielfältige Bedarfe ein, egal welche Behinderungen
405 oder chronische Erkrankungen Menschen mitbringen. Dazu gehört auch, die
406 Möglichkeiten zur Unterstützung transparent und leicht zugänglich zu machen und
407 Hürden abzubauen, auch bei Formularen und Informationen zu Veranstaltungen. Um
408 diesem Anspruch gerecht zu werden, wollen wir den Austausch mit Betroffenen
409 weiterführen. Weiterhin wollen wir sie beispielsweise bei Vernetzungsangeboten
410 im Rahmen von Kongressen verstärkt einbinden. Wir wollen erproben, unsere
411 Grundlagenworkshops auf dem Frühjahrskongress in verschiedenen Lernniveaus
412 auszugestalten, um eine einfacher zugängliche Variante mit mehr Pausen
413 anzubieten.

414 Im Rahmen des Prozesses zur Neugestaltung unserer Debattenorte haben wir sowohl
415 in der Verbandsumfrage als auch im direkten Austausch die Bedarfe und auch
416 Problemstellungen von Menschen mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen
417 erfragt und wollen dies auch weiterführen, um ihre wichtigen Erfahrungen in
418 Weiterentwicklungsprozesse mit einfließen zu lassen.

419 **Finanzen**

420 Durch die Erhöhung der staatlichen Förderung für Jugendparteien sowie der
421 Anpassung der Mitgliedsbeiträge konnte sich die finanzielle Situation des
422 Bundesverbandes in den letzten Jahren stabilisieren, jedoch gefährdet die
423 Schuldenbremse und die damit verbundenen Kürzungen dieses Fundament. Zusätzlich
424 dazu sind massiv gestiegene Preise, insbesondere bei Veranstaltungsorten,
425 Unterkünften und Verpflegung, für uns als Verband deutlich spürbar.

426 Wir müssen aktuell mit der Ungewissheit umgehen, wie sich die öffentliche
427 Förderung entwickelt, da diese, wie viele weitere Bereiche der Kinder- und
428 Jugendarbeit und der politischen Bildung, ins Zentrum von Sparmaßnahmen gerückt
429 sind.

430 Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, die Finanzmittel, beispielsweise
431 über Spenden, zu erhöhen: Wahlkampfzeiten lassen sich sehr gut für Fundraising
432 nutzen, aber auch darüber hinaus brauchen wir eine stabile, finanzielle Basis.
433 Deshalb wollen wir 2024 dazu nutzen, unser Pat*innenprogramm, von dem sowohl die
434 Bundes- als auch die Landesebene profitieren, zu aktualisieren und aktiv daran

435 arbeiten, gemeinsam unsere Mittel zu erhöhen. Bundes- und Landesvorstände werden
436 sich hiermit im kommenden Jahr vertieft auseinandersetzen. Der Bundesverband
437 steht weiterhin beratend und unterstützend zur Seite, beispielsweise wenn es um
438 Finanzverhandlungen oder Wahlkampfbudgets geht.

439 Die Finanzen des Bundesverbands müssen krisenfest gestaltet werden. Dafür müssen
440 Ausgaben besser kalkulierbar sein: Es müssen Mittel und Wege gefunden werden,
441 wie Controlling besser sichergestellt werden kann und gleichzeitig müssen
442 unberechenbare Kosten auf ein Minimum reduziert werden. Dies betrifft vor allem
443 Großveranstaltungen, insbesondere den Bundeskongress, der jedes Jahr spürbar
444 teurer und schwieriger zu kalkulieren wird.