

## **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](mailto:gustavburmester@icloud.com) gerne offen.