

J-A-2 Kampagne für die Bundestagswahl 2025

Gremium: KV Nordwestmecklenburg
Beschlussdatum: 26.09.2024
Tagesordnungspunkt: 0.J-A Kampagnenantrag (entfällt)

Antragstext

1 Zur Bundestagswahl 2025 sehen wir uns einem nie da gewesenen Rechtsruck
2 gegenüber. Die durch Corona gebrochenen Lieferketten und der russische
3 Angriffskrieg haben einen Preisschock ausgelöst, der die Inflationsrate in die
4 Höhe schnellen ließ. Das Leben wurde teurer, während die Löhne hinterherhinken.
5 Entlastungspakete wurden nur zu kurz geschnürt. Das Fallen der Wirtschaft in
6 eine Rezession und der Rückgang der Konsumausgaben, verändern die politische
7 Stimmung im Land zu Ungunsten von Arbeitslosen, aber vor allem von
8 Asylbewerber*innen. Die Forderung nach mehr Abschiebung erfährt mittlerweile
9 große Zustimmung in der gesamten Bevölkerung. Die rechtsextremen Kräfte
10 profitieren enorm von der Versteifung auf dieses Thema, während die politische
11 Linke es nicht schafft, ein Asylrecht für alle zu rechtfertigen. Angriffe auf
12 politische Entscheidungsträger*innen nehmen zu, genauso wie das
13 Protestwahlverhalten. Zu betonen ist in der Asyldebatte vor allem, dass sie
14 Ausdruck der Unzufriedenheit ist. Das Einstürzen der Carola-Brücke ist ein gutes
15 Beispiel für die marode deutsche Infrastruktur, die so viele in diesem Land
16 frustriert.

17 Es war schon in den letzten vierzig Jahren nötig mehr Geld auszugeben, aber
18 jetzt ist es Zeit dafür einzustehen. Schluss mit der neoliberalen Ideologie,
19 dass der Staat nur das Geld seiner Steuerzahler*innen hat. Dadurch, dass ein
20 Staat seine eigene Währung schöpft, ist es nicht notwendig einen
21 "ausgeglichenen" Haushalt aufzustellen. Die Beendigung dieses Denkens macht den
22 Weg frei, um soziale Politik unabhängig von der Besteuerung reicher Menschen zu
23 machen. Die Erzählung der nachhaltigen Staatsfinanzen könnte genauso beiseite
24 gewischt werden, wie die Erbsenzähler-Kürzungen der letzten Jahre.
25 Arbeitslosigkeit kann wieder als wichtigste wirtschaftliche Kennzahl in
26 Erscheinung treten. Denn eine Wirtschaft ist vor allem erst dann ausgelastet,
27 wenn Vollbeschäftigung erreicht wird. Natürlich muss bei der staatlichen
28 Geldschöpfung auf die Auslastung der Wirtschaft geachtet werden, denn wenn die
29 Nachfrage nach einem etwas das Angebot übersteigt, werden Preise erhöht, es
30 entsteht also Inflation.

31 Die deutsche Wirtschaft ist momentan nicht ausgelastet, steigende

32 Arbeitslosenzahlen, weniger offene Stellen und der Rückgang der Konsumausgaben
33 zeigen das. Dieser Zustand ist nicht hinnehmbar und der entstehende Frust ist
34 eine Gefahr für die öffentliche Ordnung.

35 Wir als GRÜNE JUGEND haben als Jugendorganisation einer Regierungspartei einen
36 Platz in der Öffentlichkeit, den wir nutzen können, um den Diskurs mit guten
37 Argumenten zu bereichern. Wir verfügen über die Mittel, gute Social Media
38 Inhalte zu produzieren, die aufklären und unterhalten. Wir wollen darauf
39 hinwirken, den Lebensstandard der unteren Einkommensklassen endlich zu
40 verbessern!

41 **Kostenloser ÖPNV**

42 Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) ist nicht nur ein Mittel zur
43 Fortbewegung, sondern ein entscheidender Faktor für soziale Gerechtigkeit und
44 Klimaschutz. In ländlichen Regionen bleibt der Zugang oft eingeschränkt, während
45 in den Städten die hohen Kosten für Fahrkarten viele Menschen davon abhalten,
46 den ÖPNV regelmäßig zu nutzen. Unsere Forderung nach einem kostenlosen und
47 flächendeckend verfügbaren ÖPNV basiert auf der Überzeugung, dass Mobilität ein
48 Menschenrecht ist.

49 Der Verkehrssektor trägt in Deutschland massiv zur Emission von Treibhausgasen
50 bei. Um die Klimaziele zu erreichen, müssen wir den Kraftverkehr reduzieren und
51 Alternativen schaffen. Ein kostenloser ÖPNV würde Menschen dazu motivieren, das
52 Auto stehenzulassen und auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen. So entlasten
53 wir nicht nur die Umwelt, sondern auch den Geldbeutel vieler Menschen.
54 Gleichzeitig schaffen wir eine sozialere Gesellschaft, in der Mobilität nicht
55 mehr vom Einkommen abhängt.

56 **Erhöhung des Einkommenssteuerfreibetrags**

57 Ein gerechtes Steuersystem bildet die Grundlage für eine solidarische
58 Gesellschaft. Doch das aktuelle System bevorzugt hohe Einkommen und vertieft die
59 soziale Ungleichheit. Der Einkommenssteuerfreibetrag, der festlegt, ab wann
60 Einkommen besteuert wird, spielt dabei eine zentrale Rolle. Eine Anhebung dieses
61 Freibetrags reduziert nicht nur die Zahl der Steuerfälle und verringert den
62 bürokratischen Aufwand, sondern führt auch zu einer Entlastung aller
63 Steuerzahler*innen.

64 **Streichung der Mehrwertsteuer auf Grundnahrungsmittel**

65 Ein weiteres zentrales Element unserer Kampagne ist die Streichung der
66 Mehrwertsteuer auf Grundnahrungsmittel. Die aktuellen Lebensmittelpreise
67 belasten vor allem die ärmeren Teile der Gesellschaft. Während Menschen mit

68 hohem Einkommen nur einen geringen Teil ihres Budgets für Lebensmittel ausgeben,
69 müssen Geringverdiener oft einen erheblichen Anteil ihres Einkommens dafür
70 aufwenden. Die Mehrwertsteuer auf Grundnahrungsmittel verstärkt diese
71 Ungleichheit zusätzlich. Wir fordern daher die vollständige Abschaffung der
72 Mehrwertsteuer auf Produkte des täglichen Bedarfs wie Brot, Milch, Gemüse und
73 Obst.

74 Durch diese Maßnahme können wir sicherstellen, dass sich alle Menschen in
75 Deutschland notwendige Lebensmittel leisten können. Niemand soll vor die Wahl
76 gestellt werden, ob er die Miete bezahlt oder sich seine Ernährung leisten kann.
77 Gerade in Zeiten steigender Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheiten ist es
78 wichtig, dass der Staat aktiv eingreift, um die Grundbedürfnisse der Menschen zu
79 schützen. Die Streichung der Mehrwertsteuer auf Grundnahrungsmittel ist ein
80 entscheidender Schritt, um Armut zu bekämpfen.

81 **Senkung der Sozialbeiträge**

82 Die hohen Sozialabgaben stellen für viele Menschen eine erhebliche Belastung
83 dar, insbesondere für diejenigen, die ohnehin nur ein geringes Einkommen haben.
84 Daher fordern wir eine Senkung der Sozialbeiträge, um Geringverdiener zu
85 entlasten und ihnen mehr Netto vom Brutto zu ermöglichen.

86 **Kostenlose Bildung**

87 Bildung ist der Schlüssel zu sozialem Aufstieg und Chancengleichheit. In
88 Deutschland hängt der Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung jedoch immer
89 noch stark vom sozialen Hintergrund ab. Von der frühkindlichen Bildung bis zur
90 Hochschulausbildung sind die Bildungschancen oft ungleich verteilt. Dies führt
91 dazu, dass Kinder aus einkommensschwachen Familien seltener höhere
92 Bildungsabschlüsse erreichen und somit in ihren Möglichkeiten beschränkt werden.
93 Um dieser Ungerechtigkeit entgegenzuwirken, fordern wir eine umfassende Reform
94 des Bildungssystems, in deren Zentrum die kostenlose Bildung für alle steht.

95 Kostenlose Bildung bedeutet nicht nur die Abschaffung von Studien- und Kita-
96 Gebühren. Es bedeutet auch, dass Bildungseinrichtungen so ausgestattet werden
97 müssen, dass sie allen Schüler*innen und Studierenden die bestmögliche
98 Unterstützung bieten. Wir fordern massive Investitionen in Schulen,
99 Universitäten und Weiterbildungseinrichtungen, um sicherzustellen, dass Bildung
100 für alle zugänglich und qualitativ hochwertig ist.

101 Die Digitalisierung des Bildungssystems ist dabei ein zentraler Bestandteil. In
102 einer zunehmend digitalen Welt dürfen Kinder und Jugendliche nicht aufgrund
103 ihrer Herkunft oder finanziellen Situation von moderner Technologie
104 ausgeschlossen sein. Kostenfreie und umfassend ausgestattete Lernumgebungen sind
105

106 ein Muss, um Chancengleichheit zu gewährleisten. Nur so können wir
107 sicherstellen, dass alle Kinder und Jugendlichen die Fähigkeiten erwerben, die
sie für ein selbstbestimmtes Leben in der digitalen Zukunft benötigen.

108 **Weitere Inhalte**

109 Natürlich gibt es viele weitere Themen, die die Leben vieler Menschen betreffen,
110 aber viele von ihnen sind nicht Wahl entscheidend. Wir müssen uns für den
111 Walkampf auf unsere Kernforderungen fokussieren, denn unser Ziel ist es, einen
112 Großteil der Bevölkerung abzuholen. Natürlich sind Veränderungen in der Umwelt-,
113 Tierschutz-, Drogen-, Asyl-, Gleichstellungspolitik nötig, aber diese Themen
114 sind für die vielen nicht betroffenen Menschen nicht relevant und sollten
115 deshalb keine besondere Rolle in dieser Kampagne spielen.

116 Hierbei muss betont werden, dass den wenigen Betroffenen natürlich sehr viel
117 daran liegt, einen anderen gesellschaftlichen Umgang zu erfahren. Sie haben ein
118 Recht darauf, anders behandelt zu werden. Deshalb dürfen die Lösungen, auch wenn
119 sie nicht Teil des Wahlkampfs sind, nicht unter den Tisch fallen!

120 Klimaschutz ist entscheidend für den Fortbestand des Lebens, wie wir es heute
121 kennen. Klimaneutralität ist ein wichtiges Ziel unserer Gesellschaft und dennoch
122 soll das Klima keine große Rolle im Wahlkampf spielen. Das bedeutet natürlich
123 nicht, dass Abstriche beim Klimaschutz gemacht werden sollen - ganz im
124 Gegenteil.

125 Genauso der Angriffskrieg gegen die Ukraine: Es ist richtig, ein
126 völkerrechtswidrig angegriffenes Land zu unterstützen, sodass seine
127 Unabhängigkeit erhalten bleibt. Nichtsdestotrotz wird es kein Thema im Wahlkampf
128 sein.

129 Unser Angebot im Wahlkampf soll aufzeigen, was die Politik aktuell für die
130 Bürger*innen tun kann und nicht andersherum.

131 **Umsetzung:**

132 Mit dieser neuen Kampagne wollen wir zeigen, dass wir als Organisation, vereint
133 durch starke Werte und schlagkräftige Inhalte, Großes bewegen können. Bereits in
134 der Vergangenheit haben wir gezeigt, dass eine klare Positionierung in der
135 Öffentlichkeit uns sichtbar und hörbar macht. Dieses Mal setzen wir verstärkt
136 auf den digitalen Raum. Kurze, prägnante Videos werden unser Mittel sein, um
137 unsere Argumente in die Breite zu tragen – online, auf Social Media und überall
138 dort, wo wir junge Menschen erreichen können. Unsere Inhalte sollen nicht nur
139 informieren, sondern auch zum Mitmachen und Nachdenken anregen.

140 Wir bauen auf unseren bisherigen Erfolgen auf und wollen noch mehr Potenziale
141 ausschöpfen. In den letzten Monaten haben uns viele neue Mitstreiter*innen
142 erreicht, die genau wie wir eine gerechtere und nachhaltigere Zukunft wollen.
143 Diese Aktivist*innen werden wir durch gezielte Social Media-Workshops und
144 Trainings in den Kreisverbänden und Landesverbänden befähigen, sich aktiv in
145 unserer neuen Kampagne. Dabei wollen wir ihnen die Werkzeuge an die Hand geben,
146 um in den sozialen Medien kraftvoll und professionell aufzutreten. Gemeinsam
147 bereiten wir uns auf die nächsten Schritte vor, denn diese Kampagne lebt davon,
148 dass wir auf allen Ebenen präsent und organisiert sind.

149 Mit einer sorgfältigen Vorbereitung und einem strukturierten Vorlauf müssen wir
150 sicherstellen, dass unser Ansatz nicht nur kurzfristig greift, sondern
151 langfristig Wirkung zeigt. In einem Umfeld, in dem der digitale Wahlkampf immer
152 wichtiger wird.

153 Unser Ziel ist es, junge Menschen nicht nur anzusprechen, sondern sie aktiv in
154 den politischen Prozess einzubinden. Wer bei uns mitmacht, ist von Anfang an ein
155 wichtiger Teil unserer Bewegung. Ob bei der Entwicklung von Kampagneninhalten
156 oder in der Umsetzung– bei uns wird politische Arbeit aktiv gestaltet! Lasst uns
157 also gemeinsam diese Chance nutzen, unsere Positionen lautstark und
158 selbstbewusst mit guten Argumenten nach außen zu tragen.

159 **Los geht's**

160 Der Bundesvorstand wird beauftragt ein Wahlkampfteam für die Bundestagswahl 2025
161 einzurichten. Es erarbeitet auf Grundlage dieses Antrags eine bundesweite
162 Kampagne. Der Bundesvorstand entsendet fünf Mitglieder, darunter die beiden
163 Sprecher*innen und die politische Geschäftsführerin, in das Wahlkampfteam. In
164 Absprache mit den Landesvorständen koordiniert das Wahlkampfteam die
165 Durchführung der Kampagne. Im Rahmen der weiteren Ausgestaltung beschäftigt sich
166 das Wahlkampfteam darüber hinaus mit der Personalisierung einzelner
167 Themenschwerpunkte oder Geschichten.

168 Die Kampagne zur Bundestagswahl braucht uns alle! Lasst uns im nächsten Jahr
169 gemeinsam mit einem neuen Vorstand und dieser Kampagne kraftvoll voranschreiten!

Begründung

Wir sind für Änderungsvorschläge und Nachfragen an gustavburmester@icloud.com gerne offen.