

Tätigkeitsbericht des Parteivorstandes

an die 1. Tagung des 7. Bundesparteitages der Partei DIE LINKE
Erfurt, 30. Oktober bis 1. November 2020

Gemäß § 9 (5) des Parteiengesetzes der Bundesrepublik Deutschland und § 15 (2) e der Bundessatzung der Partei DIE LINKE legt der Parteivorstand dem Bundesparteitag einen Tätigkeitsbericht vor. Der Berichtszeitraum begann mit der Wahl des Parteivorstandes auf der 1. Tagung des 6. Bundesparteitages vom 8. bis 10. Juni 2018 in Leipzig. Redaktionsschluss für diesen Bericht war der 12. September 2020.

Grundlagen der Arbeit des Parteivorstandes

Der Parteivorstand arbeitete auf Grundlage des Parteiprogramms, der Bundessatzung, der Ordnungen der Partei, des 2019 beschlossenen Europawahlprogramms, des 2017 beschlossenen Bundestagswahlprogramms und der weiteren 2007 beschlossenen Gründungsdokumente der Partei DIE LINKE. Im Berichtszeitraum gaben die Bundesparteitage die grundsätzliche Orientierung für die Vorstandsarbeit:

Die 1. Tagung des 6. Parteitages der Partei DIE LINKE am 8./9./10. Juni 2018 in Leipzig mit folgenden Beschlüssen und Resolutionen:

- DIE LINKE – in Bewegung
- Abrüsten! – Deeskalation ist das Gebot der Stunde
- Für ein Leben in Würde – jenseits von Selektion, Menschenverachtung und Rassismus
- Für ein Recht auf gute Arbeit und gutes Leben
- Gegen Rassismus und rechte Hetze – unsere Alternative heißt soziale Gerechtigkeit!
- Solidarität konkret: »nd« abonnieren! Zeitung und Arbeitsplätze sichern
- Nein zu BAMF-Untersuchungsausschuss
- Solidarität mit #Besetzen – Hausbesetzungen entkriminalisieren
- Völkerrecht einhalten – Atomabkommen mit dem Iran beibehalten
- Leipziger Gießerei »Halberg & Guss«
- Solidarität mit Venezuela

Die 2. Tagung des 6. Parteitages der Partei DIE LINKE vom 22. bis 24. Februar 2019 in Bonn mit folgendem Beschluss (neben dem Wahlprogramm):

- Weg mit § 219 und § 218

Alle von Bundesparteitagen an den Parteivorstand überwiesenen Anträge wurden von diesem behandelt.

Der Parteivorstand regelte seine Tätigkeit mit Sitzungs- und Terminplänen sowie einer Geschäftsordnung. Er hatte satzungsgemäß 44 Mitglieder. Zwei Mitglieder des Parteivorstandes traten im Berichtszeitraum zurück. Der Geschäftsführende Parteivorstand bestand satzungsgemäß aus zwölf Mitgliedern. Es waren dies, außer den vom Parteitag nach § 19 (1) a bis d gewählten Mitgliedern (Katja Kipping, Bernd Riexinger, Jörg Schindler, Harald Wolf, Ali Al-Dailami, Simone Oldenburg, Tobias Pflüger, Martina Renner, Axel Troost, Janine Wissler), noch Christine Buchholz und Kerstin Köditz, die in der Beratung des Parteivorstandes am 9. September 2018 gewählt wurden. Die meisten Parteivorstandsmitglieder wurden als Verantwortliche für einzelne Politikfelder bestimmt.

Die Personalverantwortung im Parteivorstand übten die Parteivorsitzenden und in deren Auftrag der Bundesgeschäftsführer in Abstimmung mit dem Bundesschatzmeister aus. Personalentscheidungen wurden im Geschäftsführenden Parteivorstand getroffen. Die Stellenpläne 2019 und 2020 wurden im Parteivorstand im Rahmen der Finanzpläne beraten und vom Bundesausschuss beschlossen.

Der Parteivorstand tagte 35-mal (zum Teil in Videokonferenzen) und der Geschäftsführende Parteivorstand führte 85 Beratungen (zu einem Teil auch als Telefon- oder Videokonferenzen) durch, um Entscheidungen zu operativen Vorgängen, Finanz- und Personalfragen zu treffen sowie die Sitzungen des Parteivorstandes vor- und nachzubereiten. Über die Sitzungen des Parteivorstandes und dessen Beschlüsse wurde in Sofortinformationen des Bundesgeschäftsführers im Internet und im Newsletter der Partei informiert. Alle Beschlüsse (sofern sie nicht Personalfragen betrafen) wurden im Internet veröffentlicht.

Regelmäßig berieten der Parteivorstand oder der Geschäftsführende Parteivorstand mit den Landesvorsitzenden und den Mitgliedern des Bundesausschusspräsidiums. Regelmäßige Abstimmungen fanden auch mit den LINKEN in Landesregierungen statt. Einmal im Jahr fand jeweils zum Jahresauftakt eine größere Beratung des Parteivorstandes mit den Landes- und Fraktionsvorsitzenden und dem Präsidium des Bundesausschusses statt. Auf Einladung des Bundesgeschäftsführers tagten ca. zweimonatlich die Landesgeschäftsführerinnen und Landesgeschäftsführer.

Kommissionen

Der Parteivorstand berief Kommissionen und den Ältestenrat, von denen die Historische Kommission und der Ältestenrat dem Parteitag eigene Berichte vorlegen. Die Arbeiten der Kommission Politische Bildung und der Internationalen Kommission werden in diesem Bericht behandelt, darüber hinaus wurden zwei Kommissionen neu berufen.

Kommission Religionsgemeinschaften, Weltanschauungsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft

Die Kommission des Parteivorstandes traf sich jährlich zwei- bis dreimal. In der Wahlperiode beschloss sie konsensual 2018 »Vielfalt entwickeln und verteidigen. DIE LINKE, das Menschenrecht auf Religionsfreiheit und die Trennung von Staat und Religion«, 2019 Thesen zur »Islamfeindlichkeit« und ein Positionspapier zur »Ablösung der Staatskirchenleistungen (Dotationen)«.

Letzteres war auch eine der Grundlagen für den Gesetzentwurf u. a. von der LINKEN dazu im Bundestag. Die Positionspapiere der Kommission sind online abrufbar.

Ethikkommission

Die Ethikkommission wurde im Sommer 2020 auf Initiative aus einem Parteitag gegründet. Sie hat ihre Arbeit im August aufgenommen und plant monatlich stattfindende Beratungen zu aktuellen, aber auch grundsätzlichen ethischen Fragen, die in die politischen Diskussionen eingebracht werden sollen. Der Parteivorstand wird regelmäßig über die Arbeit der Kommission informiert.

Die Bundesgeschäftsstelle

Die Schwerpunkte der Parteizentrale im Berliner Karl-Liebknecht-Haus waren die Führung des Europawahlkampfes, die Durchführung, Vor- und Nachbereitung der Bundesparteitage sowie der Beratungen des Parteivorstandes und des Bundesausschusses, die Durchführung von Tagungen, Bildungsveranstaltungen, Konferenzen und Workshops und Vorbereitung und Unterstützung von Kampagnen und Aktionen der Partei. Im Berichtszeitraum lag die Mitarbeiter/innenzahl bei ca. 80.

Die Bundesgeschäftsstelle versteht sich vor allem als Serviceeinrichtung für die Organe, Gliederungen und Zusammenschlüsse der Partei, für die Parteimitglieder und für die Bürgerinnen und Bürger. Dazu gehören die Unterstützung der Parteimitglieder in der ehrenamtlichen Arbeit, die Beantwortung von

einigen Tausend Bürger*innen-Briefen und -Posts, die Betreuung von Besucher*innen, als auch die inhaltliche Unterstützung, z. B. durch kurze Analysen der aktuellen politischen Lage und Gegnerbeobachtungen von den Parteitagern anderer Parteien, Zuarbeiten und Vorschläge für die Fachtagungen oder Strategieberatungen. Die Arbeit der Kommissionen und des Ältestenrates fanden ebenso die Unterstützung des Karl-Liebknecht-Hauses wie die bundesweiten Zusammenschlüsse, u. a. durch die Bereitstellung von elementaren Arbeitsbedingungen, vom Arbeitsraum über Videokonferenzlösungen bis zur Cloud. Durch die Bundesgeschäftsstelle wurden regelmäßige Beratungen der Landesvorsitzenden, Landesgeschäftsführer*innen und Landesschatzmeister*innen (Bundefinanzrat) organisiert und unterstützt. Neben den hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern arbeiten im Karl-Liebknecht-Haus Praktikantinnen und Praktikanten (im Berichtszeitraum waren es über 25 Schülerinnen, Schüler und Studierende), deren Aufgaben, Arbeitsbedingungen und Entlohnung in einer Praktikumsordnung geregelt sind.

Wahlen

In den Berichtszeitraum fiel der Europawahlkampf, zu dem ein Abschlussbericht vorgelegt wurde, der diesem Bericht anhängt. Ferner unterstützte der Parteivorstand die Landtagswahlkämpfe in Bayern, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Sachsen, und Thüringen und wertete die Ergebnisse gemeinsam mit den Landesvorständen aus. Ferner wurden alle Kommunalwahlen wenigstens logistisch unterstützt.

Kampagnen

Menschen vor Profite: Pflegenotstand stoppen! Die Pflegekampagne des Parteivorstandes.

Im Berichtszeitraum lag die Kampagne »Menschen vor Profite: Pflegenotstand stoppen!«. Die Kampagne hatte am 12. Mai 2018 begonnen und baute auf den Erfahrungen der Kampagne »Das muss drin sein.« auf, welche das Thema Pflege ebenfalls als einen Schwerpunkt hatte. Ziel der Kampagne ist es, den Druck auf die Bundesregierung zur Durchsetzung der Kampagnenforderungen zu erhöhen, Beschäftigte in der Pflege direkt und organisierend anzusprechen und neue Kontakte für die Parteiarbeit zu generieren.

Kreative Kampagnenelemente wie die vier Meter hohe sechs-armige Pflegekraft oder die Wall of Shame wurden von Kreis- und Landesverbänden insbesondere auch in den Wahlkämpfen in den vergangenen zwei Jahre häufig und gerne genutzt. Erfolgreiche Aktionsschwerpunkte der Kampagne waren jährliche Aktivitäten rund um den 8. März, den Internationalen Frauentag, sowie Aktionen zum Tag der Gesundheit (7. April) und Tag der Pflege (12. Mai). Außerdem beteiligte sich die Kampagne an den Protesten gegen die Gesundheitsministerkonferenz. Bundesweit fanden mehrere Hundert Aktionen statt, dabei wurden den Kreisverbänden über zwei Millionen Print-Materialien kostenlos zur Verfügung gestellt. Allein am 8. März 2020 fanden Aktionen in 218 Städten statt. In der Regel beteiligten sich bis zu 150 Kreisverbände an den Pflegeaktionen und verwendeten die Kampagnenmaterialien.

Die Kampagne wurde im Zuge der Corona-Krise zu einem zentralen Schwerpunkt der Kampagnen- und Öffentlichkeitsarbeit der Partei. Die Forderungen wurden präzisiert: 100 000 Pflegekräften mehr in den Krankenhäusern, 100 000 Pflegekräfte mehr in der Altenpflege, ein gesetzlicher Personalbemessungsschlüssel, 500 EUR mehr Grundgehalt in der Pflege und eine flächendeckende Gesundheitsversorgung, insbesondere auch auf dem Land, Abschaffung der Fallkostenpauschale und des Gewinn- und Ausgliederungsverbots für Kommunale Krankenhäuser.

Bezahlbare Miete statt fetter Rendite. Die mietenpolitische Kampagne des Parteivorstandes

Die Mietenkampagne startete im September 2018. Der Claim der Mietenkampagne lautet »Bezahlbare Miete statt fetter Rendite« und hat zum Start folgende vier Forderungen:

- 1) Jedes Jahr sollen 250 000 Sozialwohnungen gebaut werden,
- 2) runter mit den Mieten,
- 3) keine Spekulation mit Wohnraum und Überführung von Immobilienkonzernen in die öffentliche Hand,
- 4) für öffentlichen, genossenschaftlichen und gemeinnützigen Wohnungsbau.

Alle Aktivitäten rund um die Mietenkampagne wurden in den sozialen Medien, über die Kampagnenwebseite, durch Printmaterialien und über einen Online-Aufruf nach außen und parteiintern kommuniziert. 1.147 Interessierte und Aktive konnten bis August 2020 für die Linksaktiv-Datenbank gewonnen werden. Sie wurden und werden regelmäßig über Aktionen und Inhalte zum Thema Miete informiert.

Erste Kampagnenschwerpunkte im Herbst 2018 waren der Wohngipfel der Bundesregierung und studentisches Wohnen unter Einbeziehung des Studierendenverbands DIE LINKE.SDS.

Zeitgleich wurde DIE LINKE Mitinitiatorin und Unterstützerin des neu gegründeten Verbändebündnisses »Wohnen ist Menschenrecht«. Im November 2018 fand eine erste Aktionskonferenz von Kampagnenaktiven in Göttingen mit 70 Teilnehmenden statt.

Die Mietenkampagne wurde in den Europawahlkampf einbezogen. DIE LINKE unterstützte die europäische Bürgerinitiative »Housing for All« und Demoauftritte von Gliederungen der Linkspartei beim europaweiten Aktionstag »Housing Action Day« im Frühjahr 2019.

Anfang 2019 wurde mit dem Start des Berliner Volksbegehrens »Deutsche Wohnen & Co. enteignen« bundesweit eine Debatte um Vergesellschaftung von börsennotierten Wohnungsunternehmen ausgelöst. DIE LINKE positionierte sich für Enteignungen und unterstützte mit Unterschriftensammlungen das Volksbegehren praktisch. Mitte 2019 wurde in Berlin eines der progressivsten Gesetze zum Schutz von Mieterinnen und Mietern beschlossen und bestimmte bundesweit die Debatten zum Thema Miete. Im August 2019 wurden die Forderungen der Mietenkampagne auf drei Punkte zugespitzt:

- 1) Mietenstopp und Mietendeckel überall,
- 2) Vonovia & Co. enteignen und
- 3) 250.000 Sozialwohnungen mehr pro Jahr.

Dazu wurde für eine bundesweite Aktionsphase im Herbst 2019 neues Material produziert. Weitere Aktivitäten der Mietenkampagne für das Jahr 2020 wurden im Februar 2020 beschlossen und dann nach dem Corona Lockdown mit den Aktionen gegen die Klage der CDU gegen den Mietendeckel und der Unterstützung des europäischen Mietenaktionstages der Mieter*inneninitiativen fortgesetzt.

Während des Corona-Lockdowns fanden sowohl für die Mieten- als auch die Pflegekampagne viele inhaltliche Webinare und Videokonferenzen statt. Formate, die auch im Regelbetrieb weiter entwickelt werden.

Arbeitsschwerpunkte

Zu allen Arbeitsschwerpunkten des Parteivorstandes gab es im Berichtszeitraum in der Regel eigenes Material der Bundespartei, Info- und Aktionspakete für die Arbeit in den Kreisverbänden und der Kommunalpolitik, sowie eine enge Zusammenarbeit mit den jeweiligen außerparlamentarischen Bewegungen, Bündnissen und Gewerkschaften.

Arbeitsschwerpunkt: Arbeit, die zum Leben passt.

Unter dieser Überschrift wurde im Berichtszeitraum – besonders mit dem Fokus auf prekär Beschäftigte – der Themenbereich Arbeit bearbeitet. Es wurden eine Homepage www.arbeitdiezumlebenpasst.de, eine Broschüre, Flyer und Türhänger erstellt, die von Kreisverbänden in lokalen Arbeitskämpfen genutzt wurden. Für den 1. Mai wurden jeweils Plakate und Verteilmaterial bereitgestellt.

Arbeitsschwerpunkt: Arbeit gegen Rechts, Antirassismus

Die Partei beteiligte sich an den Mobilisierungen gegen die Bundes- und Landesparteitage der AfD und nutzte ein Info- und Aktionspaket zum internationalen Tag gegen Rassismus. 2018 und 2019 gab es jeweils zwei mehrtägige Multiplikatorentrainings für einen Workshop »LINKE Argumente gegen rechte Parolen«. Es gab eine enge Zusammenarbeit mit dem Bündnis »Aufstehen gegen Rassismus«.

Ein Schwerpunkt in der außerparlamentarischen Mobilisierung und Zusammenarbeit lag beim Bündnis #unteilbar Sowohl zur ersten Großdemonstration im Herbst 2018 in Berlin als auch zur Demonstration kurz vor der Landtagswahl 2019 in Dresden, wurde bundesweit mobilisiert und es gab eigene LINKE-Blöcke und Lautsprecherwagen.

Wegen der Wahl eines FDP-Ministerpräsidenten mit den Stimmen der AfD in Thüringen fand in enger Abstimmung mit der Thüringer Linksfraktion und dem Landesverband am 15. Februar 2020 eine Großdemonstration in Erfurt statt. Dabei wurden Landes- und Kreisverbände bei der Koordinierung und Mobilisierung unterstützt. Es fuhrten mindestens 13 Busse mit dem Ticket der LINKEN. Die Demonstration war mit 18 000 Teilnehmer*innen sehr erfolgreich, es gab einen eigenen Auftritt der LINKEN.

Für den Arbeitsschwerpunkt wurden den Kreisverbänden verschiedene Flyer, Plakate und eine Broschüre zur Verfügung gestellt. Selbstverständlich äußerte sich die Partei zum Tag der Befreiung.

Der Parteivorstand hatte eine zur AfD gebildet, die sich aus Mitgliedern des Parteivorstandes, Genossinnen und Genossen aus Landtagen und Landesverbänden, der Bundestagsfraktion und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zusammensetzt. Sie traf sich jährlich zwei Mal, arbeitete konzeptionell und vernetzte die Aktivitäten der Landesverbände und Landtagsfraktionen gegen die AfD. Die Arbeitsgruppe initiierte mehrere Beschlüsse, u.a.: »Zum Umgang der Partei DIE LINKE mit der Rechtspartei AfD« 2016 und bestätigt nach der Bundestagswahl 2018. Für die Arbeit in den Kreisverbänden wurde 2017 eine Pocket-Broschüre »Stoppt die AfD. Linke Antworten auf die Gefahr von rechts« er- und 2018 überarbeitet.

Arbeitsschwerpunkt: Klima und Ökologie

Im Berichtszeitraum unterstützte der Parteivorstand intensiv die Proteste der globalen Klimabewegung. So beteiligte sich DIE LINKE z. B. an Protesten anlässlich der Weltklimakonferenz in Katowice (COP24) und unterstützte die vom 19. bis 24. Juni 2019 stattfindenden Klimaproteste von Jugendgruppen, NGOs, Umweltverbänden und dem Aktionsbündnis »Ende Gelände« im Rheinland. Die Partei war in Zusammenarbeit mit dem Jugend- und Studierendenverband Teil der globalen Klimastreiks von Fridays for Future und unterstützte die Proteste gegen die Internationale Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt am Main, sowie die jährlichen Großdemonstrationen des Bündnisses »Wir haben es satt« für eine soziale und ökologische Landwirtschaft. Darüber hinaus wurden den Kreisverbänden verschiedene Print- und Onlinematerialien für eigene Aktivitäten zur Verfügung gestellt.

Arbeitsschwerpunkt: Mobilität und ÖPNV

Mit dem Aktionsschwerpunkt zu Mobilität und ÖPNV verfolgt DIE LINKE in der Klimadebatte das Ziel einer echten sozial-ökologischen Verkehrswende. Unterstützt wurde die Verdi-Tarifrunde im kommunalen Nahverkehr, der Ausbau des ÖPNV und des Bahnverkehrs, die Re-Kommunalisierung des ÖPNV und die systematische Verbesserung des Nahverkehrs hin zu einem kostenfreien Angebot sowie die notwendige Konversion der Automobilindustrie bei Schutz der Arbeitsplätze. In Planung ist die Unterstützung der Kreisverbände beim Aufbau von regionalen Bündnissen, in denen Beschäftigte und Klimaaktivist*innen wie Fridays for Future für eine neue Verkehrspolitik zusammenarbeiten. Es wurde ein Flugblatt zur linken Verkehrswende produziert und an 160 interessierte Kreisverbände verschickt. Für kreative Straßenaktionen vor Ort wurde ein aufblasbarer großer LINKE-Bus produziert. Eine Webseite ist in Planung und soll Informationen, Mitmachmöglichkeiten und Materialien bündeln. Durch die Corona-Pandemie waren Straßenaktionen genauso wie Bündnistreffen bis Juni 2020 unterbrochen. DIE LINKE begleitete und unterstützte die Tarifrunde TV N (ÖPNV) im August/ September 2020 und den gemeinsamen Aktionstag von ver.di und FFF am 18. September 2020 mit eigenem Material.

Im November 2019 fand in Nürnberg die jährliche vom Parteivorstand unterstützte Kommunalpolitische Konferenz mit dem Schwerpunkt Mobilität statt.

Arbeitsschwerpunkt: Friedenspolitik und »Stoppt Defender 2020«

Der Arbeitsschwerpunkt wurde und wird regelmäßig mit Beschlüssen, Publikationen und Materialien für die Kreisverbände begleitet. Sowohl zu den Ostermärschen als auch dem Weltfriedenstag am 1. September gab es Info- und Aktionspakete für die Landes- und Kreisverbände mit eigenen Aufrufen des Parteivorstandes und eine enge Zusammenarbeit mit der Friedensbewegung.

Der für 2020 beschlossene Aktionsschwerpunkt gegen das US-Manöver Defender wurde wegen der Corona-Pandemie am dem 10. März 2020 abgebrochen, als das US-Manöver 2020 abgesagt wurde. Bis dahin wurden viele Protestaktionen von Genoss*innen vor Ort organisiert und durch die Bundesgeschäftsstelle mit Material unterstützt: Es wurden Banner und Flugblätter gefertigt und in rund 155 Kreisverbände versendet. Es wurde ein »Auf den Punkt«-Informationsblatt erstellt sowie ein Plakatmotiv und eine Website zur Information und Sammlung der Proteste aufgesetzt (<https://kein-krieg.die-linke.de>). In Vorbereitung befand sich eine Spendenaktion, um entlang der Transportrouten Großflächen mit Anti-Defender-Motiven bestücken zu können.

Für den Weltfriedenstag/Antikriegstag am 1. September wurden jeweils Aktionskonzepte und Materialien für die Kreisverbände entwickelt und an mehr als 135 Kreisverbände verschickt, ein Aktionsvideo wurde produziert. Neben der allgemeinen Forderung nach einer friedlichen Welt und dem Verbot von Waffenexporten wurde 2020 der Schwerpunkt auf die Bewaffnung der Bundeswehr mit Kampfdrohnen gelegt.

Arbeitsschwerpunkt: Gegen Hartz IV

Nachdem das Bundesverfassungsgericht im Herbst 2019 beschlossen hatte, dass die Jobcenter Hartz-IV-Bezüge bei sogenannten Regelverstößen künftig nicht mehr pauschal sondern höchstens um 30 Prozent des Regelsatzes kürzen dürfen, startete der Parteivorstand eine Petition für die Durchsetzung der kompletten Sanktionsfreiheit von Hartz-IV-Bezügen, welche großen Zuspruch fand. Der Parteivorstand unterstützte die Weiterbildung für LINKE-Sozialberatungen. Für 2019 wurden vier Seminare »Rechtsdurchsetzung bei Sozialleistungsträgern« der BAG Hartz IV in Hamburg, Kassel, Berlin und Nürnberg geplant. Leider konnten aufgrund geringer Teilnehmendenzahlen nur die Seminare in Berlin und Kassel realisiert werden.

Arbeitsschwerpunkt: Digitalisierung

Die Partei hat in den vergangenen zwei Jahren zunehmend beim Thema Digitalisierung von links in der Öffentlichkeit Akzente gesetzt. Dazu gehören die gemeinsamen Papiere von Katja Kipping, Anke Domscheit-Berg und Katalin Gennburg »Digitale Demokratie statt Herrschaft der Monopole« sowie von Katja Kipping, Katalin Gennburg und Martin Schirdewan »Digitale Teilhabe für alle, statt digitaler Spaltung« sowie als Höhepunkt die Konferenz »(K)eine automatische Revolution« (siehe dazu mehr unter »Veranstaltungen und Aktionen«). Zuletzt hat der Parteivorstand das Thema »Soziale Gerechtigkeit und Digitalisierung« zu einem inhaltlichen Schwerpunktthema der Debatte gemacht.

Bündnisarbeit und Vernetzung

Die Bundespartei arbeitet nach Beschlüssen des Parteivorstandes in folgenden Bündnissen mit und unterstützt diese inhaltlich und teilweise auch finanziell: Aufstehen gegen Rassismus, Bündnis Umfairteilen, Bündnis für sexuelle Selbstbestimmung, Bündnis gerechter Welthandel (TTIP, Ceta), Wohnen ist Menschenrecht, Housing for All, Deutsche Wohnen und Co enteignen, #unteilbar und #welcome United.

Bestehende Vernetzungen wie der »Bewegungsratschlag« wurden fortgesetzt. Im Bewegungsratschlag kamen zwei- bis dreimal pro Jahr Aktive aus unterschiedlichen Bewegungen mit den Parteivorsitzenden und anderen Mitgliedern des Parteivorstandes zusammen. Die Gespräche dienten dem Austausch

über strategische Einschätzungen und Pläne. Neben regelmäßig teilnehmenden Gruppen bzw. ihren Vertreter*innen wechselte die Zusammensetzung z. T. mit dem thematischen Schwerpunkt. Gegenstand von Gesprächen waren z. B. die Klimaproteste, #unteilbar, Erwartungen für die strategische Situation »nach Merkel« und nach der Großen Koalition, die Mietenbewegung und vieles mehr. Stärker arbeitspolitische und gewerkschaftliche strategische Überlegungen wurden in einem »Berater*innenkreis Gewerkschaften« und einem »Berater*innenkreis Klassenpolitik« thematisiert, unter anderem betrifft das die Weiterentwicklung des Konzepts zum »Neuen Normalarbeitsverhältnis«, aus dem u.a. die Kurzbroschüre »Arbeit, die zum Leben passt« entstand.

Zur Weiterentwicklung der wirtschaftspolitischen Positionen der LINKEN (sozialer und ökologischer Systemwechsel, Wirtschaftsdemokratie, Einschätzung der Corona-Hilfen) fanden verschiedene Fachgespräche mit externen Expert*innen, Parteivorstandsmitgliedern, Abgeordneten und befreundeten Gruppen und Organisationen statt (online und offline). Zur Entwicklung der Vorschläge für den »Zukunftspfad Ost« tagte eine Arbeitsgruppe mit Vertreter*innen aus Parteivorstand und Landesvorständen und Abgeordneten der Bundes- und Landesebene der LINKEN. Strategieberatungen mit Gewerkschafter*innen, Betriebsrät*innen und Aktiven aus der Pflege, sowie Fachleuten und Vertreter*innen von befreundeten Bündnissen und Organisationen (Verein Demokratischer Ärztinnen und Ärzte, Krankenhaus statt Fabrik, ver.di u.a. Pflegebündnisse) fanden mehrfach, besonders in Phasen der Justierung der Pflegekampagne und zur Abstimmung der gesundheitspolitischen (auch landespolitischen) Positionierungen statt.

Feministische Politik

Die bereits 2014 vom Parteivorstand eingesetzte (und 2016 und 2018 aktualisierte) Arbeitsgruppe »Feministische Offensive« widmete sich der Vernetzung feministischer Arbeit der Partei mit Partnerinnen und Bündnissen, der RLS und den Fraktionen, beriet inhaltliche und strategische Fragen und bereitete Aktionen und Veranstaltungen vor. Zur Unterstützung der feministischen Arbeit der Partei gehören der monatlich erscheinende Gendernewsletter und die Facebook-Seite LINKE Frauen- und Genderpolitik. Im Wahlkampf brachte sich die Feministische Offensive in die Arbeit am Wahlprogramm ein, zur Strategiekonferenz wurde eine feministische Intervention organisiert. In der Corona-Krise wurde mit einem Positionspapier »Frauen & Corona« aus der Bundestagsfraktion die besondere Belastung von Frauen und der teilweise Rückfall in alte Rollenklischees in der Gesellschaft thematisiert und eine Online-Veranstaltungsreihe »Feministische Politik in Zeiten von und nach Corona« aufgelegt. Feministische Ansprüche wurden in die Pflegekampagne, die sich naturgemäß vor allem an weibliches Pflegepersonal richtet, integriert.

Die Feministische Offensive beteiligte sich an jährlich wiederkehrenden Veranstaltungen: Demonstrationen zum Frauenkampftag, Beteiligung am Frauen*Streik, Equal Pay Day, Girlsday bei der LINKEN, Frauenplenum beim Parteitag, Gegenaktionen gegen den »Marsch für das Leben«.

Für den Internationalen Frauentag wurden Öffentlichkeitsmaterialien zur Verfügung gestellt, die an der Basis der Partei sehr aktiv genutzt wurden. Höhepunkte waren die jährlichen Verleihungen des Clara-Zetkin-Preises, 2019 an das Projekt »Heimatlos in Köln« e.V., das obdachlosen Frauen den Mut gibt, ihr Leben wieder selbst in die Hand zu nehmen, und an die SeaWatch-Kapitänin Pia Klemp, 2020 an die Fraueninitiative in Torgau (FIT), die die einzige Notwohnung für Opfer von häuslicher Gewalt in Nordsachsen betreibt. Dabei kam es zwischen den vielen anwesenden nominierten und den in den vorigen Jahren ausgezeichneten Projekte wieder zu dem erwünschten Austausch der verschiedenen Frauenprojekte.

In den Jahren 2019 und 2020 wurde ein einjähriges Mentoringprogramm für junge Frauen der LINKEN aus den Landesverbänden durchgeführt. Durch die Begleitung von Mentor*innen konnten die Frauen Einblick in parlamentarische Arbeit, Vorstandsarbeit, Netzwerke und Bündnisse sowie in den politischen Alltag gewinnen. An drei Bildungswochenenden wurden linke und feministische Inhalte und feministisches Empowerment vermittelt sowie Kompetenzen für die politische Arbeit vor Ort gestärkt.

Erstmalig fand im Juli 2019 nahe Kassel das viertägige Feministische Bildungscamp mit 17 Teilnehmerinnen statt. Die Veranstaltung war Teil einer gezielten Qualifizierung von Multiplikator*innen, um die Bildungsarbeit der LINKEN auf breitere Füße zu stellen. Ganz in diesem Sinne erwachsen aus dem Bildungscamp diverse Folgeveranstaltungen: Auf dem Feminist Futures Festival in Essen führten Teilnehmerinnen des Camps zwei Workshops durch, einen zur 4-in-1-Perspektive als Kompass für gesellschaftliche Befreiung, einen zu feministischen Utopien. Darüber hinaus bereiteten einige von ihnen die Feministische Bildungswerkstatt in Elgersburg mit vor, in der Bildungskonzepte gemeinsam erarbeitet wurden. Dies mündete in einige von den Teilnehmerinnen selbst in die Hand genommene kleinere Bildungsveranstaltungen zu feministischen Themen, u.a. ein Online-Seminar für migrantische Frauen in der LINKEN, eine Veranstaltung zu Geschlechterverhältnissen und Gewerkschaften sowie (in Vorbereitung) ein Quiz mit spielerischen Fragen zum Feminismus, gedacht als Material für Infostände, Neumitgliedertreffen oder Workshops. Im Sommer 2020 fand ein zweites feministisches Bildungscamp statt.

Im Rahmen der Linken Woche der Zukunft fand im September 2018 ein feministisches Labor (Fem-Lab) statt, im Jahr 2019 wurde im Rahmen des Feministischen Zukunftsfestivals in Essen ein weiteres FemLab durchgeführt. Für die Jahre 2018 und 2019 wurden die Gleichstellungsberichte erstellt und im Parteivorstand und bei den Landesgeschäftsführer*innen zur Diskussion gestellt.

Partei für den ländlichen Raum

Gleich in seiner konstituierenden Sitzung und dann wiederkehrend befasste sich der Parteivorstand mit der Situation im ländlichen Raum. Er beschloss im Juli 2018 unter dem Titel »Wie gewinnen wir die Dörfer zurück? – Den ländlichen Raum stärken und Kommunalwahlkämpfe unterstützen« alle an linker Kommunalpolitik Interessierten durch Anregungen und Konzepte inhaltlich, durch die Vermittlung von Wahlkampfunterstützer*innen und technischer Ausrüstung organisatorisch und durch Expert*innen und Redner*innen mit Knowhow zu unterstützen.

Politische Bildung

Die bundesweite innerparteiliche Bildungsarbeit wurde vom Bereich Politische Bildung der Bundesgeschäftsstelle in engem Austausch mit der Kommission Politische Bildung entwickelt und organisiert.

Ein Schwerpunkt lag bei der Unterstützung der Landesverbände, ihre Bildungsarbeit zu verstetigen und auszubauen. Mehrere Teamendenqualifikationen (siehe Feministisches Bildungscamp beim Punkt Feministische Politik), hatten das Ziel, Bildungsverantwortliche und ehrenamtliche Teamer*innen dabei zu stärken, eigene Bildungsangebote zu organisieren. Vier Sitzungen der Kommission Politische Bildung im Berichtszeitraum, Treffen mit Vertreter*innen der Landesverbände und der Rosa-Luxemburg-Stiftung und ein Bildungstag 2019 in Schwerin dienten insbesondere der Stärkung der Bildungsstrukturen in den Landesverbänden.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der organisierenden Bildungsarbeit. Zwei Organizing-Seminare, ein Bildungstag und neues Bildungsmaterial zum Thema ‚Wohnen im Kapitalismus‘, zwei Fortbildungen für die Mietenkampagne und Seminare für Haustürgespräche in sozialen Brennpunkten verfolgten das Ziel, Kreisverbände interventionsfähig in lokale Konflikte zu machen und den sozialen Radius ihrer Aktivitäten zu erweitern.

Die Wahlkampfbildungsarbeit während des Europawahlkampfes und der Kommunal- und Landtagswahlen 2019 mit den Formaten Kandidat*innen-Seminar, Wahlkampfleiter*innen-Seminar und ‚Aktiver Wahlkampf vor Ort‘ hat über 300 Parteimitglieder in 14 Landesverbänden erreicht.

Die Frühlingsakademie 2019 fand zum zehnten Mal statt und wurde von über hundert Parteimitgliedern aus fast allen Landesverbänden besucht. 2020 wurde die Frühlingsakademie zum Thema ‚sozial-ökologische Transformation‘ coronabedingt ins Netz verlegt und hat dort 960 Teilnehmer*innen erreicht.

Die Corona-Pandemie war Anlass, das Themenfeld digitale Bildung weiterzuentwickeln und eine Reihe von Online-Seminaren anzubieten. In mehreren Online-Weiterbildungen zur Nutzung von Videokonferenz-Software und Durchführung digitaler Bildungsveranstaltungen wurden Parteimitglieder digital weiterqualifiziert.

Weitere Themen waren Bildungsarbeit für Neumitglieder, marxistische Grundlagenbildung, feministische Bildungsarbeit und Bildungsarbeit gegen rechts.

Satzungskommission

2019 wurde vom Parteivorstand erneut eine bundesweite Satzungskommission eingesetzt. Vertreten waren die Landesverbände, die bundesweiten Zusammenschlüsse, Mitglieder des Parteivorstandes und Mitarbeiter*innen der Bundesgeschäftsstelle. Für den Bundesparteitag 2020 wurde eine Reihe von Vorschlägen erarbeitet, welche vom Parteivorstand als satzungsändernde Anträge an den Parteitag eingebracht wurden.

Modellprojekte zur Organisierung in sozialen Brennpunkten

Im Jahr 2017 begann die Umsetzungsphase der vom Parteivorstand beschlossenen »Modellprojekte für LINKE Organisierung in sozialen Brennpunkten«. Vier Modellprojekte wurden ausgewählt, von denen zwei gut anliefen (Hamburg-Steilshoop, Berlin-Gropiusstadt) und zwei die Zusammenarbeit schon 2018 beendeten (Döbeln, Flensburg). Als Ersatz wurden im Januar 2019 Projekte in Weiden und Zeitz ausgewählt. Die Modellprojekte werden von der Bundesgeschäftsstelle mit Seminaren, Beratungen und mit Vor-Ort-Besuchen unterstützt. Alle vier Projekte machten bis zur Corona-Pandemie gute Fortschritte. Die Projektphase endete im April 2020. Sie wurde durch einen Abschlussbericht bilanziert, der Vorschläge für die Weiterentwicklung der Arbeit enthält. Es entstand ein Film über die Modellprojekte und LINKEs Organizing, der nun in weiteren Arbeitsschwerpunkten und der Politischen Bildung verwendet wird.

Veranstaltungen und Aktionen

Fest der Linken

Das »Fest der Linken« fand sowohl 2018, 2019 als auch 2020 statt. Die Besucher*innenzahlen entwickeln sich seit einigen Jahren kontinuierlich nach oben und die Veranstaltung gehört zu den größeren Events der Bundespartei. Verantwortlich ist dafür u.a. die Breite und Popularität der auftretenden Kulturacts. Es ist spürbar, dass das Publikum sich verjüngt und das Spektrum der Besucher*innen sich vergrößert. Neben dem Kulturprogramm fanden viele verschiedene Talkformate statt. Diese Programmpunkte spiegelten aktuelle Debatten und Schwerpunktthemen der Partei wider. Aufgrund der Covid19-Pandemie gab es 2020 ein digitales Fest der Linken. Es wurden Streams, selbst produzierte Videos und Talks angeboten. Einzelne Formate erreichten erfreulich hohe Klickzahlen.

Jahresauftakte

Im Jahr 2019 und 2020 wurden der Jahresauftakt und die anschließende Gremienberatung konzeptionell verändert. Der Kreis der geladenen Gäste wurde erweitert und beschränkte sich nun nicht mehr ausschließlich auf Funktionsträger*innen der Partei. Es wurden bewusst auch Personen des Parteiumfangs, Neumitglieder und Pressevertreter*innen eingeladen. Orientiert wurde sich verstärkt auf außerparteiliche Redner*innen und Kulturacts (Caroline Emcke, Idil Baydar, Jean-Philippe Kindler, Ulrich Schneider u.a.). Die Jahresauftaktveranstaltungen fanden dadurch mit mehr Teilnehmer*innen als die Jahre zuvor statt. Veranstaltungsort war sowohl 2019 also auch 2020 das Refugio Berlin – ein Projekt der Berliner Stadtmission, welches als Selbstorganisierungstreffpunkt für Geflüchtete dient.

Strategiekonferenz »Für einen sozial-ökologischen Systemwechsel«

Im Oktober 2019 beschloss der Parteivorstand, eine Debatte um die zukünftige Strategie der Partei in den aktuellen gesellschaftlichen Auseinandersetzungen zu starten. Diese Debatte wurde auf der Konferenz am 29.2./1.3.2020 in Kassel, zu der sich über 400 Aktive der Partei trafen, fortgesetzt. Im Vorfeld der Konferenz erschien ein Reader, der 250 eingesandte Beiträge dokumentierte.

Linke Woche der Zukunft

Die linke Woche der Zukunft (LWdZ) fand vom 13. bis 16. September 2018 in Berlin statt. Über 700 Teilnehmer*innen aus der LINKEN und der mit ihr verbundenen gesellschaftlichen Grundströmung nutzten die Angebote der zahlreichen Workshops und Diskussionsveranstaltungen. Ein eigenständiges Kulturprogramm inklusive (Kultur-)Angebote für Kinder wurde realisiert, ebenso ein eigenständiges feministisches Labor. Die Konzeption der LWdZ hatte eine Reihe von linken Zukunftsfragen in den Mittelpunkt gestellt. Dazu gehörte u.a.: die Zukunft der Arbeit, der Kampf um mehr Zeit und ein neues Normalarbeitsverhältnis, Umverteilung von Arbeit und Zeit, auch zwischen Produktion und Reproduktion, Fragen von Digitalisierung und der Widersprüchlichkeit und Aneignung der neuen Technologien. Diese Fragen wurden unter feministischen wie gewerkschaftlichen Gesichtspunkten aufgegriffen. Was heißt neue Klassenpolitik? Welche Kämpfe gibt es, an was knüpfen wir an, welche Perspektiven können verbunden werden? Zukunft der Einwanderungsgesellschaft. Hier wurde sowohl die innerparteiliche Debatte aufgegriffen als auch konkrete Praxis vorgestellt. Ein Strang Umverteilung des Reichtums, das Öffentliche und Gemeinsame (zurück)gewinnen wurde auf allgemeiner gesellschaftlicher und konzeptioneller Ebene debattiert. Diese Frage wurde auch für das kommunale und regionale Handlungsfeld aufgegriffen.

Den Umbau der Wirtschaft zu mehr Demokratie, ökologischer Gerechtigkeit, auf Lebensqualität statt Wachstum gerichtet, mit nachhaltigen Produktions- und Konsumtionsweisen, war ein weiterer Strang der Debatte. Ein Strang bearbeitete Abrüstung, Frieden und Vernetzung gegen Waffenexporte. Gegen rechts und gegen autoritären Kapitalismus. Hier führten wir die Debatte über den Aufstieg der Rechten – auch international – mit Blick auf laufende Vernetzungen und Mobilisierung, aber auch die Stärkung und Ausweitung der Demokratie. Organisation und Organisation – zwei zentrale Fragen für linke Zukunft – haben wir als Strang durch die verschiedenen Themen laufen lassen. So kamen zu inhaltlichen Veranstaltungen zu Veränderung der Städte, um Wohnen und Miete solche, die den Aufbau von (Selbst)Organisationen zum Gegenstand hatten. Das feministische Labor sprach feministisch Aktive in und um die LINKEN an und hat inhaltliche Fragen mit solchen der Aneignung von Räumen, Sprechverhalten, Politik und Partei verbunden (vgl. aaO).

Kultur und Politik: Die LWdZ war nicht nur auf Diskussion und Wissensvermittlung ausgerichtet, sondern hat Verbindungen in Kunst und Kultur gesucht. Der rechte Kulturkampf ist auch bei den Kulturschaffenden angekommen, was setzen sie/wir dagegen? Eine zentrale Rolle spielte dabei das Gesundheitstribunal inszeniert von Volker Lösch. Eine ganze Reihe von Veranstaltungen war gerade für Aktive vor Ort und in der Kommunalpolitik interessant.

Für die einzelnen Foren und Workshops stand relativ viel Zeit zur Verfügung, was der Diskussionskultur zuträglich war. Viele Diskussionen waren leichter zugänglich für die Teilnehmenden, intensiv und konzentriert. Vielfach wurde erreicht, dass die Veranstaltungen den Charakter von miteinander-arbeiten-und-entwickeln hatten. »Verbindungen sehen, die sonst nicht bestehen« wurde oft als positive Rückmeldung genannt.

Kreisvorsitzenden- und Aktionskonferenzen

Am 23. und 24. März 2019 wurde die Kreisvorsitzenden- und Aktionskonferenz in Erfurt durchgeführt. Zeitgleich fand das Austauschtreffen Organizing statt. Die Kreisvorsitzenden- und Aktionskonferenz wurde als Austauschtreffen zwischen Parteivorstand und Verantwortungsträger*innen aus den Kreisverbänden gut angenommen. Der Bundesgeschäftsführer hat die Europawahlkampagne vorgestellt und mit den Anwesenden diskutiert. Weiter wurden inhaltlich Diskussionspanels zu den Europa- und Kommunalwahlen, Kampagnenentwicklung, Strategie und Praxis gegen rechts, sowie unsere Vision der LINKEN in 10 Jahren und Praxis-Workshops zu den Themen Rechtspopulismus, Kommunalpolitik,

Linksaktiv, Haustürwahlkampf, Öffentlichkeitsarbeit, (Re)Kommunalisierung von Wohnraum und Organizing angeboten.

Die für den 4. und 5. April 2020 geplante Kreisvorsitzenden- und Aktionskonferenz in Düsseldorf mit dem Schwerpunkt Kommunalpolitik wurde auf Grund der Corona-Pandemie verschoben. Einzelne Teile wurden virtuell durchgeführt. Die nächste Konferenz ist für den 17. und 18. April 2021 geplant.

(K)eine automatische Revolution – Konferenz zu Digitalisierung und sozialer Gerechtigkeit

Mit der eintägigen Konferenz am 7. Dezember 2019 in Berlin hat DIE LINKE ein zentrales Zukunftsthema angepackt. Rund 250 Teilnehmer*innen (2/3 Parteimitglieder, 1/3 keine Mitglieder) nahmen daran teil. In sieben thematischen Schienen (Arbeit, Sozialstaat/Gesundheit, Bildung/Wissenschaft, Überwachung/Autoritärer Staat, Stadt/Land, Eigentum/Ökologie und Öffentlichkeit) wurden die Herausforderungen und Möglichkeiten der Digitalisierung im 21. Jahrhundert bearbeitet.

Unter den mehr als 40 Referent*innen waren neben den Expert*innen unserer Partei, Wissenschaftler*innen, Netzaktivist*innen, Journalist*innen sowie Vertreter*innen von Gewerkschaften mit dabei. Die Idee der Konferenz ist maßgeblich von unserer BAG Netzpolitik vorangetrieben worden, die über den gesamten Planungszeitraum an den Vorbereitungen beteiligt war. Medienpartner war die Zeitung Neues Deutschland. Am Vorabend der Konferenz führte die Rosa-Luxemburg-Stiftung die Veranstaltung »Das Produkt sind wir« mit Katja Kipping, Philipp Staab (Autor von »Digitaler Kapitalismus«, HU-Berlin) und Thomas Kaspar (Chefredakteur der Frankfurter Rundschau) durch, an der 150 Personen teilnahmen.

Evangelischer Kirchentag

Auf dem Evangelischen Kirchentag vom 20. bis 22. Juni 2019 mit rund 130.000 angemeldeten Teilnehmer*innen in Dortmund, war DIE LINKE mit einem Informationsstand auf dem »Markt der Möglichkeiten« vertreten. Wir haben von Donnerstag bis Samstag 10 Gesprächsrunden am Stand organisiert, bei denen ca. 400 Kirchentagsbesucher*innen u. a. mit Petra Pau, Bodo Ramelow, Christine Buchholz, Katrin Vogler, Ulla Jelpke, Friedrich Straetmanns, Ilseget Fink, Cornelia Hildebrand, Iris Bernert-Leushacke und Margit Glasow diskutiert haben. In einer Podiumsdiskussion haben wir in der Fußballstadt Dortmund »Antifaschismus in den Stadien« thematisiert.

Weitere Veranstaltungen

Der Parteivorstand unterstützte wieder die Aschermittwochsveranstaltungen in Passau, beteiligte sich am traditionellen Gedenken an Karl Liebknecht und Rosa Luxemburg und führte 2019 eine Veranstaltung zum 100. Jahrestag der KPD-Gründung durch. Die Partei war traditionell jährlich am Christopher Street Day und am Welt-AIDS-Tag öffentlich präsent.

Partei- und Mitgliederentwicklung 2018–2020

I. Fakten zur Mitglieder- und Parteientwicklung

a) Mitgliederentwicklung

Die LINKEN hatte zum 30. Juni 2020 61.077 Mitglieder, ein Saldo von 215 Personen gegenüber dem 31. Dezember 2019. Die Frauenquote ist mit 36,4 Prozent stabil. Die Entwicklung verlief bundesweit uneinheitlich. Die Landesverbände im Westen und Berlin verzeichnen eine positive Entwicklung, die Landesverbände im Osten und im Saarland verzeichnen eine negative Entwicklung. Der Anteil von unter 35-jährigen Mitgliedern stieg von 24 Prozent auf 27 Prozent der Mitgliedschaft. Bei den Neumitgliedern liegt der Anteil von unter 35-jährigen bei 63 Prozent bei den Austritten bei 43 Prozent damit verjüngt sich die Mitgliedschaft weiter deutlich.

b) Kreisverbände

Im Berichtszeitraum veränderte sich die Zahl der Kreisverbände von 356 auf 341. Dahinter stehen Zusammenlegungen auf Grund von Gebietsreformen oder Neuaufteilungen zum Zweck der Verbesserung der formalen Arbeitsfähigkeit in der Fläche. Gerade in den westdeutschen Flächenländern ist die Mitgliederichte noch nicht hoch genug, um in allen Landkreisen über eigenständige Strukturen verfügen zu können.

Regionalkreisverbände aus mehreren Landkreisen bieten dort eine bessere Möglichkeit des Parteaufbaus. Ziel ist es dann in der Fläche über den Aufbau von Ortsverbänden von unten strukturbildend zu wirken.

c) Zusammenschlüsse

Im Berichtszeitraum hat sich die Anzahl der bundesweiten Zusammenschlüsse von 24 auf 27 leicht erhöht. Dazu kommen weitere 11 Zusammenschlüsse, die beim Parteivorstand gemeldet sind, aber nicht die Kriterien für die Bezeichnung bundesweit erfüllen. Die Arbeit der Zusammenschlüsse wird vom Parteivorstand mit einem eigenen Budget unterstützt, erfolgt sonst aber politisch selbständig.

d) Jugend- und Studierendenverband

Zum 8.4.2020 betrug die Zahl der Mitglieder des Jugendverbandes der Partei rund 6.762. In den vergangenen fünf Jahren wurde die Anzahl der jährlichen Neumitglieder auf ca. 700 im Jahr 2019 verdoppelt. Von den Neumitgliedern 2019 gaben 35 Prozent an, auch Mitglied unserer Partei zu sein. Der Frauenanteil liegt bei einem Drittel. In diesen Zahlen nicht enthalten sind passive Mitglieder des Jugendverbandes, das heißt junge Mitglieder der Partei, die ihre Mitgliedschaft im Jugendverband nicht aktiviert haben.

Auch der Studierendenverband DIE LINKE.SDS konnte weiter Zuwachs verzeichnen. Die Zahl der Hochschulgruppen hat sich im Berichtszeitraum auf 61 Gruppen erhöht. Die Zahl der Mitglieder stieg im Studierendenverband auf 626 an.

II. konkrete Maßnahmen

a) Maßnahmen der Mitgliedergewinnung und -beteiligung:

Die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Gewinnung neuer Mitglieder, sowie zur Verbesserung der Mitgliederkommunikation und -beteiligung gehörten im Berichtszeitraum wieder zu den organisationspolitischen Schwerpunkten. Wichtig waren dabei die Unterstützung der Verantwortlichen für die Mitgliederarbeit in den Landes- und Kreisverbänden, sowie der Austausch mit und zwischen den Verantwortlichen der verschiedenen Gliederungsebenen unserer Partei.

Wertvolle Hinweise für bestehende Potenziale in der Mitgliederarbeit, die Interessen von Sympathisant*innen unserer Partei und die Gewinnung von neuen Mitgliedern, lieferten eine Kreisbandsum-

frage und eine linksaktiv-Umfrage, welche beide im Jahr 2018 durchgeführt wurden. Auf Basis dieser Daten wurden erste Vorschläge für eine Mitgliederoffensive erarbeitet und die Diskussion dazu mit den Verantwortlichen der Landes- und Kreisverbände begonnen. Die Mitgliederoffensive zielt darauf ab, DIE LINKE durch eine Erhöhung der Mitgliederzahl als Mitgliederpartei innerhalb von zehn Jahren nachweislich zu stärken. Erste konkrete Maßnahmen für die Bundespartei wurden mit dem Parteivorstandsbeschluss 2020/26 vereinbart.

Die bundesweite Koordinierungsgruppe für Mitgliederentwicklung, in der die Mitgliederarbeit des Bereichs Kampagnen und Parteientwicklung der Bundesgeschäftsstelle und der Landesverbände koordiniert wird, wurde weitergeführt und traf sich zuletzt im November 2019 in Leipzig. Gemeinsam wurden die unterschiedlichen Tendenzen in der Mitgliederentwicklung diskutiert, konkrete Konzepte und Materialien für die praktische Arbeit vor Ort ausgetauscht, sowie Vorschläge für eine Mitgliederoffensive vorgestellt und diskutiert.

Der »Tag der Mitgliederverantwortlichen« – das seit 2012 stattfindende bundesweite Treffen der Mitgliederverantwortlichen und an Mitgliederarbeit Interessierten der Kreisverbände – fand ebenfalls zuletzt im November 2019 in Leipzig statt. Dort wurden erste Ergebnisse der (Neu-)Mitgliederbefragung von Kevin Scheibel/TU Chemnitz präsentiert und die Vorschläge für die Mitgliederoffensive zur Diskussion gestellt. Daneben umfasste das eintägige Treffen den Erfahrungsaustausch und Workshops zur Weiterqualifizierung der praktischen Arbeit vor Ort.

Weitere Höhepunkte waren die jährlichen bundesweiten Neumitgliedertreffen, welche parallel zu den Festen der LINKEN von Freitag bis Sonntag in Berlin durchgeführt wurden. Der Austausch mit führenden Funktionsträgern und Bundestagsabgeordneten unserer Partei, sowie Neumitgliedern aus dem gesamten Bundesgebiet wurde von allen Seiten als spannend und motivierend empfunden.

Im September 2019 fand die bundesweite (Neu-) Mitgliederbefragung im Rahmen einer Studie der TU Chemnitz statt, deren Ergebnisse im Laufe des Jahres 2020 zur Verfügung stehen werden. Daran haben sich mehr als 6.000 Mitglieder der LINKEN beteiligt.

b) Linksaktiv - Maßnahmen zur Aktivierung und Beteiligung von Unterstützerinnen und Unterstützern

Das Netzwerk Linksaktiv verfügt über rund 21.000 Kontakte, davon sind ein Drittel Mitglieder der LINKEN. Im Berichtszeitraum lag der Schwerpunkt zur Europawahl- und den Landtagswahlen. Eine enge Zusammenarbeit fand mit den Kampagnen und Arbeitsschwerpunkten statt. Im Berichtszeitraum wurde eine Befragung des Netzwerkes (Siehe Grafik: An was hast Du Dich bei Linksaktiv beteiligt?) durchgeführt, an der sich 3.500 Personen beteiligten, zur Hälfte Mitglieder und Nichtmitglieder. Für die zukünftige Arbeit werden auf der Linksaktiv-Plattform Kampagnen und organisierende Arbeit zusammengebracht. Nächster Meilenstein sind die Bundestagswahlen 2021.



c) Aufsuchende organisierende Arbeit

Im Berichtszeitraum wurden Arbeitsmethoden und Elemente des Transformativ/Community Organizing und dem Canvassing für DIE LINKE nutzbar gemacht. Gleichzeitig wurde ein Netzwerk von Aktiven innerhalb und um DIE LINKE geschaffen, welches diese Methoden auch in der politischen Praxis der Partei zur Anwendung brachte. Jährlich findet ein bundesweites Organizing-Seminar statt. Im Jahr 2019 wurde die Teilnehmendenzahl auf 42 aufgestockt. Darüber hinaus unterstützte die Bundespartei eigene Seminare von Landes-, Kreis- und Ortsverbänden. Im Jahr 2019 konnten durch zentrale und dezentrale Seminare 180 Genoss*innen geschult und für das Netzwerk gewonnen werden. Die Rosa-Luxemburg-Stiftung hatte über diese Arbeit die Broschüre LINKES ORGANIZING erstellt. Im Berichtszeitraum wurde, ausgehend von der organisierenden Arbeit, ein Schwerpunkt auf die Entwicklung der

Haustürarbeit der LINKEN gelegt. Schwerpunkte waren Seminare und Praxiseinsätze, sowie der Haustürwahlkampf in der Europawahl, in den Landtagswahlen und Kommunalwahlen. Dabei ging es um Unterstützung in 56 Städten zur Europawahl mit eigenen Schwerpunkten zu den parallelen Kommunal- und der Bürgerschaftswahl in Bremen. Höhepunkte waren im Landtagswahlkampf 2019/2020 die bundesweiten Haustüreinsätze in Thüringen und Hamburg, sowie in mehr als 20 Städten im Kommunalwahlkampf in NRW.

Es wurde ein Projekt »LINKE Politik jenseits der Metropolen« entwickelt, in dem gerade für ländlichere Kreisverbände die Erfahrungen aus dem Organizing für die Parteientwicklung nutzbar gemacht wurden.

d) »DIE LINKE hilft«

Die Vernetzung und Unterstützung von Beratungsangeboten (in erster Linie Sozial- und Mietrechtsberatung) der Partei und ihres Umfeldes wurde unter dem Titel »DIE LINKE hilft« im Berichtszeitraum fortgesetzt. Die vorhandenen Sozialberatungsangebote der Partei, ihrer Abgeordneten und kooperierenden Einrichtungen können weiter über ein zentrales Portal erreicht werden (<https://www.die-linke.de/partei/die-linke-hilft/>). Eine umfassende Aktualisierung der Beratungsangebote fand 2018 statt und auch derzeit läuft eine Abfrage über deren Aktualität. Während der Corona-Pandemie wurden die Beratungen darum gebeten auf telefonische Angebote umzustellen. Im November 2018 und im Dezember 2019 fanden Vernetzungstreffen von »DIE LINKE hilft« statt. Schwerpunkt war die Frage, wie LINKE Beratungsangebote besser, mit einer Aktivierung und Organisation von Menschen, verknüpft werden können. Auch im Jahr 2020 wird ein Vernetzungstreffen von »DIE LINKE hilft« stattfinden. Zudem wurde das Handbuch »DIE LINKE hilft – beraten.organisieren.kämpfen« gedruckt und digital veröffentlicht.

e) Inklusion / Barrierefreiheit

Der Parteivorstand erneuerte das Teilhabekonzept, mit dem eine inklusive und barrierearme Parteiarbeit angestrebt wird. Margit Glasow wurde als Inklusionsbeauftragte bestätigt. Seit Februar 2020 arbeitet ein Mitarbeiter für die Bundespartei (die einzige dort vertretene Partei) im Konsortium DIN SPEC 33429 »Empfehlungen für Deutsche Leichte Sprache« mit, in dem eine DIN-Norm für Leichte Sprache erarbeitet wird.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der LINKEN

Auf der Webseite www.die-linke.de informierte der Parteivorstand ausführlich und tagesaktuell über die Positionen und Aktionen der Partei. Publikationen, Presseerklärungen und Positionspapiere sind hier abrufbar. Die Website lädt zum (mit-)machen ein. Derzeit hat die Website durchschnittlich 2.570 Besucher*innen pro Tag. Während der Europawahlkampfphase 2019 (Anfang April 2019 bis zum Wahltag) informierten sich fast 400.000 Besucher*innen auf der Website über das politische Angebot. Insgesamt blieben die durchschnittlichen Besucher*innenzahlen zum Vergleichszeitraum 2017 bis 2019 stabil.

Neben der zentralen Website der Bundespartei (www.die-linke.de) werden zahlreiche kleinere Websites betrieben und betreut. So z. B. der Blog international.die-linke.de (ca. 10 Besucher*innen täglich) sowie die Kampagnen-Websites www.pflegenotstand-stoppen.de (über 200 Besucher*innen täglich) und www.miete-bezahlbar.de (ca. 100 Besucher*innen täglich). Zu zentralen Veranstaltungen des Parteivorstandes (z. B. Linke Woche der Zukunft 2018, Digitalisierungskonferenz »(K)eine automatische Revolution« 2019, Strategiekonferenz 2020) wurden Konferenzwebsites eingerichtet.

Über das vom Parteivorstand angebotene Linke CMS (LCMS) werden ca. 170 weitere Websites betrieben – zum überwiegenden Teil Websites von Untergliederungen. Rechnet man die Seiten dazu, die von eigenständigen Installationen des LCMS von Landesverbänden und Fraktionen betrieben werden, kommen noch einmal 500 weitere Websites hinzu.

Im Juli 2020 ging das Online-Mitgliedermagazin »Links bewegt« (www.links-bewegt.de) online. Es erreicht bereits in seiner Startphase bis zu 250 Leser*innen täglich. *Links bewegt* hat den Anspruch, über alle wesentlichen Ereignisse in und mit der Partei (Bundesparteitage, Kampagne, außerparlamentarische Aktivitäten, Kommunalpolitik, Landtags- und Kommunalwahlen ...) ausführlich und in unterschiedlichen journalistischen Formaten zu berichten. Gleichzeitig ist es eine Diskussionsplattform für Mitglieder. Grundlage für das Online-Mitgliedermagazin ist der Beschluss des Parteivorstandes zur Neugestaltung der Mitgliederkommunikation vom Januar 2020. Danach erfolgt die Mitgliederkommunikation nunmehr über ein Online-Magazin sowie einem zweimal jährlich erscheinenden Mitgliederbrief. Das digitale Magazin folgte damit der Anfang 2020 eingestellten gedruckten Mitgliederzeitschrift DISPUT. Dieser erschien bis Januar 2020 in einer Auflage von rund 5.000 Exemplaren. Zusätzlich wurde die kostenlose PDF-Version rund 150-mal im Monat direkt von unserer Website heruntergeladen. Im August 2019 wurde eine DISPUT-Ausgabe an alle Mitglieder verschickt, um mehr Abos zu gewinnen. Der Parteivorstand musste allerdings feststellen, dass die Rückläufe auf das Abo-Angebot sehr gering waren. Eine weitere Produktion vor dem Hintergrund des Ressourceneinsatzes war daher nicht mehr zu rechtfertigen. Aus diesem Grund erfolgte die beschriebene Umstellung.

Der wöchentliche Newsletter wird gegenwärtig an etwa 25.000 Abonnent*innen (+ 16 Prozent gegenüber dem letzten Berichtszeitraum) verschickt. Weil viele E-Mail-Programme eine statistische Auswertung der Öffnung unterbinden, gibt es keine präzise Angabe über die Öffnungsrate, geschätzt liegt diese bei 15 bis 20 Prozent. Zu besonderen Anlässen werden Sondernewsletter verschickt. Zudem gibt es den Kommunalpolitischen Newsletter mit 6.000 Abonnent*innen, einen neuen Newsletter zur Bildungsarbeit mit 840 Abonnent*innen sowie den Frauen- und Gender-Newsletter mit 1.100 Abonnent*innen.

Für die Öffentlichkeitsarbeit des Parteivorstandes sind die sozialen Medien ein integraler Bestandteil. Im Berichtszeitraum war DIE LINKE auf folgenden Plattformen aktiv vertreten: YouTube, Facebook, Flickr (mit ca. 12.000 Aufnahmen für die freie Nachnutzung), Twitter, Instagram und Telegram. Und berichtete dort direkt, unmittelbar und aktuell. Vermehrt wurde entsprechend den Kommunikationsgewohnheiten in den sozialen Netzwerken mit Videobeiträgen und Share-Pics kommuniziert. Während der Corona-Pandemie wurde wöchentlich ein interaktiver Zoom-Talk mit dem Bundesgeschäftsführer »DIE LINKE in Corona-Zeiten« produziert und live auf Facebook übertragen. Rund 100 Zuschauer*innen verfolgten die jeweiligen Veranstaltungen live auf Facebook und Zoom, weitere 1.000 User*innen schauten sich die Aufzeichnungen bei YouTube an. Die Facebook-Posts erhielten in der Regel mehrere Hundert (in seltenen Fällen auch über Tausend) Kommentare. Die Diskussionen werden moderiert und Fragen beantwortet.

Insgesamt hat DIE LINKE in den sozialen Netzwerken mehr als eine halbe Million direkte Kontakte:

- Twitter: 300.000 (+ 42.000)
- Facebook: 253.000 (keine Veränderung gegenüber dem letzten Berichtszeitraum),
- Instagram 88.000 (+ 67.300).
- YouTube: 21.000 (+ 8.000)
- Telegram: 4.800 (+ 4.800)

Damit werden monatlich weit über eine Millionen Personen erreicht. Im Berichtszeitraum hat sich vor allem Instagram neben Facebook und Twitter zu einem dritten wichtigen Kanal entwickelt, über den insbesondere jüngere Menschen unter 35 Jahren erreicht wurden und werden. Neu eingerichtet wurde ein Telegram-Newsletter. Bisher haben 4.800 Menschen das News-Angebot der LINKEN in diesem Messenger-Dienst abonniert.

Für die beiden zentralen Kampagnen *Pflegenotstand stoppen* und *Bezahlbare Miete statt fetter Rendite* wurden verschiedene Klappkarten, Flyer, Banner, Aufkleber, Hochhalteschilder und Aufkleber erstellt. Für die Mietenkampagne wurde 2018 noch ein zweiter großer Miethai, ein Keyvisual (Familie auf Balkon) und eine thematische Flyer- und Plakatserie (Deckeln, Bauen, Enteignen) produziert. Anlässlich von Aktionstagen (Gesundheitstag, Aktionstag gegen die Einreichung der Klage von Abgeordneten von

CDU/CSU und FDP gegen den Berliner Mietendeckel, Tag der Pflege) wurden Airframe-Motive für PR-Aktionen entwickelt. Für beide Kampagnen wurden zudem mehrere Videos gedreht und veröffentlicht.

Um dem Wunsch der Mitgliedschaft nach Aktivität nach dem Corona-Shutdown zu entsprechen und um der Fokussierung der Medien auf die Regierung und die sie tragenden Parteien eine linke Perspektive entgegen zu setzen, gab der Parteivorstand im Frühsommer 2020 eine achtseitige Verteilzeitung heraus. Das Interesse war überwältigend. 250 Untergliederungen bestellten und verteilten insgesamt eine Million Exemplare.

Zum Internationalen Frauentag am 8. März, zum Tag der Arbeit am 1. Mai, zum Tag der Befreiung am 8. Mai und zum Weltfriedenstag am 1. September wurden Flyer, Plakate, Anzeigen, Social-Media-Sharepics und Kopiervorlagen produziert.

Weitere Druckerzeugnisse im Berichtszeitraum waren u. a.:

- Arbeit die zum Leben passt (Neues Normalarbeitsverhältnis): Broschüre, Türanhänger, Flyer;
- »DIE LINKE hilft«-Broschüre;
- Plakat zum BVerfG-Urteil zu Hartz-IV-Sanktionen;
- Defender-2020-Plakat /-Flyer;
- Imageflyer Feminismus;
- Corona-Nachbarschaftshilfe-Kopiervorlagen in neun Sprachen;
- Flyer »Partei ergreifen«;
- Themenfolder zu Klima, Frieden, Bildung, Umverteilen, Arbeit, Solidarität (Migration), Rente, Mindestsicherung, Verkehrswende.

Im Berichtszeitraum wurden insgesamt 322 Videos und Livestreams auf dem YouTube-Kanal des Parteivorstandes veröffentlicht. Die Videos erzielten dabei insgesamt 2,8 Millionen Aufrufe. Darunter auch aufwendig produzierte Filme, wie z. B.: ein Gespräch zwischen Gregor Gysi und Janine Wissler, zwei Filme im Rahmen der Vorwahlkampagne zur Europawahl »Partei ergreifen«, Dokumentationen zum Clara-Zetkin-Frauenpreis, zur Digitalkonferenz und zur Strategiekonferenz, zwei Produktionen für das virtuelle Fest der Linken 2020 (Kochshow mit Bernd Riexinger und Idil Baydar sowie eine virtuelle Führung durch das KLH), verschiedene Produktionen für die Kampagnen *Pflegenotstand stoppen* (u. a. Kampagnenclip, »Ein Krankenpfleger berichtet«) und *Bezahlbare Miete statt fetter Rendite* (u. a. Mietendeckel überall) sowie eine fünfzehnminütige Dokumentation über die Organizing-Pilotprojekte.

Bürger*innendialog

Monatlich wurden ca. 700 E-Mails und 80 Briefe beantwortet, 300 Anrufe von Bürger*innen angenommen und im ganzen Berichtszeitraum neben den täglichen Besucher*innen 161 Besucher*innengruppen (darunter 148 aus den Wahlkreisen der Bundestagsabgeordneten) empfangen. Damit wurden im Berichtszeitraum ca. 7.550 Menschen in der Bundesgeschäftsstelle begrüßt. Dabei interessierten sich die Bürger*innen vornehmlich für Themen, die auch gesellschaftlich dominierten. Im Berichtszeitraum waren es besonders soziale Themen, aber auch Flucht und Migration, Corona/Impfpflicht, Koalitionsbildung, Friedenspolitik und Landtagswahlen. Die Veranstaltungsreihe »geDRUCKtes« mit Gesine Löttsch wurde Ende 2019 durch Beschluss des Parteivorstandes vom November 2019 eingestellt. Die Besucherzahl der sechs bis sieben Veranstaltungen im Jahr lag bei durchschnittlich 80 Personen. Zu jeder Veranstaltung wurde ein Livestream realisiert. Guten Zuspruch fand das Karl-Liebknecht-Haus an den »Tagen des Offenen Denkmals«. Das denkmalgeschützte Karl-Liebknecht-Haus wird jedes Jahr im September der Öffentlichkeit vorgestellt. In unregelmäßigen Abständen gab es Ausstellungen im KIZ, der Parteivorstand richtete eine Arbeitsgruppe ein, um weitere Ausstellungen in die Bundesgeschäftsstelle zu holen.

Dreimal im Berichtszeitraum fand der Red-Media-Day, ein Bildungsangebot der Öffentlichkeitsarbeit, statt. Der Red-Media-Day versucht theoretisches Wissen mit praktischen Übungen zu verbinden und findet daher im Kontext von Parteitagen oder größeren Veranstaltungen mit Workshops zu politischer Kommunikation via Social Media, Fotografie, Textarbeit und Videoerstellung statt. In der anschließenden

den Praxisphase wird das Gelernte in der Begleitung der jeweiligen Veranstaltung angewendet und vertieft. 2020 fand der Red-Media-Day aufgrund der Corona-Pandemie als Webinar statt.

Pressearbeit

Wesentliches Ziel der Außenkommunikation der Partei DIE LINKE ist das Erreichen einer möglichst großen Öffentlichkeit, das Vermitteln eines positiven Bildes der Partei in der Öffentlichkeit und das Mitwirken an der öffentlichen Meinungsbildung zu für die Partei relevanten Themen.

Praktisch täglich wurden mehrere Stellungnahmen von Mitgliedern der Parteispitze an die Presse übermittelt. Wöchentlich fanden Pressekonferenzen statt. Darüber hinaus wurden gelegentlich initiativ inhaltliche Vorschläge in Medien platziert, die regelmäßig für bundesweite Berichterstattung sorgten und im besten Fall für eine Debatte mit zahlreichen Stellungnahmen anderer Seiten auslösten. Das gelang zum Beispiel 2019 mit dem Vorschlag der Abschaffung der ersten Klasse von Bernd Riexinger und im Sommer 2020 mit dem Vorschlag der Einführung einer 4-Tage-Woche von Katja Kipping.

Die Initiativen, Kampagnen und Termine der Partei, wie z. B. Bundesparteitage und Wahlen wurden durch eine aktive Kommunikation mit den Medien begleitet, um eine möglichst umfangreiche und positive Berichterstattung zu erreichen. Täglich wurden den Aktiven eine »Tageslage« und ein Presse-spiegel zur Verfügung gestellt.

DIE LINKE International

Die Entwicklungen in der internationalen Politik waren im Berichtszeitraum vielfältig und dynamisch. Entsprechend umfangreich waren die internationalen Kontakte des Parteivorstandes. Die Pflege und Entwicklung der internationalen Beziehungen, Aktivitäten internationaler Solidarität und die Festigung des internationalistischen Charakters der Partei waren vordringliche Ziele des Parteivorstandes. Besondere Aufmerksamkeit galt der Mitarbeit in der Partei der Europäischen Linken (EL) und den bilateralen Kontakte zu ihren Mitgliedsparteien.

Beim 6. Kongress der EL im spanischen Benalmadena wurde Heinz Bierbaum zum neuen Präsidenten der EL gewählt. Er folgt damit Gregor Gysi nach, der dieses Amt ab Dezember 2016 innehatte. Der Kongress verabschiedete das Politische Dokument »Reset Europe, go Left!«. Judith Benda und Claudia Haydt wurden zu Mitgliedern des Vorstands gewählt. Im Berichtszeitraum richtete DIE LINKE drei Vorstandstreffen und fünf Sitzungen des Politischen Sekretariats der EL aus.

DIE LINKE beteiligte sich mit Delegationen an zwei Treffen des »Forums der Alternativen«, 2018 in Bilbao, 2019 in Brüssel. 2018 und 2019 beteiligte sich DIE LINKE an den Sommeruniversitäten der EL in Österreich und in Italien. Gregor Gysi traf im Berichtszeitraum unter anderem mit Papst Franziskus, Pablo Iglesias, Jean-Luc Melenchon und Wang Chen, Mitglied des Politbüros der Kommunistischen Partei Chinas, zusammen.

Bernd Riexinger und Jörg Schindler trafen sich mit dem neuen Generalsekretär der KP Frankreichs Fabien Roussel und verabschiedeten eine gemeinsame Erklärung zu den Europawahlen. Mit dem im Mai dieses Jahres scheidenden Parteivorsitzenden der schwedischen Linkspartei Jonas Sjöstedt tauschte sich Katja Kipping über den sozial-ökologischen Umbau in Europa aus. DIE LINKE nahm im September 2018 an einer gemeinsamen Delegationsreise von Bundestagsabgeordneten und der RLS zu unserer Partner- und Regierungspartei SYRIZA in Athen teil.

DIE LINKE engagierte sich aktiv für die Freilassung des ehemaligen brasilianischen Präsidenten Lula da Silva und die Verteidigung der demokratischen Rechte in Brasilien. In Deutschland unterstützte sie mehrere Demonstrationen und stand mit unseren Partnerparteien in Brasilien, der PT, der PSOL und der PCdoB im engen Austausch. Mit dem Präsidentschaftskandidaten der PSOL, Guilherme Boulos, organisierte die Partei eine sehr gut besuchte öffentliche Veranstaltung in Berlin. Auf der Homepage wurde eine gesonderte Rubrik eingerichtet, die sich mit den Entwicklungen in Brasilien befasst. Im März 2020 trafen Bernd Riexinger und Heinz Bierbaum in Berlin mit Lula da Silva zusammen.

Im Januar 2019 führte DIE LINKE eine Kuba-Konferenz durch. Unter dem Titel »Das sozialistische Kuba vor neuen Herausforderungen« diskutierte die Partei zusammen mit Vertreterinnen und Vertretern der KP Kubas und der Wissenschaft. Verbunden damit traf Bernd Riexinger Abel Prieto, Schriftsteller und Mitglied der Nationalversammlung Kubas. Kurz zuvor wurde Hans Modrow bei einem Besuch in Kuba vom Präsidenten Kubas, Miguel Diaz-Canel, mit dem Orden der Völkerfreundschaft ausgezeichnet. Im Januar 2020 traf Katja Kipping den Direktor der Tageszeitung Juventud Rebelde, Yoerky Sánchez Cuelar, in Berlin.

Die Solidarität mit der türkischen Linkspartei HDP war ein Schwerpunkt der internationalen Arbeit: DIE LINKE beteiligte sich an Demonstrationen, die sich gegen die Repressionen in der Türkei wendeten und nahm als Prozessbeobachterin an zahlreichen Verfahren gegen HDP-Politikerinnen und Politiker teil. Die Vorsitzenden der HDP, Sezai Temelli und Mithat Sancar, trafen Bernd Riexinger und Katja Kipping zu verschiedenen Terminen in Berlin.

DIE LINKE steht in enger Zusammenarbeit mit der Frente Polisario der Westsahara. Zum Fest der Linken 2018 empfing der Parteivorstand eine Delegation von Frauen der Frente Polisario. Zum Fest 2019 wurden Filme aus der Filmschule der Westsahara präsentiert. Im Januar 2019 fuhr eine Delegation von Frauen aus dem Europaparlament und aus Brandenburg zu politischen Gesprächen in die Flüchtlingslager der Westsahara. Verschiedene Veranstaltungen und Ausstellungen zum Freiheitskampf der Sahauris wurden sowohl auf Europäischer Ebene als auch auf Länderebene initiiert und unterstützt.

Die Partei entwickelte enge Beziehungen zur kommunistischen Partei Nepals, die seit den letzten Wahlen in der Regierungsverantwortung ist. Ein politischer Austausch mit Regierungsvertreter*innen und einer Delegation der LINKEN fand im November 2019 in Kathmandu statt. Weitere Gespräche sind für die kommende Zeit geplant.

Ein Höhepunkt war das Netzwerktreffen im September 2019 von Frauen in linken und progressiven Parteien, welches in Zusammenhang mit dem Feminist Future Festival 2019 in Essen stattfand. 38 Frauen aus 25 Ländern nahmen teil. Aus dem Treffen erwuchsen vielerlei Anknüpfungspunkte für die zukünftige internationale feministische Arbeit.

DIE LINKE war im Berichtszeitraum unter anderem bei folgenden Parteitag, Konferenzen und Ereignissen vertreten: Parteitag der Partei der Arbeit (Brasilien), Parteitage des Linksbundes (Finnland), Parteitag Rot-Grüne Einheitsliste (Dänemark), Parteitag Demokratische Sozialisten Amerikas (Vereinigte Staaten), Parteitag Linkspartei (Iran), das Seminar der Arbeiterpartei (Mexiko), Parteitag Frente Polisario (Westsahara), Parteitag Sinn Fein (Irland), Feierlichkeiten 100. Geburtstag Kommunistische Partei Österreichs, Parteitag Demokratische Partei der Völker (HDP, Türkei), Parteitag der Sozialistischen Linkspartei (Norwegen), Foro Sao Paulo (Kuba & Venezuela), Konferenz der Frente Amplio (Chile).

Am Parteitag der LINKEN in Bonn nahmen 61 Gäste (von 43 Parteien aus 34 Ländern) internationale Gäste und 11 diplomatische Vertreter*innen teil. DIE LINKE empfing außerdem Gäste und Delegationen aus verschiedenen Ländern, für die teilweise ein Besuchsprogramm organisiert wurde, beispielsweise mit dem Vorsitzenden der Irakischen Kommunistischen Partei Raid Fahmi, oder Zitto Kabwe, Vorsitzender des ACT aus Tansania und Mr. Samba Sy, Arbeitsminister von der PIT – Partei für Unabhängigkeit und Arbeit, Senegal. Im November 2019 empfing sie eine russische Delegation aus Politiker*innen und linken Aktivist*innen. Außerdem wurden Aktivist*innen und Politiker*innen aus u.a. Brasilien, Honduras, Chile, Kolumbien, Bolivien, Kuba, Iran, Türkei, Marokko, Palästina, Tunesien, Bangladesch, Westsahara, Sudan, Tansania, Togo, Südafrika, Indien, Nepal empfangen.

DIE LINKE unterstützte die Vereinigte Linke Spaniens, SYRIZA, die Irakische Kommunistische Partei, die iranische Linkspartei sowie die Brasilien-, Kolumbien- und Chile-Soli bei der Durchführung von Treffen und Veranstaltungen. Erneut beteiligte sich DIE LINKE an den Pressefesten linker Zeitungen bzw. an Volksfesten linker Parteien in Lissabon, Paris, Wien, Madrid und Bredene (Belgien). DIE LINKE steht im Kontakt zu den verschiedenen diplomatischen Vertretungen. Bernd Riexinger empfing den mexikanischen Botschafter S.E. Rogelio Granguillhome Morfin, Harald Wolf traf den Südafrikanischen Botschafter S.E. Phumelele Stone Sizani.

Die Internationale Kommission traf sich in regelmäßigen Abständen und tauschte sich zu internationalen Themen aus und bereitete Parteivorstandsbeschlüsse vor. Über die internationale Arbeit der LINKE wird in einem Blog DIE LINKE. International, mit einem englischsprachigen Newsletter und mit einer deutsch/englischen Facebook-Seite über informiert. Während der letzten Monate wurden verschiedene Online-Diskussionsformate durchgeführt (Sanktionspolitik, Corona in Südostasien, Entwicklungen in Belarus). Die Solidaritätsarbeit der BAG Cuba sí wurde wie in den Vorjahren personell und materiell unterstützt.

Zur finanzpolitischen Arbeit des Parteivorstandes

Im Berichtszeitraum hat der Parteivorstand auf der Grundlage des Parteiengesetzes und der Bundesfinanzordnung öffentlich Rechenschaft über die Herkunft und die Verwendung der Mittel sowie über das Vermögen der Partei für die Jahre 2017 und 2018 gelegt. Beide Rechenschaftsberichte wurden fristgemäß durch den Bundesschatzmeister im Auftrag des Parteivorstandes, versehen mit dem uneingeschränkten Testat des Wirtschaftsprüfers, beim Präsidenten des Deutschen Bundestages eingereicht. Die Rechenschaftsberichte der Partei sind im Internet unter <https://www.die-linke.de/partei/ueber-uns/finanzen/rechenschaftsberichte/> veröffentlicht. Gegenwärtig wird die Rechenschaftslegung der Partei für das Kalenderjahr 2019 erarbeitet.

Anhand der Ergebnisse der Rechenschaftslegung 2018 lassen sich gegenüber 2017 folgende Entwicklungen erkennen:

Die Gesamteinnahmen der Partei betragen 2018 33.148 T€ und waren damit um 1.553 T€ höher als 2017. Das ist im Wesentlichen auf die um 2.217 T€ gestiegenen staatlichen Mittel zurückzuführen.

Die Ausgaben 2018 in Höhe von insgesamt 25.850 T€ haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 7.428 T€ vermindert. Dieser Rückgang beruht vor allem auf den um 8.466 T€ niedrigeren Wahlkampfausgaben in 2018.

Der Überschuss betrug im Jahr 2018 insgesamt 7.298 T€. Im Jahr 2017 war dagegen ein Defizit von 1.683 T€ zu verzeichnen. Der Überschuss dient im Wesentlichen als Grundlage für die Bildung von Rücklagen zur Finanzierung von Europa-, Bundes- und Landtagswahlkämpfen.

Im Jahr 2018 betragen die Einnahmen aus **Mitgliedsbeiträgen** 10.472 T€. Sie sind gegenüber 2017 um 429 T€ gestiegen auf der Basis von 62.016 Mitgliedern, das sind 282 Mitglieder weniger als im Vorjahr. Damit hat sich die Mitgliederanzahl in 2018 nur unwesentlich verändert. In 2019 betrug die Anzahl der Mitglieder 60.862.

Der monatliche Durchschnittsbeitrag je Mitglied ist 2018 in der Gesamtpartei um 0,64 € auf 14,07 € gestiegen; in den Landesverbänden der neuen Bundesländer um 0,65 € auf 17,85 € und in den Landesverbänden der alten Bundesländer um 1,00 € auf 9,76 €.

Die **Mandatsträger*innenbeiträge** haben sich 2018 um 243 T€ auf 5.087 T€ erhöht. Davon entfielen auf die Bundesebene 1.203 T€, auf die Landesverbände der neuen Bundesländer 2.039 T€ und auf die Landesverbände der alten Bundesländer 1.845 T€.

Die **Parteispenden**, fast ausschließlich von Mitgliedern sowie Sympathisantinnen und Sympathisanten, waren 2018 mit 1.964 T€ um 722 T€ niedriger als im Bundestagswahljahr 2017. DIE LINKE erhält keine Großspenden von Unternehmen. Der Anteil der Spenden von juristischen Personen an den Gesamteinnahmen der Partei betrug in den Rechnungsjahren 2018 und 2017 lediglich 0,01 Prozent. Das waren in 2018 2,2 T€ und 2017 3,4 T€.

Die **Einnahmen aus staatlichen Mitteln**, die auf der Basis der Zuwendungen an die Partei (Mitgliedsbeiträge, Mandatsträger*innenbeiträge und Spenden) und der erzielten Wählerstimmen festgesetzt werden, betragen 2018 14.418 T€ gegenüber 12.201 T€ im Jahr 2017. Gemäß Festsetzung des Präsidenten des Deutschen Bundestages für das Jahr 2019 betragen die staatlichen Mittel für DIE LINKE insgesamt 14.393 T€, das sind 25 T€ weniger als für 2018.

In den staatlichen Mitteln für das Jahr 2018 sind 1.870 T€, für das Jahr 2019 1.866 T€ enthalten, die auf der Erhöhung der Obergrenze für die Parteienfinanzierung beruhen. Gegen die Erhöhung der Obergrenze und damit die Erhöhung der Parteienfinanzierungen klagen die Bundestagsabgeordneten der Fraktionen DIE LINKE., Bündnis 90/Die Grünen und FDP. Die finanziellen Mittel stehen daher unter dem Vorbehalt der Rückzahlung.

Das **Reinvermögen** der Partei wies per 31. Dezember 2018 eine Höhe von 38.594 T€ aus, davon 18.839 T€ im Parteivorstand und 19.755 T€ in den Landesverbänden. Es hat sich insgesamt gegenüber dem Vorjahr um 7.298 T€ erhöht. Vom gesamten Vermögen betrafen 22.984 T€ die Geldbestände der Partei, darunter 6.841 T€ beim Parteivorstand und 16.142 T€ in den Landesverbänden.

Zur Finanzierung von Landtagswahlkämpfen im Jahr 2018 wurden aus dem **zentralen Wahlkampf-fonds** auf Beschluss des Parteivorstandes mit Zustimmung des Bundesfinanzrates insgesamt Mittel in Höhe von

690 T€ für nachstehende Landesverbände bereitgestellt:

Bayern	366 T€
Hessen	324 T€

Im Jahr 2019 sind aus dem zentralen Wahlkampffonds zur Finanzierung von Landtags- und Bürgerschaftswahlkämpfen auf Beschluss des Parteivorstandes mit Zustimmung des Bundesfinanzrates insgesamt 2.378 T€ den nachstehenden Landesverbänden in folgender Höhe zur Verfügung gestellt worden:

Brandenburg	730 T€
Bremen	220 T€
Sachsen	778 T€
Thüringen	650 T€

Für die Finanzierung der Bürgerschaftswahlkampfes 2020 in Hamburg wurde die Bereitstellung von 250 T€ vom Parteivorstand mit Zustimmung des Bundesfinanzrates beschlossen.

Für den Europawahlkampf wurden im Jahr 2018 auf zentraler Ebene 163 T€ und im Jahr 2019 3.579 T€ ausgegeben. Geplant waren insgesamt 3.700 T€. Folglich wurden 42 T€ mehr ausgegeben als geplant.

Im Rahmen des Europawahlkampfes wurde eine zentrale Spendenkampagne durchgeführt. Dabei wurden einschließlich Plakatspenden 229 T€ eingenommen. Davon wurden 194 T€ den Landesverbänden zur Verfügung gestellt.

Der Parteivorstand hat am 25. April 2020 beschlossen, für den Bundestagswahlkampf 2021 6.800 T€ aus dem Zentralen Wahlkampffonds bereitzustellen.

Parteivorstand und Bundesausschuss haben im Berichtszeitraum den Finanzplan des Parteivorstandes und den Plan des zentralen Finanzausgleichs für 2019 und ebenso für 2020 beschlossen. Zugleich mit der Planung wurden dem Parteivorstand und dem Bundesausschuss im Februar bzw. März 2019 und Februar bzw. März 2020 die jeweiligen Finanzabrechnungen der Jahre 2018 und 2019 vorgelegt. Die Finanzpläne einschließlich der Abrechnungen sind im Internet veröffentlicht.

Die **Finanzplanung für 2020** berücksichtigt die aktuelle Entwicklung der finanziellen Mittel einnahme- und ausgabeseitig.

Der Finanzplan des Parteivorstandes für das Jahr 2020 sieht Gesamteinnahmen sowie Gesamtausgaben von jeweils 14.160 T€ vor, diese sind damit um 112 T€ niedriger als im Haushalt 2019 geplant.

Die Einnahmen aus zentralen staatlichen Mitteln betragen laut Festsetzung der staatlichen Teilfinanzierung für das Jahr 2019 sowie Berechnung der Abschlagszahlungen 2020 durch den Bundestagsprä-

sidenten vom 31. Januar 2020 insgesamt 13.052 T€. Da von den staatlichen Mitteln 1.866 T€ auf der Erhöhung der Obergrenze für die Parteienfinanzierung beruhen, sind nur 11.186 T€ finanzplanwirksam bzw. sind zur Finanzierung der Ausgaben in 2020 verfügbar.

Die Abführungen der Landesverbände aus den staatlichen Mitteln in Höhe von knapp 1.378 T€ dienen in gleicher Höhe der Bildung des zentralen Wahlkampffonds. Aus den zentralen Mitteln beträgt die Zuführung zum zentralen Wahlkampffonds 2.650 T€.

Die Personalausgaben sind unter Berücksichtigung des Stellenplanes in Höhe von 5.120 T€ geplant worden. Die Zuführung des Parteivorstandes zum Altersteilzeitfonds erfolgt in Höhe von 56 T€, weitere 56 T€ werden diesem Fonds aus dem gemeinsamen Fonds des Finanzausgleichs – Zuschüsse an Gliederungen – zugeführt. Die Zuführungen zum Altersteilzeitfonds sind jeweils um 6 T€ höher als im Vorjahr geplant.

Die Ausgaben des laufenden Geschäftsbetriebs sind entsprechend des notwendigen Bedarfs geplant.

Der Fonds des Parteivorstandes wird um 78 T€ auf 777 T€ vermindert. Für Veranstaltungen und Konferenzen werden auf Grundlage vorliegender und zum Teil schon beschlossener Anträge 293 T€ geplant. Die finanziellen Mittel für die Kampagnenarbeit werden um 11 T€ reduziert und betragen 59 T€. Auch die finanziellen Mittel für die Frauenpolitik/feministische Arbeit wird im Vergleich zum Vorjahr um 5 T€ auf 30 T€ reduziert.

Für die Unterstützung des Kommunalwahlkampfes in Bayern sind 40 T€ bereitgestellt worden.

Die Zuschüsse an den Jugendverband werden wie im Vorjahr in Höhe von 315 T€ geplant.

Die Ausgaben für die Partei der Europäischen Linken (EL) sind in Höhe der zu erwartenden Einnahmen aus EL-Mitgliedsbeiträgen von 280 T€ geplant worden. Hiervon werden in Abstimmung mit dem EL-Schatzmeister 125 T€ direkt an die EL abgeführt. Damit finanziert DIE LINKE weiterhin den größten Anteil aller EL-Mitgliedsparteien an den Gesamteinnahmen der EL.

Bei den Bereichen der Bundesgeschäftsstelle sind die Ausgaben entsprechend des Bedarfs geplant worden. Im Bereich Kampagnen/Parteientwicklung wurde im Europawahlkampfjahr das Bereichsbudget niedriger geplant, für 2020 wird das Bereichsbudget um 6 T€ auf 72 T€ angehoben. Die Bereiche Strategie und Grundsatzfragen und Bürgerdialog/Medien/Öffentlichkeitsarbeit wurden dagegen niedriger als im Vorjahr geplant.

Für die Zusammenschlüsse sind 145 T€ geplant und damit 5 T€ mehr als im Vorjahr. Die Aufteilung wurde in der gemeinsamen Beratung der Zusammenschlüsse mit dem Bundesgeschäftsführer am 26. Oktober 2019 abgestimmt. Daneben werden für von den Zusammenschlüssen genutzte Räume Mietkosten in Höhe von 20 T€ übernommen und für externe Publikationen der Zusammenschlüsse sind Kopier-, Versand- und Druckkosten von insgesamt 55 T€ vorgesehen.

Die Zuschüsse des Parteivorstandes an die Landesverbände im Rahmen des Länderfinanzausgleichs werden 1.100 T€ betragen, damit erfolgt eine Erhöhung um 100 T€.

Der **Bundesfinanzrat** hat unter Leitung des Bundesschatzmeisters im Berichtszeitraum bisher neun Sitzungen durchgeführt. Darunter waren zwei jeweils zweitägige Beratungen, die gemeinsam mit den Landesgeschäftsführer/innen stattgefunden haben. Schwerpunkte waren:

- die Vorbereitung und Auswertung der Rechenschaftslegungen der Partei
- die Entwicklung des zentralen Wahlkampffonds sowie die Bestätigung und Abrechnung von Mitteln aus diesem Fonds
- die zentrale Spendenkampagne einschließlich der Nutzung von online-Spenden
- die Planung der Zuschüsse an die Landesverbände (Länderfinanzausgleich) für 2019 bis 2021 unter Berücksichtigung der Tarifverhandlungen
- die Mitgliederentwicklung, Altersstruktur und Entwicklung der Mitgliedsbeiträge in der Partei
- die Finanzplanung und Finanzabrechnung des Parteivorstandes

- die Einführung eines zentralen Buchhaltungszentrums verbunden mit der Modernisierung der Buchhaltungssoftware und den Möglichkeiten zur elektronischen Bearbeitung und Archivierung im Belegwesen
- die Weiterentwicklung und Modernisierung des Mitgliederprogramms MGL4web sowie der Datenschutz
- die Finanzsituation des Landesverbandes Saar
- die Neugestaltung der Beitragstabelle und die Neuordnung der innerparteilichen Finanzstruktur. Zur Umsetzung des entsprechenden Beschlusses der 1. Tagung des 6. Parteitags (8.–10. Juni 2018) hat der BFR eine gesonderte Arbeitsgruppe gebildet.

In den Sitzungen des Parteivorstandes und des Bundesausschusses wurde regelmäßig umfassend über die Finanzsituation informiert und diskutiert. Mit dem Betriebsrat sowie dem Gesamtbetriebsrat gab es eine gute Zusammenarbeit.

Im November 2019 wurde eine zentrale Schulung für die Mitglieder der Revisionskommissionen durchgeführt.

Anlage 1: Beschlüsse des Parteivorstands

Beschlüsse des Parteivorstands vom 30. Juni 2018 bis zum 12. September 2020
(außer Personalmaßnahmen)

2018/100	Geschäftsordnung
2018/101	Sitzungsplan
2018/105	Personalverantwortung
2018/106	Hauptamtliche Ausübung von Parteiämtern
2018/107	Zuständigkeiten Parteivorstand
2018/108 G.6	Frauen in Bewegung – grenzenlos feministisch
2018/108 G.10	Keine Anrechnung von Kindergeld auf den Regelsatz
2018/108 G.21	Verbot von Zwangsunterbringung von Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen
2018/108 G.22	Medikamentenversuche an ehemaligen Heimkindern
2018/108 P.9	Haltung der LINKEN zum bedingungslosen Grundeinkommen offen halten!
2018/111	Freilassung von Demitras
2018/112	Fahrplan Europawahlkampf
2018/114	Wie gewinnen wir die Dörfer zurück? - Den ländlichen Raum stärken und Kommunalwahlkämpfe unterstützen
2018/115	Für ein Ende der Blockade und Besetzung in Gaza
2018/116	Aufgaben des Parteivorstandes im Bereich Finanzen 2018 bis 2020
2018/117	Arbeitsvorhaben des Parteivorstandes der LINKEN 2018-2020
2018/119	Fiesta de Solidaridad
2018/120	Solidarität mit der Bewegung in Österreich gegen den 12-Stunden-Tag und die 60-Stunden-Woche
2018/121	Abrüsten statt aufrüsten
2018/123	Hochschulfinanzierung
2018/124GV	LINKER Kommunalkongress
2018/126GV	Aufruf gegen den »Marsch für das Leben«
2018/127GV	Protest gegen Polizeigesetze
2018/128	#unteilbar Demo
2018/108 C G.24	Aufrüstung, Rüstungsexport und Folgen für Menschen mit Behinderungen
2018/130	Grobfinanzplan für den Europawahlkampf 2019
2018/131	Free Gaza from Hamas Antrag und Stellungnahme
2018/132	Neuberufung internationale Kommission
2018/133	Berufung Wahlkampfleiter Europawahl 2019
2018/135	Bestätigung Inklusionsbeauftragte
2018/136	Preisausschreiben Inklusionsbüro
2018/137	Ausschreibung Clara-Zetkin-Frauenpreis 2019
2018/139	Aufstehen für die Stärkung unserer Partei und zur Bekämpfung der Rechten
2018/140	Seenotrettung
2018/141	Fachtagung Migration
2018/142	DIE LINKE stärken in den Landtagswahlkämpfen in Bayern und Hessen!
2018/143	Smart City mit LINKS
2018/144	Situation in Nicaragua
2018/148	Ende Gelände
2018/152	Mietenbündnis
2018/153	keine Abschiebungen aus Frankfurt Oder
2018/154	Solidarität mit den Nestlé-Beschäftigten!

2018/155	Erdogan-Besuch im September 2018
2018/157	Präsidium Deutscher Städtetag
2018/158	Demonstration »welcome united« in Hamburg am 29. September 2018
2018/160	Sitzungsplan bis Juni 2019
2018/162	Finanzielle Unterstützung Weiterbildungsseminare BAG Hartz IV
2018/163	Frauenstreik 2019
2018/166	Kreisvorsitzenden- und Aktionskonferenz 2019
2018/170	Ryanair
2018/172	100 Jahre Karl & Rosa und Jahresauftakt
2018/108 G.12	Geldauflagen
2018/108 G.27	Schuldenbremse
2018/175	Mentoringprogramm 2019/2020
2018/176	Internationaler Tag zur Beseitigung von Gewalt gegen Frauen
2018/177	Resolution Attentat Pittsburgh
2018/178	Einberufung des Europaparteitages und der Vertreter*innenversammlung
2018/180	Berufung Ältestenrat
2018/182	Entwurf Wahlstrategie
2018/183	Klimaproteste in Köln und Berlin
2018/184	Einführung eines Datenmanagementsystems in der Partei
2018/186	Vorstellung der Kampagne »Deutsche Wohnen & Co enteignen«
2018/189	Jahresauftakt 2019
2018/190	Zeitplan Europaparteitag und VV
2018/191	Gremienbesetzung Vertreter*innenversammlung
2018/192	Vorschlag Stärke der Europaliste
2018/193	Fest der Linken 2019
2018/195	Aufstehen gegen Rassismus 2019
2018/198	Frauentag 2019
2018/200	Politischer Aschermittwoch 2019
2018/201	Antrag zur Änderung der Satzung
2018/202	Unterstützung der Proteste gegen den AfD-Parteitag
2018/203	Solidarität mit den sozialen Protesten der Gelbwesten in Frankreich
2018/204GV	Darlehen zur Sicherung des ND
2018/205GV	Materialnachdruck Paragraph 218 abschaffen!
2018/206GV	Elysée 2.0 ablehnen
2019/002	Finanzplan Parteitag
2019/003	Wahlkampfmittel aus dem zentralen Wahlkampffonds für den Landesverband Bremen
2019/004	geDRUCKtes
2019/005	Aktionstag Rassismus
2019/006	Vorwahlkampf
2019/008	Kirchentag 2019
2019/009	Finanzielle Unterstützung der Europatage Essen
2019/011	Frauen*streik und Frauen*kampftag 2019
2019/012	Venezuela
2019/013GV	Broschüre Normalarbeitsverhältnis
2019/014	INF-Vertrag erhalten
2019/015	Solidarität mit den linken Kräften Brasilien
2019/016	Kein Einmarsch der Türkei in Rojava – Abzug nicht nur der US-Truppen aus Syrien

2019/017	Türkei- Leyla Güven
2019/018	Solidarität mit den SchülerInnen-Streiks
2019/019	Selbstverteidigung zum Schutz MieterInnen
2018/108 P.1	Für eine bessere Welt durch Frieden und Völkerverständigung
2018/108 P.5	Überlegungen zu Ursachen der Rechtsentwicklung und daraus resultierende Schlussfolgerungen für linke Politik
2019/020	Jahrestag der Befreiung
2019/022	Finanzplan 2019
2019/023	Veranstaltung – In was für einer Gesellschaft wollen wir leben
2019/024	Fortsetzung der Pflege- und Mietenkampagne 2019
2019/026	Modellprojekte 2019
2019/027	Bündnis »Zusammenstehen – solidarisch vielfältig«
2019/028GV	Sektempfang Clara-Zetkin-Frauenpreis
2019/029	Demoaufruf »Ein Europa für alle: Deine Stimme...«
2019/031GV	Venezuela-Antrag an Bundesausschuss
2019/032GV	Demos gegen Urheberrechtsreform
2019/033GV	Aufruf zu den Mietendemos
2019/036	Mittel aus dem zentralen Wahlkampffonds Rheinland-Pfalz
2019/037	Mittel aus dem zentralen Wahlkampffonds Thüringen
2019/038	Mittel aus dem zentralen Wahlkampffonds Sachsen
2019/039	Mittel aus dem zentralen Wahlkampffonds Brandenburg
2019/040	Digitalisierung
2019/042	Sommeruniversität der europäischen Linken
2019/045	Antrag der Bundesfinanzrevisionskommission zu Reisekostenordnung
2019/048	Feministisches Labor 2019
2019/050	Unterstützung des Kommunalwahlkampf in Rheinland-Pfalz und Rostock
2019/51	Aufruf End the cage age
2019/052	Sitzungsplan 2. Halbjahr 2019
2019/053	Städtetag 2019
2019/054	Pressefeste 2019
2019/055	Aufruf zur Demo am 19.Mai
2019/056	Unterstützung der Bürger*innen-Initiative #NewRightsNow für ein EU-weites Mindesteinkommen für Beschäftigte von digitale Plattformen
2019/058	Pro Choice Sachsen
2019/060GV	Aufruf für #unteilbar Sachsen
2019/062GV	Klimaproteste/system change – not climate change
2019/063	Fiesta de Solidaridad 2019
2019/064	Unterstützung der bundesweiten Demonstration gegen Abschiebehaft
2019/066	Kompromiss Impfpflicht
2019/067	Kreisvorsitzenden- und Aktionskonferenz April 2020
2019/068	Unterstützung Bürger*innen-Initiative Housingforall
2019/071	Unterstützung des Aufrufs »Kein Krieg gegen Iran- Verhandeln statt eskalieren!«
2019/072	Werbeversand DISPUT und nd DIE WOCHE an unsere Mitglieder
2019/073	Gründung einer gemeinnützigen Stiftung »Münzenbergs Erben«
2019/077GV	Bündnisarbeit Mieten- und Wohnungspolitik
2019/079	Arbeitsweise des Parteivorstandes
2019/082	Beschluss über den Delegiertenschlüssel für den 7. Parteitag und für den Bundesausschuss ab 2020

2019/083	Wahlkampfhilfe + #WannWennNichtJetzt + #unteilbar Sachsen
2019/084GV	Weltfriedenstag am 1. September / 80. Jahrestag des Beginns des 2. Weltkrieges
2019/085GV	Konferenz Armut als Bildungshemmnis
2019/087	Rekommunalisierungskampagne
2019/088	Wahlbilanz
2018/108 G.5 und G.9	Migration
2019/091	Kein Krieg gegen den Iran – jetzt aktiv werden gegen den Krieg!
2019/092	Lampedusa
2019/049 D.2 GV	Landesschuldenbremse Brandenburg
2019/049 G.1 GV	Erhöhung Mindestlohn
2019/049 P.7 GV	Gemeinsam für ein demokratisches und soziales Europa kämpfen
2019/049 D.5 GV	Weg mit §219 und §218
2019/093	Schutz für Rojava!
2019/095GV	Gegenaktionen zum »Marsch für das Leben« am 21.09.2019 in Berlin
2019/096	100 Jahre Kapp-Putsch-Gedenken
2019/097	Berufung Satzungscommission
2019/098GV	Keine Geschenke an Hohenzollern
2019/099GV	Schritt für Schritt zum kostenfreien ÖPNV
2019/100	Clara-Zetkin-Frauenpreis 2020
2019/101GV	Kommunaler Initiativpreis 2019
2019/103	Mietenkampagne 2. Halbjahr 2019
2019/106	Teilhabekonzept
2019/110GV	IIA-Protteste
2019/110PV	Solidaritätszuschlag
2019/111	Aufruf zum Globalen Klimastreik von Fridays for Future am 20.09
2019/113GV	Parteitag 2020
2019/114GV	Investitionsprogramm
2019/116	Abzug aller US-Streitkräfte und Schließung der US-Basen in Deutschland
2019/117	Solidarität mit HDP Bürgermeister*innen
2019/118	Preis Barrierefreiheit 2019
2019/049 P.6	Stromquellen am Arbeitsplatz auf Parteitag
2019/119GV	Kommunalkongress
2019/120GV	Klimagerechtigkeit
2019/121	Strategiekonferenz 2020
2019/122	Partei Vorstandstermine 2020
2019/124	Paritätsgesetz
2019/125	Kultur im KLH
2019/126	Jahresauftakt 2020
2019/127	Strategiekonferenz 2020
2019/128GV	Unterstützung OB-Stichwahl in Halle
2019/130	Protteste gegen den AfD-Bundesparteitag in Braunschweig
2019/131	Aufstehen gegen Rassismus 2020 Finanzantrag
2019/133	Neubestimmung Höhe sanktionsfreie Mindestsicherung
2019/134	Politischer Aschermittwoch 2020
2019/135	Privatisierung von behördlichen Bürger*innenportalen
2019/138	Gemeinsame Initiative diskriminierungsfreie Sprachregelungen
2019/141	Demounterstützung gegen Einmarsch der Türkei in Syrien

2019/142	Fest der Linken 2020
2019/144	LL-Ehrung 2020
2019/146	Solidarität mit italienischen Aktivist*innen
2019/151	Erfolg in Seattle im Kampf gegen Amazon
2019/153	Solidarität mit dem Widerstand gegen den kalten Putsch in Bolivien
2019/155	Frauenstreik 2020
2019/161	Solidarität mit der VVN/BdA
2019/162	Unterstützung der Proteste gegen den AfD Bundesparteitag am 30.11 in Braunschweig
2019/163GV	Demo »wir haben es satt!«
2020/001	Die Kriegsgefahr im Nahen und Mittleren Osten
2020/002	Sozialstaat
2020/003	Vertreter*innen des Parteivorstandes im Bundesausschuss
2020/004	Mittel aus dem zentralen Wahlkampffonds Hamburg
2020/005	Kenntnisnahme BAG Bewegungslinke
2020/007	Aktionen anlässlich des Internationalen Tags gegen Rassismus
2020/009	Erneuerung der Mitgliederkommunikation
2020/010	Aktionstag 8. März zum Thema Pflege
2020/011	Friedenspolitik/Defender 2020
2020/012	Arbeitsschwerpunkt Mobilität/ÖPNV
2020/013	Aktivitäten Pflegekampagne
2020/017	Stand der Debatte Pflegekampagne
2020/022	Solidarität mit den streikenden Kolleg*innen bei Ameos
2020/023	Ausschreibung für barrierefreie Geschäftsstellen
2020/024GV	Beteiligung an einer Demonstration in Thüringen
2020/025	Einberufung Parteitag und Grobfinanzplan
2020/026	Mitgliederoffensive
2020/027	Fortsetzung Mietenkampagne 2020
2020/028	Fortsetzung Pflegekampagne 2020
2020/029	Housing Action Day 2020
2020/032	Proteste gegen den AfD-Bundesparteitag in Offenburg
2020/033	Jahrestag der Befreiung, VVN
2020/034	1.Mai-Materialien 2020
2020/035	Finanz- und Stellenplan 2020
2020/036	LINKER Wirtschaftsgipfel
2020/038	Demo Frauen*kampftag 2020
2020/040	Trauer und Solidarität für die Opfer des rechten Terrors! die NSU Akten müssen offen gelegt werden
2020/045	Coronavirus und Folgen
2020/046	Plakat 1. Mai
2020/053	Solidarisch aus der Krise. Menschen vor Profite
2020/054	Konzept Öffentlichkeitsarbeit und social media
2020/055	Sitzungsplan
2020/056	Verschiebung Parteitag
2020/057	Vorschlag Verständigung BGE
2020/058	EU Ratspräsidentschaft
2020/059	Petition Handelsaufstand
2020/060	1.Mai 2020

2020/061	Dringlichkeitsantrag: Resolution der Beschäftigten an Charité und Vivantes Berlin unterstützen
2020/063	Wahlkampfbudget
2020/064	Kriterien für Kandidaturen zum Deutschen Bundestag 2021
2020/065	Frauen* und Corona
2020/067	Die Kosten der Corona-Krise gerecht verteilen!
2020/068	Bildung in der Coronakrise – Solidarität statt Konkurrenz
2020/069	Einberufung 7. Parteitag
2020/074	Onlineveranstaltung Fest der LINKEN
2020/075GV	Unterstützung Bündnis Krankenhaus statt Fabrik
2020/076GV	Solidarität mit Streikenden Booth
2020/077	Sitzungsplan bis zum Bundesparteitag 2020
2020/079	Schluss mit Sanktionspolitik!
2020/080	Antrag zu antiimperialistischer Aktionswoche Ende Mai
2020/084	Solidarität mit den Beschäftigten bei GALERIA Karstadt Kaufhof GmbH
2020/085GV	Unterstützung der Erklärung »Solidarität heißt: niemanden vergessen!«
2020/087GV	Massenzeitung zur Corona-Pandemie
2020/088	Eigenständige Angebote der LINKEN in der Corona-Zeit
2020/090	»Solidarität durch Inklusion – ohne Vorbehalt!«
2020/092	Aktiv gegen »Hygiene«-Demonstrationen und Verschwörungsmythen
2020/096	Band der Solidarität
2020/097	Annahme einer Spende Cuba Si Heyner GmbH
2020/098	Annahme einer Spende Cuba Si Stockhausen Consulting GmbH
2020/099	Protest gegen Polizei-Rassismus in den USA
2020/100	Intensivierung und politische Zuspitzung der Pflegekampagne
2020/102	Neuer Sitzungsplan
2020/103	Votum des Parteivorstandes zum Mitgliederentscheid BGE
2020/104	Die Schuldenbremse streichen
2020/105	Finanzielle Handlungsfähigkeit von Ländern und Kommunen sichern
2020/111	Unterstützung der internationalen Petition #Right2Cure
2020/118	Vernetzungstreffen im Rahmen der Weiterentwicklung der LINKEN als migrantische Partei
2020/119	1. September 2020 Weltfriedenstag/Antikriegstag
2020/120	Keine Abfrage der Staatsangehörigkeit im Rahmen strafprozessualer Ermittlungen
2020/121	Ausstellung Extreme Rechte
2020/122	Kommunalkongress 2020
2020/124	Finanzierung der Corona-Massenzeitung
2020/125	Wahlen Ecuador
2020/126	Gegenaktion »Marsch für das Leben«
2020/127GV	Unterstützung International Safe Abortion Day
2020/129	Für ein neues Belarus
2020/131	Drohende Vertreibungen von Landbesetzer*innen in Brasilien
2020/132	Leitantrag Parteitag
2020/133	Geschäftsordnung 7. Parteitag
2020/134	Kreisvorsitzenden- und Aktionskonferenz 2021
2020/139	Linke Verkehrswende, Solidarität mit der Tariffbewegung öffentlicher Personennahverkehr
2020/140	Nachberufung historische Kommission

2020/143GV	Unterstützung des Aufrufs »Solidarität statt Schulterchluss mit Nazis«
2020/146	Bericht und Nachberufung Historische Kommission
2020/147	Nachkalkulation Bundesparteitag
2020/148	Vorschlag für einen Zeitplan zum Parteitag
2020/149	Vorschlag für die Gremien des Parteitages
2020/150	Bericht des Parteivorstandes an den Parteitag
2020/151	Clara-Zetkin-Frauenpreis 2021
2020/152	Entnahme aus dem Zentralen Wahlkampffonds RLP
2020/153	Entnahme Mittel aus dem Zentralen Wahlkampffonds MV
2020/154	Entnahme Mittel aus dem Zentralen Wahlkampffonds BaWü
2020/155	Satzungsänderung Online-Parteitage
2020/156	Parteitagsantrag Parteientwicklung
2020/159	Parteitagsantrag Gegen rechte Netzwerke und institutionellen Rassismus. Die Polizei demokratisieren!

Abschlussbericht zum Europawahlkampf 2019

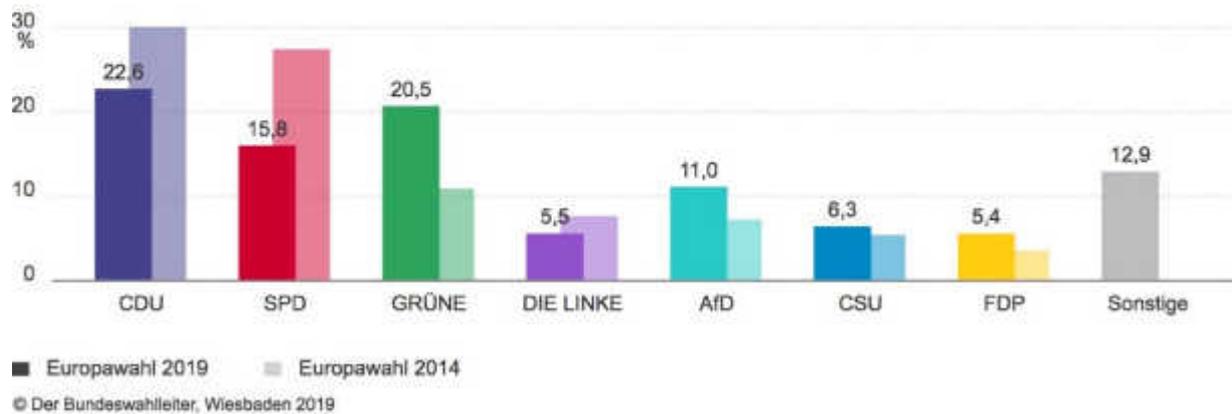
Jörg Schindler, Bundeswahlkampfleiter

1. Wahlergebnis

Stimmenanteile

Europawahl 2019, Deutschland

Zwischenergebnis: 27.05.2019 03:00:33 Uhr, 401 von 401 Kreisen ausgezählt



Europawahl 2019

infratest dimap Wahlanalyse

	2019		Diff. 2019-14		2014	
	Anzahl	%	Anzahl	%-Pkt.	Anzahl	%
Wahlberechtigte	61.568.304		-430.520		61.998.824	
Nichtwähler	23.759.665	38,6	-8.395.361	-13,3	32.155.026	51,9
Wähler	37.808.639	61,4	+7.964.841	+13,3	29.843.798	48,1
Stimmen						
ungültige	422.719	1,1	-65.987	-0,5	488.706	1,6
gültige	37.385.920	98,9	+8.030.828	+0,5	29.355.092	98,4
CDU/CSU	10.790.965	28,9	+410.864	-6,5	10.380.101	35,4
CDU	8.436.148	22,6	-376.505	-7,5	8.812.653	30,0
CSU	2.354.817	6,3	+787.369	+1,0	1.567.448	5,3
SPD	5.914.187	15,8	-2.089.441	-11,4	8.003.628	27,3
Grüne	7.675.018	20,5	+4.535.744	+9,8	3.139.274	10,7
Linke	2.055.754	5,5	-112.701	-1,9	2.168.455	7,4
AfD	4.103.173	11,0	+2.033.159	+3,9	2.070.014	7,1
FDP	2.028.175	5,4	+1.041.334	+2,1	986.841	3,4
FREIE WÄHLER	806.563	2,2	+377.763	+0,7	428.800	1,5
PIRATEN	243.300	0,7	-181.744	-0,8	425.044	1,4
Tierschutz	541.965	1,4	+175.367	+0,2	366.598	1,2
NPD	101.316	0,3	-199.823	-0,8	301.139	1,0
FAMILIE	273.742	0,7	+70.939	+0,0	202.803	0,7
ÖDP	370.001	1,0	+184.757	+0,4	185.244	0,6
DIE PARTEI	898.311	2,4	+713.602	+1,8	184.709	0,6
Ab jetzt	58.533	0,2	-30.002	-0,1	88.535	0,3
BP	81.878	0,2	+19.440	+0,0	62.438	0,2
DKP	20.418	0,1	-4.729	-0,0	25.147	0,1
MLPD	18.340	0,0	+142	-0,0	18.198	0,1
SGP	5.291	0,0	+5.291	+0,0	0	0,0
TIERSCHUTZ hier!	99.723	0,3	+99.723	+0,3	0	0,0
Tierschutzallianz	68.590	0,2	+68.590	+0,2	0	0,0
Bündnis C	66.228	0,2	+66.228	+0,2	0	0,0
BIG	68.653	0,2	+68.653	+0,2	0	0,0
BGE	40.831	0,1	+40.831	+0,1	0	0,0
DIE DIREKTE!	25.526	0,1	+25.526	+0,1	0	0,0
DIEM25	130.062	0,3	+130.062	+0,3	0	0,0
Ill.Weg	12.819	0,0	+12.819	+0,0	0	0,0
DIE GRAUBEN	71.279	0,2	+71.279	+0,2	0	0,0
DIE RECHTE	24.624	0,1	+24.624	+0,1	0	0,0
DIE VIOLETTEN	27.811	0,1			0	0,0
LIEBE	33.150	0,1	+33.150	+0,1	0	0,0

* Im Unterschied zum Bundeswahlleiter sind die Differenzen aus den ungerundeten Ergebnissen berechnet

Europawahl 2019

	2019		Diff. 2019-14		2014	
	Anzahl	%	Anzahl	%-Pkt.	Anzahl	%
DIE FRAUEN	55.255	0,1	+55.255	+0,1	0	0,0
Graue Panther	76.168	0,2	+76.168	+0,2	0	0,0
LKR	43.964	0,1	+43.964	+0,1	0	0,0
MENSCHL. WELT	34.440	0,1	+34.440	+0,1	0	0,0
NL	15.942	0,0	+15.942	+0,0	0	0,0
ÖkoLinX	35.790	0,1	+35.790	+0,1	0	0,0
Die Humanisten	62.608	0,2	+62.608	+0,2	0	0,0
PARTEI FÜR DIE TIE	85.719	0,2	+85.719	+0,2	0	0,0
Gesundheitsforsch	71.003	0,2	+71.003	+0,2	0	0,0
Volt	248.805	0,7	+248.805	+0,7	0	0,0
			2019 nicht angetreten		318.124	1,1

* Im Unterschied zum Bundeswahlleiter sind die Differenzen aus den ungerundeten Ergebnissen berechnet

Die **Wahlbeteiligung** ist von 48,1 Prozent im Jahr 2014 auf 61,4 Prozent gestiegen. Am **niedrigsten** war die Wahlbeteiligung in Sachsen-Anhalt (54,76 Prozent), gefolgt von Hessen und Mecklenburg-Vorpommern (beide 58,5 Prozent). Die Kreise mit der höchsten Wahlbeteiligung sind St. Wedel (SL) mit 74,4 Prozent, Münster (73,7 Prozent), Starnberg (71,9 Prozent), gefolgt von einigen Kreisen in RP, München, Heidelberg, Tübingen, Bonn.

Europawahl 2019

Wahlbeteiligung

Bundesrepublik Gesamt	
Wahlberechtigte	61.568.304
Wähler %	61,4 +13,3
Absolut	37.808.639
	+7.964.841

Alte und neue Bundesländer

West	61,7 +13,4
Ost	60,3 +12,8

Einwohnerdichte

Metropolen	62,3 +15,4
hohe Dichte	60,8 +12,5
mittlere Dichte	62,2 +12,9
geringe Dichte	59,6 +13,6

Bundesländer - sortiert nach Wahlbeteiligung

Saarland	66,4 +12,3
Rheinland-Pf.	64,9 +7,9
Baden-Württbg.	64,0 +11,9
Sachsen	63,7 +14,5
Bremen	62,8 +22,4
Hamburg	61,7 +18,2
Thüringen	61,6 +10,0
Niedersachsen	61,5 +12,5
Nordrhein-W.	61,4 +9,0
Bayern	60,9 +20,0
Berlin	60,6 +13,9
Schleswig-H.	59,8 +16,5
Brandenburg	59,5 +12,8
Mecklenburg-V.	58,5 +11,7
Hessen	58,5 +16,2
Sachsen-Anh.	54,7 +11,7

Veränderungen zur Europawahl 2014

Wahlergebnisse der Parteien u.a. nach Alter, Geschlecht, Beruf, wirtschaftliche Lage

Europawahl 2019

infratest dimap WahlANALYSE

Wahlverhalten in Bevölkerungsgruppen

	CDU/CSU	SPD	Grüne	Linke	AfD	FDP	Sonst.
Alter							
18-24 J.	12 -15	8 -12	34 +16	8 0	5 -3	8 +5	25 +9
25-34	18 -11	10 -9	25 +9	7 -1	11 +3	6 +3	24 +7
35-44	23 -10	11 -11	24 +9	5 -2	13 +5	6 +2	18 +7
45-59	26 -5	14 -14	24 +10	5 -3	13 +6	5 +2	12 +3
60+	41 -1	22 -10	13 +8	5 -2	9 +3	5 +1	6 +2
Frauen							
18-24 J.	10 -17	8 -12	41 +18	9 +1	4 -1	5 +3	23 +8
25-34	18 -12	11 -8	30 +11	6 -1	8 +3	4 +1	23 +6
35-44	23 -11	12 -10	28 +10	5 -2	9 +3	5 +2	17 +7
45-59	25 -7	14 -13	28 +11	5 -3	9 +4	5 +2	14 +6
60+	42 -3	22 -10	14 +9	5 -1	6 +2	4 +1	6 +1
Männer							
18-24 J.	12 -15	8 -12	28 +15	7 -2	7 -2	10 +6	28 +10
25-34	18 -10	10 -9	21 +8	7 -1	12 +2	7 +3	25 +7
35-44	22 -10	10 -11	21 +8	5 -2	15 +5	7 +2	19 +7
45-59	27 -3	15 -14	20 +8	5 -3	16 +7	6 +3	11 +2
60+	39 -1	22 -11	12 +8	5 -2	11 +3	5 +1	5 +1
Beruf/ Tätigkeit*							
Arbeiter	24 -8	15 -11	14 +7	6 -4	23 +13	4 +2	14 +1
Angestellte	24 -9	13 -12	26 +12	6 -1	9 +1	6 +3	17 +7
Beamte	28 -2	17 -13	31 +15	3 -2	6 -2	3 +1	12 +3
Selbstständige	26 -12	9 -8	25 +10	3 -4	12 +4	12 +3	13 +7
Rentner	41 0	23 -12	11 +6	5 -2	10 +4	4 +1	5 +2
Arbeitslose	14 -7	14 -14	17 +6	13 -3	21 +16	3 +1	18 +1
Bildung*							
hoch	23 -7	13 -11	30 +13	6 -2	7 0	6 +1	15 +6
mittel	30 -8	15 -11	15 +8	6 -2	15 +7	5 +2	13 +3
niedrig	40 -1	23 -12	9 +5	3 -3	13 +7	4 +2	8 +2
Persönliche wirtschaftliche Lage*							
Zufriedene	30 -7	15 -13	22 +11	5 -1	10 +3	6 +2	12 +5
Unzufriedene	18 -7	17 -9	16 +6	9 -6	19 +10	3 +1	17 +4
Konfession*							
katholisch	42	13	20	3	7	5	10
evangelisch	29	19	21	4	10	6	11
andere	17	16	22	7	13	3	22
Keine	17	14	22	9	16	5	18

Datenbasis: 55.319 Wähler
8.776 Wähler*

Zellen: % Differenzen zu 2014 in %Punkten

ARD | infratest dimap-Exit Poll

infratest dimap

Motive der Wahlentscheidung

	CDU/CSU	SPD	Grüne	Linke	AfD	FDP	Gesamt
Wahl aus ...							
Überzeugung	79 +1	73 +1	71 +5	61 +6	37 +4	57 -13	66 -1
Enttäuschung	15 -2	22 0	25 -4	34 -6	59 -1	38 +13	29 +1
Haben Sie Ihre Partei gewählt, weil Sie von ihr überzeugt sind, von anderen enttäuscht sind?							
Wahl wegen ...							
Bundespolitik	51 -14	42 -9	42 -1	51 -3	61 +15	47 +1	47 -7
Europapolitik	41 +12	51 +8	51 -1	40 +1	27 -20	45 -3	45 +6
Was hat bei Ihrer Wahl die entscheidende Rolle gespielt?							
Haltung zur EU-Mitgliedschaft							
Mitgliedschaft bringt Deutschland ...							
eher Vorteile	70 +22	70 +17	82 +24	56 +23	15 +4	61 -3	63 +17
eher Nachteile	4 -8	6 -6	2 -6	7 -16	42 -3	7 -4	9 -7
beides gleich	22 -13	20 -13	14 -18	33 -7	39 -2	29 +7	24 -11
Deutschland hat von der EU-Mitgliedschaft...							
Zeitpunkt der Wahlentscheidung							
Entscheidung ...							
am Wahltag	16 -3	19 +2	13 -6	19 +1	16 +2	22 0	18 -1
letzte Tage	16 -3	20 -1	23 -3	19 +3	10 -8	23 +3	19 -2
Kurzentscheider	32 -6	39 +1	36 -9	38 +4	26 -6	45 +3	37 -3
letzte Wochen	19 0	18 -3	26 +5	19 0	17 -6	19 -5	21 +1
vor längerer Zeit	32 +5	28 +2	31 +6	33 +1	50 +7	28 +5	31 +4
wähle immer gleich	14 0	13 0	7 -1	8 -5	6 +5	7 -2	9 -2
Wann haben Sie Ihre Wahlentscheidung zur Europawahl getroffen?							

Spalten-% Differenzen zu 2014 in 8 Punkten

Datenbasis: 8.778 Wähler

ARD | infratest dimap-Exit Poll

infratest dimap

1.2 Ergebnisse der LINKEN

DIE LINKE hat rund 112 000 Stimmen verloren, was sich bei gesteigerter Wahlbeteiligung in 1,9 Prozent der Stimmen übersetzt. Zur Bundestagswahl 2017 lag der Anteil der Spätentscheider*innen unter den LINKE-Wähler*innen bei 33 Prozent. Zur jetzigen Europawahl entschieden sich 38 Prozent der LINKE-Wähler*innen erst am Wahlsonntag bzw. in den letzten Tagen vor der Europawahl für ihre Partei. 41 Prozent gaben an, sich bereits vor längerer Zeit festgelegt zu haben bzw. generell für die LINKE zu stimmen. Dies entspricht etwa dem bundesweiten Durchschnitt.

LINKE-Wähler*innen orientierten sich ähnlich wie 2014 an der Bundespolitik, sind jedoch deutlich positiver gegenüber der EU eingestellt als vor fünf Jahren. Für sechs von zehn LINKE-Wähler*innen überwiegen Deutschlands **Vorteile aus der EU-Mitgliedschaft** – eine **Steigerung um 23 Prozentpunkte**. DIE LINKE mobilisiert wie die meisten anderen Parteien bei der Europawahl in erster Linie Wähler*innen, die inhaltlich auch von den Positionen der LINKEN überzeugt sind. Nach 40 Prozent 2014 geben bei dieser Europawahl noch 34 Prozent an, aus Enttäuschung gegenüber anderen Parteien für DIE LINKE gestimmt zu haben.

Nach Alter, Geschlecht, Bildung, Beruf

Die Verluste zeigen sich in fast allen Altersgruppen außer bei **Frauen** zwischen 18 und 25 Jahren, wo DIE LINKE um ein Prozent auf 9 zulegte. Überdurchschnittliche Werte erzielte sie bei **Arbeitslosen** (14 Prozent), bei Menschen, die ihre persönliche wirtschaftliche Lage als schlecht einschätzen (10

Prozent) und bei nicht (9 Prozent) oder nicht christlich (7 Prozent) religiös gebundenen Wähler*innen. Unterdurchschnittliche Werte erreichte DIE LINKE bei Beamten, Selbständigen, Katholik*innen und Menschen mit formal niedriger Bildung (alle 3 Prozent). 7,4 Prozent der **Gewerkschafterinnen** und Gewerkschafter, Gewerkschaftsfrauen mit 8 Prozent.



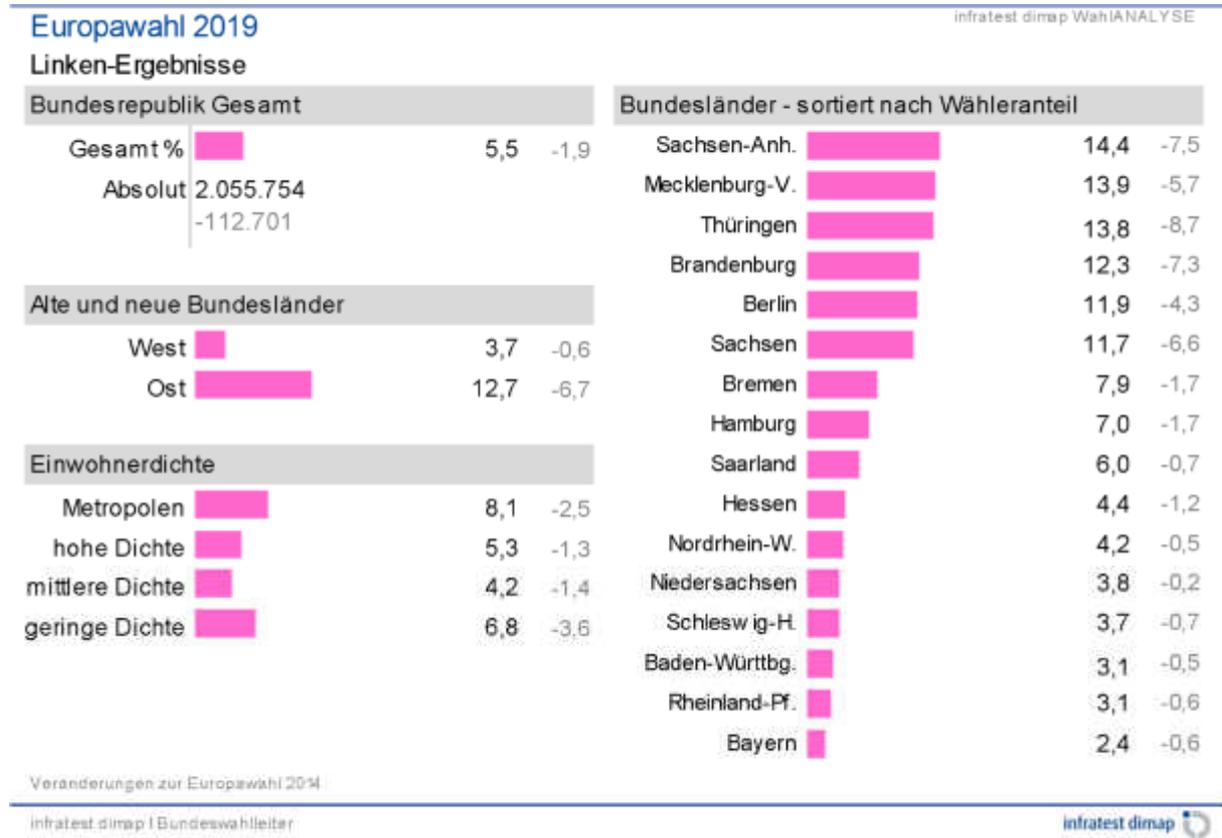
Regionale Besonderheiten

DIE LINKE büßt gegenüber der letzten Europawahl Stimmenanteile ein, insbesondere in den **ostdeutschen Flächenländern Thüringen und Sachsen-Anhalt**. Ihre bundesweit besten Ergebnisse erzielt sie trotz starker Verluste in Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern, gefolgt von den anderen ostdeutschen Bundesländern. Schwerer tut sie sich in Bayern und Rheinland-Pfalz. Ihre besten Ergebnisse im Westen erzielt sie in den Stadtstaaten Hamburg und Bremen.

Der Wahlkreis mit dem **besten Ergebnis** für DIE LINKE ist **gleichzeitig der mit den höchsten Verlusten** im Vergleich zur EW 2014: 19,5 Prozent SK **Suhl in Thüringen** (-13,9). Auch in den anderen Wahlkreisen mit höchsten LINKEN-Ergebnissen sind die Verluste (und waren die vorherigen Ergebnisse) überdurchschnittlich: Frankfurt/Oder 18,4 (-7,9), Gera 17,3 (-12,2).

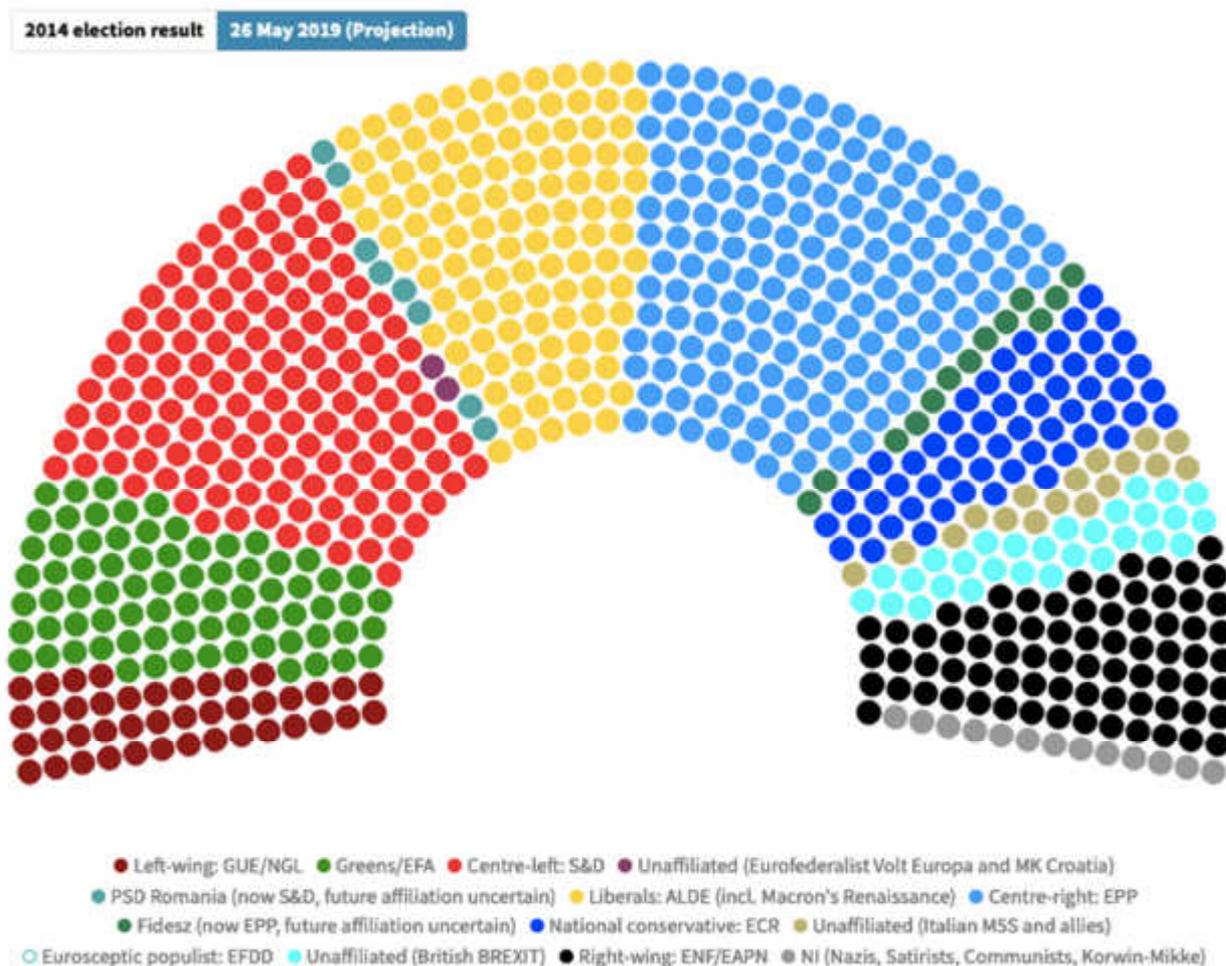
DIE LINKE verliert in den westlichen **Metropolregionen** unterdurchschnittlich, deutlich überdurchschnittlich allerdings in Berlin (-5,4 Prozent) und Halle-Leipzig (-7 Prozent).

In **den Ländern mit Kommunalwahlen verliert sie stärker** (-3,3) als in denen ohne Kommunalwahlen (-0,9)¹. Die Wahlkreise mit den schwächsten Ergebnissen liegen in Bayern.



¹ Die SPD verliert in den Ländern ohne Kommunalwahl mehr, die CDU in den Ländern mit Kommunalwahl.

1.3 Europäische Ergebnisse

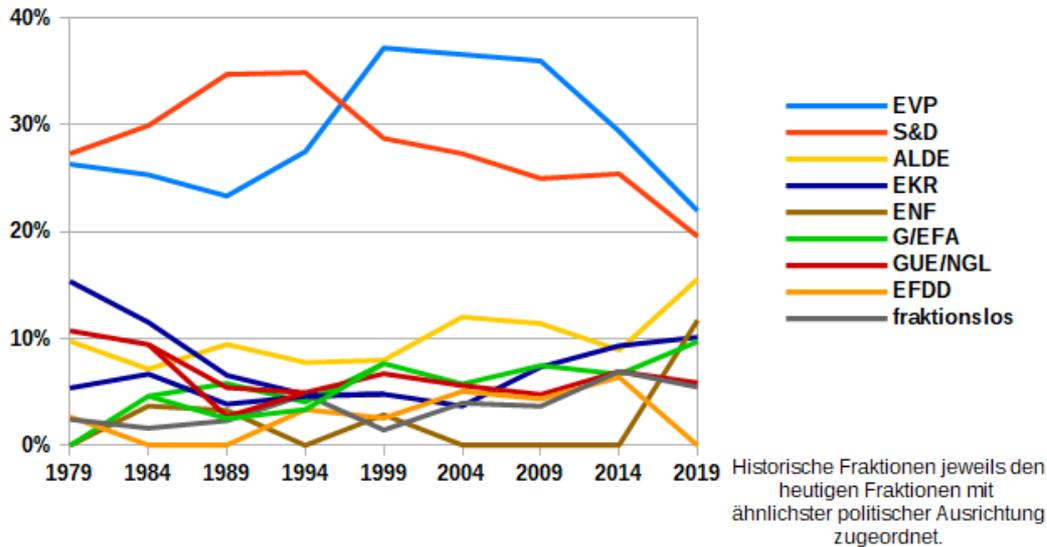


	GUE/ NGL	Grüne/ EFA	S&D	ALDE	EVP	EKR	EDD	ENF	f'los	Weitere
alt	52	52	187	69	216	77	42	36	20	–
neu, mit UK	42	69	144	113	177	61	45*	71	11	18*
dynamisch	44	73	147	117	165	76	–	88	41	–
neu, ohne UK	41	62	139	101	180	59	16*	75	10	22*
dynamisch	44	67	142	105	168	74	–	93	12	–

Erstmals nach Jahrzehnten zurückgehender Werte überschritt die **Wahlbeteiligung knapp die 50 Prozent**. Und erstmals war Ökologie ein wahlentscheidendes Thema.

Die »historischen **Volksparteien**« haben starke **Verluste** hinnehmen müssen, Die **S&D** erreichte ihr mit Abstand **schlechtestes Wahlergebnis** überhaupt; und auch die **EVP** befindet sich nahe an ihrem Tiefpunkt von 1989 und könnte noch darunter fallen, falls sich die ungarische Fidesz dazu entschließt, die Fraktion zu verlassen. Gemeinsam kommen die beiden Fraktionen der informellen Großen Koalition, deren Zusammenarbeit seit jeher den Ton im Europäischen Parlament angab, erstmals **nicht mehr auf eine absolute Mehrheit der Sitze**.

Sitzanteil der Fraktionen im Zeitverlauf (Europawahl-Ergebnisse; 2019: dynamisches Szenario mit UK)



Die linken Parteien, die bisher als Fraktion der Vereinten Europäischen Linken/Nordische Grüne Linke (**GUE/NGL**) im Europäischen Parlament (EP) sitzen, kommen statt auf 52 nur noch auf 38 Sitze.

Kleine linke Erfolgsgeschichten: Die belgische Partei der Arbeit (PTB) hat erstmals ein Mandat im EP errungen, der portugiesische Linksblock um ihre charismatische Spitzenkandidatin Marisa Matias konnte mit gut 9 Prozent seinen Stimmanteil im Vergleich zu 2014 verdoppeln. SYRIZA in Griechenland konnte seine sechs Mandate verteidigen.

Die linken skandinavischen Parteien aus Schweden, Dänemark und Finnland erreichen jeweils ein Mandat und wiederholen damit ihre Ergebnisse von 2014, bleiben also stabil. Ebenso die AKEL auf Zypern. In Osteuropa hat sich die Lage der Linken weiter verschlechtert – die Kommunistische Partei Böhmen und Mährens (KSCM) schickte 2014 noch drei Abgeordnete nach Brüssel – jetzt verlieren sie zwei Mandate. Im kleinen Slowenien reichen auch gute 6,5 Prozent von Levica, der Partei der Spitzenkandidatin der Europäischen Linken Violeta Tomić, nicht für ein Mandat. Und in Polen verblieb Razem bei wenigen Prozent.

Das schwache Abschneiden der Linken vollzieht sich vor allem in den großen, bevölkerungsreichen Ländern der EU: In Italien hat sich die zersplitterte Linke zwar auf ein gemeinsames Wahlbündnis geeinigt, doch die 4-Prozent-Sperrklausel, die in Italien für die EP-Wahlen gilt, wurde deutlich verpasst. In Spanien markierte die Europawahl 2014 den Beginn des Aufstiegs der spanischen Linken: Vereinte Linke und Podemos erreichten gemeinsam 18 Prozent, in den Wahlen 2019 konsolidierte sich der jüngste Erfolg (bei den Parlamentswahlen) der sozialdemokratischen PSOE, wohingegen die Linke nur noch auf 10 Prozent kommt. In Frankreich konnte Jean-Luc Mélenchons France Insoumise respektable 6 Prozent erreichen – doch im Vergleich zur Präsidentschafts- und Parlamentswahl 2017 stellt das Ergebnis eine Enttäuschung dar. Die Französische Kommunistische Partei, einst zusammen mit der italienischen IKP die größte kommunistische Partei Westeuropas, ist nicht mehr mit Abgeordneten im EP vertreten – die allein antretenden Kommunisten, ein Entschluss des letzten Parteitag, scheiterten deutlich an der in Frankreich gültigen 5-Prozent-Sperrklausel.

Die Sozialistische Partei (SP) der Niederlande, die seit Jahren erfolgreich Politik macht, wurde bei den Europawahlen abgestraft und verlor ihr Mandat – die SP hatte einen sehr EU-kritischen Wahlkampf geführt. Podemos wiederum bezog sich zwar kritisch, aber nicht ablehnend auf die EU – und auch Podemos verlor in der Wählergunst.

Ebenfalls fällt auf: Auch wenn Ökologie und die Verknüpfung des Umweltschutzes mit der sozialen Frage in den Programmen und im Wahlkampf der europäischen Linksparteien eine große Rolle

eingenommen haben – profitiert haben sie vom Aufschrei der Generation Klimagerechtigkeit nicht. Die Statistiken zu den Jungwählerinnen und Jungwählern sprechen eine deutliche Sprache – nicht überall so deutlich wie in Deutschland, aber die Tendenz ist die Gleiche.

Die skandinavischen Linksparteien gaben sich bei ihren Gründungen Anfang der 90er Jahre eine sozialistische und eine grüne Identität – und haben dadurch jahrelang stabil den Erfolg grüner Parteien in ihren Ländern eindämmen können. Die Frage wird sein, ob solch eine Transformation der Partei-identität noch zu erreichen ist.

Ergebnisse rechte Parteien

Aus insgesamt 20 der 28 EU-Mitglieder sind Parteien aus dem rechten Spektrum auf EU-Ebene vertreten. Obwohl rechte Parteien der unterschiedlichsten Facetten – über nationalistisch, populistisch bis zu offen neofaschistisch – mit hoher Zustimmung rechnen konnten und es einige Länder gibt, in denen sie stärkste Kraft wurden, fielen die Ergebnisse insgesamt doch schwächer aus als erwartet. Bis zu einem Drittel der Sitze wurden für die Fraktionen EKR (Europäische Konservative und Reform), EFDD (Europa der Freiheit und direkten Demokratie) und ENF (Europa der Nationen und Freiheit) prognostiziert. Nach den letzten Auszählungen (27.5.) kommen sie derzeit auf etwa 174 – 194 Sitze, wenn man die neuen Abgeordneten, die sich noch keiner Fraktion zugeordnet haben, hinzuzählt.

Das Fortbestehen der bisherigen rechten Fraktionen im EP bleibt ebenfalls offen, die EFDD wird sich wegen zu weniger Mitglieder wohl auflösen, während die ENF in der Allianz von Salvini aufgehen könnte. Salvinis Allianz könnte das neue Zuhause sowohl für die AfD als auch Le Pens' Rassemblement National, die österreichische FPÖ, den niederländische Vlaams Belang sowie rechte Parteien aus Skandinavien wie die Schwedendemokraten oder die Dänische Volkspartei werden. Laut aktuellen Prognosen käme sie auf 71 Sitze.

Die Regierungsparteien Ungarns und Polens Fidesz und PiS erhielten jeweils 51 und 46 Prozent und wurden damit wiederholt stark bestätigt. Obwohl die Partei unter Ungarns Premier noch der EVP angehört, zeigt sie klar nationalistische Züge und wird sich mit ihren 13 Sitzen potenziell der neuen Allianz Salvinis anschließen. Die PiS gehört derzeit mit 23 Sitzen der EKR Fraktion an. Die faschistische Jobbik aus Ungarn verliert im Vergleich zu 2014 stark (- 8 Prozent) und kann statt mit drei nur noch mit einem Abgeordneten ins EP einziehen.

Italiens Lega sowie der französische Rassemblement National (RN) wurden in ihren Ländern stärkste Kraft. Die Lega wird mit 33,6 Prozent (2014: 6,15 Prozent) 28 Sitze in der von ihrem Vorsitzenden initiierten neuen Fraktion einnehmen (+23) und kommt in Italien klar vor Demokratischer Partei und ihrem Regierungspartner 5 Sterne Bewegung (M5S), die im Vergleich zu den letzten Parlamentswahl herbe Verluste einstecken musste (-16 Prozent). Damit steht auch die Regierungskoalition in Frage und die Forderung nach Neuwahlen wird lauter, da die Lega sich mit dem Europawahlergebnis Chancen erhofft, bei erneuten Wahlen zum italienischen Parlament zu gewinnen. Es ist offen, welcher Fraktion M5S sich mit ihren 14 Abgeordneten anschließen wird. Darüber hinaus konnte die ebenfalls rechte Partei Fratelli d'Italia (Brüder Italiens) fünf Sitze erringen und wird wohl der EKR-Fraktion angehören.

Die Brexit Partei von Nigel Farage bekam unter den Rechten zwar absolut die meisten Sitze (29; 31,7 Prozent), ihre zukünftige Rolle im Parlament ist aber wegen des schwebenden Austritts des Vereinigten Königreiches unklar. Derzeit wird eine Koalition unter Einschluss der M5S als möglich erachtet.

Der RN ließ in Frankreich mit 23,3 Prozent Präsident Macrons En Marche (22,4 Prozent) hinter sich, liegt allerdings hinter seinem Ergebnis der letzten Europawahlen (24,8 Prozent). 22 Abgeordnete werden den RN nun im EP vertreten.

Auch die **AfD** kann mit elf Sitzen im Parlament rechnen, Vorhersagen sahen sie zeitweise allerdings bei 14 Prozent. Sie gewinnen damit im Vergleich zu 2014 vier Sitze und vier Prozent Zustimmung.

Die österreichische FPÖ verlor sicher aufgrund des Strache-Skandals und wird mit drei Abgeordneten in die ENF Fraktion/Salvini Allianz einziehen. Wurde sie in den letzten Umfragen noch bei 23 Prozent gesehen, erreichte sie nun nur noch 19,7 Prozent.

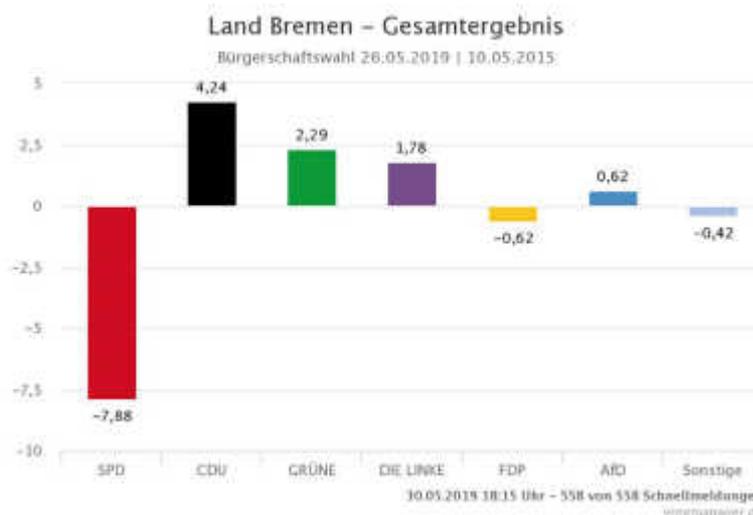
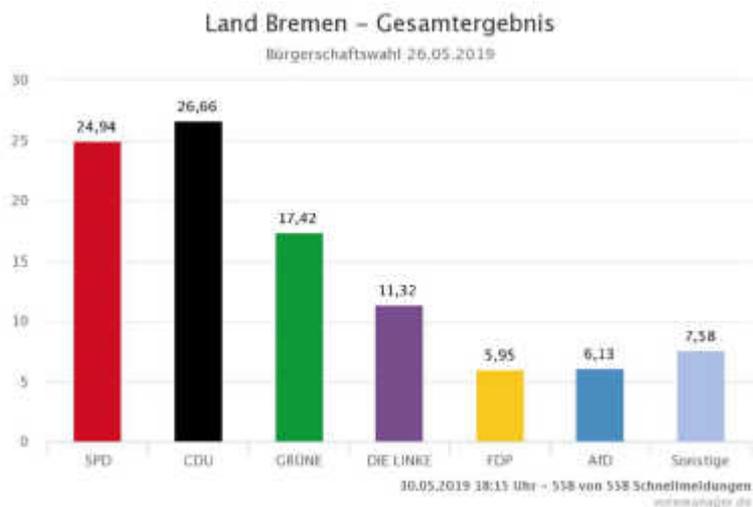
Die spanische Vox lag in den Umfragen teilweise bei acht Prozent, konnte jetzt aber nur 6,2 Prozent und somit drei Sitze erringen.

Die Schwedendemokraten, die belgischen Parteien Neue Flämische Allianz und Vlaams Belang sowie das niederländische Forum für Demokratie errangen jeweils drei Sitze. Die rechtspopulistische PVV von Gert Wilders ging dagegen leer aus.

Die tschechische Freiheit und direkte Demokratie Partei SPD, die Finnenpartei (vormals Echte Finnen), die slowakische L'SNS und die lettische Nationale Vereinigung bekommen jeweils zwei Sitze.

Einen Sitz bekamen jeweils die Dänische Volkspartei, die nordirische DUP, die litauische Partei Ordnung und Gerechtigkeit, die Goldene Morgenröte aus Griechenland sowie EKRE aus Estland.

1.4 Landtagswahl Bremen



Land Bremen – Gesamtergebnis – Sitzverteilung

Bürgerschaftswahl 26.05.2019



10.05.2019 18:15 Uhr - 134 von 134 Schnellwertungen - wahlmanager.de

Gemeinde	Stand	Wahlberechtigte	Wähler	gültig	SPD	CDU	GRÜNE	DIE LINKE	FDP	AFD	Sonstige
Stadt Bremen	492 von 492	392.733	66,42 %		24,93 %	27,23 %	17,65 %	11,77 %	5,98 %	5,55 %	6,89 %
Stadt Bremerhaven	95 von 95	81.370	52,55 %		24,99 %	23,09 %	16,62 %	8,49 %	5,77 %	9,07 %	11,97 %

Die Wahlbeteiligung lag bei 64,04 Prozent, 303 617 Wählerinnen und Wähler nahmen teil (aufgrund des Wahlsystems im Land Bremen sind die Zahl der Stimmen davon unterschieden). DIE LINKE konnte 165 752 (11,32 Prozent) Stimmen erreichen (kombiniert Partei und Kandidat*innen), davon 113 047 für die Partei. Die Spitzenkandidatin der LINKEN Kristina Vogt erreichte 21 481 Stimmen und 44,2 Prozent.

Ihr stärkstes Ergebnis erreichte DIE LINKE im Ortsteil **Bremen Steintor, wo sie 27,1 Prozent** der Stimmen erreichte. In acht Wahlbezirken wurde DIE LINKE **stärkste Partei**, im Wahlbezirk Ostertor02 erlangte sie 30,08 Prozent.

Wahlbezirk	Stand	Wahlberechtigte	Wähler	gültig	SPD	CDU	GRÜNE	DIE LINKE	FDP	AFD	Sonstige
113-02 Ostertor	eingetragen	1.282	53,04 %		16,14 %	10,29 %	29,57 %	31,06 %	3,23 %	1,48 %	8,19 %
311-01 Steintor	eingetragen	801	53,31 %		18,21 %	9,08 %	30,15 %	30,81 %	2,04 %	0,86 %	8,84 %
312-03 Feserfeld	eingetragen	1.282	55,46 %		18,75 %	10,43 %	29,06 %	29,56 %	2,50 %	1,03 %	8,65 %
311-05 Steintor	eingetragen	1.231	51,18 %		16,03 %	7,77 %	35,05 %	29,22 %	2,42 %	1,23 %	8,30 %
314-04 Hulsberg	eingetragen	547	50,46 %		16,58 %	13,28 %	27,38 %	29,18 %	3,45 %	2,85 %	7,30 %
311-04 Steintor	eingetragen	1.183	55,03 %		18,80 %	8,61 %	30,61 %	28,50 %	2,88 %	2,27 %	8,32 %
211-04 Alte Neustadt	eingetragen	1.148	57,58 %		17,08 %	10,43 %	27,24 %	28,16 %	3,00 %	2,75 %	11,33 %
213-02 Neustadt	eingetragen	1.235	53,36 %		18,25 %	12,19 %	28,33 %	27,44 %	3,83 %	1,38 %	8,58 %
113-98 Ostertor I Briefwahl	eingetragen	0			18,73 %	15,03 %	29,10 %	27,12 %	3,76 %	0,79 %	5,46 %
312-04 Feserfeld	eingetragen	1.489	52,12 %		17,13 %	14,80 %	33,60 %	26,82 %	3,35 %	1,15 %	3,16 %
113-03 Ostertor	eingetragen	1.208	55,05 %		17,18 %	14,27 %	32,38 %	26,78 %	3,31 %	0,96 %	5,12 %
311-03 Steintor	eingetragen	1.417	53,21 %		20,28 %	14,43 %	27,06 %	26,76 %	3,52 %	0,46 %	7,47 %

216-03 Buntentor	eingegangen	1.251	55,00 %		22,36 %	12,09 %	26,82 %	26,28 %	2,97 %	1,75 %	7,74 %
311-97 Staintor II Briefwahl	eingegangen	0			17,80 %	12,74 %	32,44 %	26,00 %	2,29 %	1,51 %	7,23 %
312-02 Fesenfeld	eingegangen	1.308	55,58 %		18,80 %	12,20 %	29,68 %	25,94 %	3,82 %	1,69 %	7,87 %
311-02 Steintor	eingegangen	1.098	56,56 %		19,20 %	8,86 %	31,99 %	25,88 %	3,79 %	2,26 %	8,00 %
216-04 Buntentor	eingegangen	1.210	56,51 %		19,87 %	12,53 %	28,97 %	25,66 %	4,46 %	1,47 %	7,03 %
113-05 Ostertor	eingegangen	1.355	45,02 %		22,41 %	11,81 %	27,00 %	25,62 %	3,41 %	2,09 %	7,85 %
312-97 Fesenfeld II Briefwahl	eingegangen	0			20,66 %	15,23 %	26,23 %	25,32 %	3,21 %	2,09 %	7,26 %
433-01 Westend	eingegangen	1.081	55,13 %		26,25 %	15,21 %	18,45 %	25,15 %	2,28 %	3,45 %	9,20 %
434-03 Walle	eingegangen	1.120	46,75 %		21,65 %	17,47 %	16,15 %	25,00 %	3,82 %	7,98 %	7,82 %
313-01 Peterswerder	eingegangen	1.465	56,31 %		19,47 %	14,01 %	30,91 %	24,81 %	3,66 %	1,80 %	5,34 %
312-01 Fesenfeld	eingegangen	1.332	50,00 %		19,33 %	11,91 %	32,13 %	24,50 %	3,61 %	1,38 %	7,14 %
212-03 Hohentor	eingegangen	1.111	49,23 %		22,13 %	13,93 %	22,84 %	24,49 %	3,83 %	3,86 %	9,15 %
311-86 Steintor I Briefwahl	eingegangen	0			17,49 %	13,10 %	29,29 %	23,99 %	3,59 %	2,35 %	10,19 %
212-01 Hohentor	eingegangen	1.081	43,20 %		22,14 %	9,84 %	20,82 %	23,91 %	4,63 %	4,98 %	13,66 %
313-02 Peterswerder	eingegangen	1.215	60,08 %		19,68 %	13,54 %	31,95 %	23,77 %	3,81 %	1,88 %	5,36 %

1.5 Ergebnisse der Kommunalwahl

Bundesland ²	CDU		SPD		AfD		LINKE				Grüne		FDP	
	2019	Gewinne Verluste	2019	Gewinne Verluste	2019	Gewinne Verluste	2019	Gewinne Verluste	Wähler* innen	Gewinne Verluste	2019	Gewinne Verluste	2019	Gewinne Verluste
Baden-Württemberg	28,3	-7,4	14	-3,6	5,5	4,6	2	0,2	77 319	19 864	17,5	5,2	6,2	1,6
Brandenburg	18,3	-6,4	17,7	-6,9	15,9	12	14,1	-6,1	174 000	-22 000	11,1	4,8	4,9	0,9
Hamburg	17,5	-14,6	20,1	-12,3	3,8	-0,4	10,7	0,5	86 000	29 000	35,6	22,9	7,1	2,3
Mecklenb.-Vorp.	25,4	-7,5	16,3	-2,6	14	9,8	16,3	-3,4	128 000	2 000	10,3	4,5	4,3	1
Rheinland-Pfalz	31,1	-7,5	22,6	-7,2	8,3	5,3	3,5	0,3	67 924	12 130	16,1	6,6	6,1	2,0
Saarland	34	-4,3	30	-4,7	8,5	8,5	7,5	0,2	37 451	6 237	11	5,4	4,2	1,8
Sachsen	28,74	-7,6	8,34	-4,3	23,66	17,8	11,21	-7,2	161 000	-137 000	6,12	-1	5,74	0,9
Sachsen-Anhalt	24,6	-9,7	13,7	-4,6	16,4	14,1	15	-6,5	146 000	-39 000	8,4	2,9	5,9	1,5
Thüringen	27,3	-7,7	13,4	-4,9	17,7	17,1	14	-7,9	152 000	-54 000	7,5	2,5	4,8	1,4

² Wahlergebnisse der Kreis- bzw. Stadtratswahlen und Bezirksversammlungen in Hamburg. Auf "000" endende Zahlen eigene Berechnungen zur Schätzung der Anzahl der Wähler*innen wegen Mehrfachstimmen bei Kommunalwahlen. Teils vorläufige Ergebnisse, Stand 6.6.2019, 10 Uhr

<https://www.statistik-bw.de/Wahlen/Kommunal/02045000.tab?R=KR311>

<https://wahlen.brandenburg.de/wahlen/de/presse/~27-05-2019-vorlaeufiges-ergebnis-kommunalwahlen>

https://www.statistik-nord.de/fileadmin/Dokumente/Wahlen/Hamburg/Bezirksversammlungenwahlen/2019/Analyse/Wahlanalyse_2019_Teil_1.pdf

https://wahlen.mvnet.de/dateien/ergebnisse.2019/kreistagswahl/html/k_99.html

<https://www.wahlen.rlp.de/de/kw/wahlen/kk/ergebnisse/index.html>

https://www.saarland.de/dokumente/thema_statistik/STALA_WAHL_EW_und_KW_2019_vord_Ergebnis.pdf

<https://wahlen.sachsen.de/veroeffentlichungen-downloads-7200.html>

<https://wahlergebnisse.sachsen-anhalt.de/wahlen/kw19/index.html>

<https://wahlen.thueringen.de/datenbank/wahl1/wahl.asp?wahlart=KW&wJahr=2019&zeigeErg=Land>

Einige exemplarische Ergebnisse in ausgesuchten Städten

Baden-Württemberg

Freiburg	6,9	-2,3	(Linke Liste – Solidarische Stadt; neu: Junges Freiburg 3,8)
Mannheim	6,0	-0,2	
Karlsruhe	7,0	+1,0	
Tübingen	11,2	+1,6	(Wählervereinigung Tübinger Linke/DIE LINKE)
Stuttgart	5,3	+0,8	(dazu: SÖS 4,4; -1,0)

Brandenburg

Frankfurt/O.	22,8	-7,8	(stärkste Partei)
Potsdam	18,1	-7,1	
Märkisch Oderland	17,6	-8,1	

Hamburg

Altona	15,7	+1,7	
Mitte	16,7	+2,6	

Mecklenburg-Vorpommern

Rostock	19,9	-6,5	
Schwerin	15,5	-9,1	
Neubrandenburg	22,9	-5,8	
Mecklenb. Seenplatte	17,2	-4,1	

Rheinland-Pfalz

Kaiserslautern	5,5	-1,9	
Trier	6,3	+0,8	
Mainz	5,9	+1,3	
Ludwigshafen	4,5	+0,5	

Saarland

Saarbrücken	10,1	-1,8	
Saarlouis	7,0	+1,6	
Homburg	7,5	+0,2	

Sachsen

Chemnitz	16,7	-7,1	
Leipzig	21,4	-6,1	
Dresden	16,2	-4,7	
Zwickau	14,4	-5,5	

Sachsen-Anhalt

Magdeburg	15,3	-6,9	
Halle	17,8	-6,5	(erneut stärkste Partei)
Altmarkkreis Salzwedel	17,8	-3,3	
Landkreis Harz	17,1	-4,0	

Thüringen

Erfurt	16,5	-5,5
Jena	20,4	-3,6
Gera	18,3	-13,2
Suhl	18,3	-14,3
Eisenach	21,6	-7,7

2. Wahlstrategie

Zur Vorbereitung der Wahlstrategie wurden im Vorfeld Befragungen an Haustüren (n=377), Fokusgruppen (6 Gruppendiskussionen mit je 10 TN) und eine quantitative Telefonbefragung (n= 1012, im Oktober 2018) durchgeführt. Zur Feinsteuerung der Plakatmotive wurden außerdem zwei Gruppendiskussionen und ein Online-Test durchgeführt. Darüber hinaus wurden die regelmäßigen Befragungen des Eurobarometers ausgewertet.

Die Studien zeigten, dass sich Wähler*innen im LINKEN Potenzial für einen europäischen Kurs einsetzen, der konkret empfundene Probleme der EU entschlossen angeht. Das Interesse an Europapolitik war größer als 2014 und im linken Potenzial größer als im Durchschnitt. Die EU ist als Fakt im Alltag der Menschen angekommen, auch ihre Probleme waren gegenwärtig. Die Sicherheit der Wahlentscheidung ein halbes Jahr vor der Wahl lag nur bei 31 Prozent. In den Gruppendiskussionen zeigte sich eine interessiert-distanzierte Haltung gegenüber den Parteien des linken Spektrums. Wahlgründe im Verhältnis (auch: in Abgrenzung) zur politischen Konkurrenz zu geben, war daher besonders wichtig, auch weil die Befragten wenig auf Europa bezogene Politik der LINKEN nennen konnten. Die »Ist-Soll-Spannung« in der Wahrnehmung der EU sollte so aufgenommen werden, dass die Vision eines anderen, sozial gerechten, lebenswerten Europas deutlich wird – verbunden damit, was verändert werden muss und wie das geht. Thematisch waren humane Flüchtlingspolitik, Klimaschutz, soziale Gerechtigkeit die Wahrnehmung, dass sich manche nicht an die Regeln halten müssten wichtige Anliegen im linken Potenzial. Politikvorschläge in den Kernthemen der LINKEN, etwa im Bereich bezahlbaren Wohnraum in der EU schaffen, gute Pflege und Gesundheitsversorgung, Klimaschutz, hohe Vermögen besteuern und sichere Fluchtwege schaffen im linken Potenzial mit hoher Zustimmung (und höher als in der Summe der Befragten insgesamt), lediglich in der Frage der europäischen Armee waren die linken Befragten ähnlich unentschlossen wie die Gesamtheit der Befragten (51 Prozent dafür).

3. Wahlkampfmaterialien in Zahlen

3.1. Großflächen, Printmaterial, Kleinwerbemittel

Im Europawahlkampf wurden bundesweit 213 484 Themenplakate (A1 und A0 Easyplates und Papier) mit sechs verschiedenen Motiven in unterschiedlich hoher Auflage sowie 23 950 Personenplakate der Kandidat*innen auf den ersten zehn Plätzen ausgeliefert. Insgesamt wurden 1 900 mobile Großflächen und 283 Festnetzflächen von der Bundespartei aufgestellt, in drei Wellen mit unterschiedlichen Motiven. Durch Plakatspenden kamen 110 weitere Großflächen bundesweit hinzu.

3.2. Print außer Plakaten

Das Wahlprogramm wurde in einer Auflage von 70 000 Stück produziert. Das Kurzwahlprogramm wurde in einer Auflage von 2,862 Mio. Stück produziert, als Download war es in 14 Sprachen abrufbar. Ferner wurde das Kurzwahlprogramm in einfacher und leichter Sprache produziert sowie als Audioversion eingesprochen und ein Video in Gebärdensprache zur Verfügung gestellt.

Das zentrale Verteilmaterial war unsere Wahlzeitung mit einer Auflage von 6,55 Millionen Exemplaren. Hierzu wurden neben dem achtseitigen Mantelteil 21 Regionalteile produziert. Ein Landesverband hat in Eigenregie 14 weitere Regionalteile produziert. Die Regionalausgaben waren insbesondere für die Landesverbände mit Kommunalwahlen wichtig, um die Verbindung zwischen Europa- und Kommunalthemen herstellen zu können. Der Rücklauf des Preisrätsels der Wahlzeitung lag bei rund 2 500 Zusendungen.

Die Türhänger mit der Wahlaufforderung wurden in einer Auflage 708 000 Stück Anfang Mai an die Gliederungen als Verteilmaterial für den 48-Stunden-Wahlkampf zur Verfügung gestellt.

Von der Bundespartei wurden 288 730 Personenfolder für die Kandidat*innen auf den Plätzen 1–10 produziert. Für alle Kandidat*innen wurden individualisierte Visitenkarten zur Verfügung gestellt.

3.3. Kleinwerbemittel zur Bundestagswahl

An Kleinwerbemitteln wurden folgende von der Bundespartei finanzierten Formate den Gliederungen zur Verfügung gestellt: 125 000 Kugelschreiber, 20 000 Sonnenbrillen, 100 000 Samentütchen, 250 000 Aufkleberkarten.

Ein Großteil der Landesverbände stockte ihre Bestellungen aus eigenen Mitteln auf bzw. setzte zusätzliche Kleinwerbemittel ein.

3.4. Online und TV, Hörfunk

Online-Wahlkampf ist integrierter Wahlkampf. Er integriert sowohl die Mobilisierung der eigenen Mitglieder und Sympathisierenden, die Information als auch den Dialog und bedient vielfältige Kanäle – Social-Media-Dienste, Messenger-Dienste und die Website.

3.4.1. Social Media

Unser Fokus im Social-Media-Wahlkampf lag auf Facebook, Twitter, YouTube und Instagram. Unsere Social-Media-Strategie folgte dabei unserer Wahlstrategie. Wir kommunizierten unsere Botschaften, mobilisierten zur Mitwirkung im Wahlkampf und griffen, wo es möglich war, den politischen Gegner an. Durch das Video »Die Zerstörung der CDU« durch den YouTuber Rezo, das in der Woche vor der Wahl veröffentlicht und bis zum Wahltag über 10 Millionen Mal aufgerufen wurde, bekam YouTube in der Schlussphase des Wahlkampfes eine besondere Bedeutung. Wir reagierten darauf, nachdem die CDU ihr Antwortvideo nicht veröffentlichte, mit einem eigenen Antwortvideo, das organisch, d. h. ohne Werbung, bis zum Wahltag alleine auf YouTube rund 27 000 Mal (mittlerweile über 40 000 Aufrufe) gesehen und ausgesprochen positives Feedback in der Community erhalten hat.

Zu den Maßnahmen der einzelnen Social-Media-Kanäle:

Facebook

Im Zeitraum 1. April bis 27. Mai wurden unsere Beiträge 9 011 700 Mal angezeigt, dabei haben wir 5 342 377 Menschen erreicht. Insgesamt haben diese Beiträge 487 622 Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares) erzielt. Reichweitenstärkster unserer 93 Facebook-Beiträge im Zeitraum war der Wahlsport, der 1 125 157 Menschen (2 583 319 Impressionen) erreicht hat. Auf Platz 2 folgt der Briefwahl-Aufruf, der an 284 338 Menschen (516 264 Impressionen) ausgespielt wurde und auf Platz 3 ein Post zur Drogenpolitik (142 346 Reichweite/211 677 Impressionen). Auf den weiteren Plätzen mit einer Reichweite von über 100 000 Facebook-User*innen folgten: »Unsere Antwort auf Rezo« (115 850), Post zum Tag der Befreiung am 8. Mai (113 925), Motiv zum Thema Seenotrettung »Europa verliert seine Seele« (106 850) sowie ein Beitrag zur Unternehmenserin Verena Bahlsen (100 938 Reichweite).

Die organische Reichweite unserer Posts im Vergleich zu Bundestagswahl hat dabei merklich nachgelassen. Hauptgrund dafür ist der seit 2018 von Facebook veränderte Algorithmus des Newsfeeds, der Seitenbeiträge weniger häufig ausspielt. Bemerkbar machte sich aber auch in den sozialen Medien die im Vergleich zu Bundestagswahl signifikant niedrigere Bereitschaft, aktiv Content

zu teilen. Es bleibt daher eine bestehende Aufgabe, das Bewusstsein in der Mitgliedschaft und dem sympathisierenden Umfeld dafür zu erhöhen, dass das Teilen von Content ein nicht zeitaufwendiger, aber dennoch wichtiger Beitrag zur Unterstützung der Partei, insbesondere in Wahlkämpfen, ist.

Unser Ziel, weiterhin stärkste demokratische Partei der im Bundestag vertretenen Parteien auf Facebook zu sein, konnten wir erreichen. Dabei konnten wir unsere Follower*innenzahlen leicht von rund 251 000 auf rund 254 000 Follower*innen ausbauen.

Werbung bei Facebook:

Wir schalteten insgesamt 415 zielgruppenspezifische Anzeigen. Wir erreichten dabei 3,2 Mio. Nutzer*innen, wovon gut ein Drittel auf den Wahlspot (480 492 erreichte Nutzer*innen), auf die Bewerbung von Wahlkampfveranstaltungen (384 748) und auf den Briefwahlspot (259 261) entfielen. Bei den restlichen Anzeigen handelte es sich um zielgruppenspezifische thematische Anzeigen, darunter u. a. unsere 5-Punkte-Pläne-Animationen. Im Vergleich zu den anderen Parteien war unser Werbemittelseinsatz bei Facebook dabei allerdings überschaubar. Wir sollten daher prüfen, ob wir unseren Werbemittelmix bei den kommenden Wahlen neu justieren sollten.

Ausgaben der Parteien für Werbung auf Facebook und Instagram vom 27. April bis 26. Mai 2019.



(Vergleich der öffentlich bei Facebook ausgewiesenen Werbeausgaben von netzpolitik.org)

Instagram

Instagram hat in den letzten zwei Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Bei dem bildbasierten Social-Media-Kanal haben wir mittlerweile rund 60 000 Abonnent*innen (Platz 2 im Vergleich der Bundestagsparteien). Bezüglich der Reichweiten und Interaktionen einzelner Posts übertrifft Instagram mittlerweile Twitter und reicht bei einzelnen Posts bereits an Reichweite von Facebook heran, hinsichtlich der Interaktionsrate wird Facebook oftmals auch übertroffen.

Reichenweitenstärkster Post unserer insgesamt 123 Instagram-Beiträge während des Wahlkampfes war »Unsere Antwort auf Rezo« (83 580), gefolgt vom Klima-Parteiencheck zur Wahl (80 588), »AfD plakatiert ‚Diesel retten‘ – DIE LINKE ‚Menschen retten‘« (Jörg Schindler) (75 690), einem Sharepic zum Tag gegen Homophonie (67 290) und einem Sharepic zum Tag der Befreiung (63 748). Bei den Interaktionen steht auf Platz 1 das »Wir sagen Danke«-Sharepic (8 007), gefolgt vom Sharepic zum Tag gegen Homophonie (7 935) und »Unsere Antwort auf Rezo« (7 520). Im Wahlkampf haben wir insgesamt 67 Insta-Stories veröffentlicht, davon die meisten Motive Bilder der Wahltour. Diese wurden den User*innen insgesamt 582 693 Mal angezeigt.

Twitter

Der Reichweitenstärkste unserer insgesamt 375 Tweets mit 80 795 Impressionen und 8 092 Interaktionen war »Unsere Antwort auf #Rezo«, gefolgt vom Tweet zum Statement der 70 YouTuber*innen (56 081 Impressionen/1 813 Interaktionen) und dem Wahlwerbespot (52 108 Impressionen / 1 365 Interaktionen). Die Gesamtreichweite während des Wahlkampfes betrug 3.3 Millionen Impressionen. Auf Twitter begleiteten wir ausgewählte Wahlkampfveranstaltungen (u. a. den Auftakt in Bremen und den Wahlkampfsprint in Berlin) sowie verschiedene TV-Sendungen (Maybrit Illner zur Europawahl mit Katja Kipping, Anne Will mit Martin Schirdewan, den Schlagabtausch der Spitzenkandidat*innen mit Özlem Demirel sowie das Gipfeltreffen der Parteivorsitzenden mit Bernd Riexinger).

Messenger

Auf dem Bundesparteitag in Bonn starteten wir unseren Messenger-Dienst auf den Kanälen WhatsApp und Telegram. Über diesen Messenger-Dienst haben wir im Wahlkampf 14 WhatsApp-/Telegramm-Aussendungen an insgesamt 20 333 Empfänger*innen versandt. Mittlerweile haben wir rund 1 500 Messenger-Abonent*innen. Diese Zahl ist zwar im Vergleich zu anderen Diensten niedrig, allerdings haben unsere Beiträge eine hohe Öffnungsrate und damit Wahrnehmung. Diesen Dienst wollen wir daher über den Wahlkampf hinaus beibehalten und fortentwickeln.

YouTube

In diesem Wahlkampf haben wir insgesamt 50 Videos, vom Wahlkampf-Spot über Kandidatenclips der ersten zehn Kandidierenden auf der Europawahlliste und Animationen zu unseren Fünf-Punkte-Plänen bis zu Videos zu Aktionen und Livestreams von unseren Wahlkampfveranstaltungen. Insgesamt wurden diese Videos 275 470 Mal aufgerufen und den Nutzer*innen 1,2 Millionen Mal zum Ansehen bei YouTube vorgeschlagen. Probleme bereitete uns Google bei der Schaltung von Anzeigen für unseren zentralen TV-Spot in der letzten Wahlwoche, was aber Dank einer öffentlichen Thematisierung noch rechtzeitig vor dem Wahlwochenende beigelegt werden konnte.

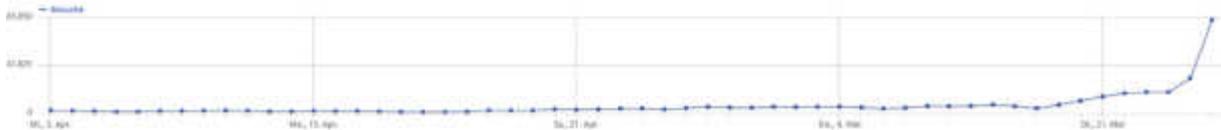
Die zehn reichweitenstärksten Videos im Einzelnen:

Nr.	Video	Minuten	Aufrufe
1.	DIE LINKE: Für ein solidarisches Europa! Unser Wahlwerbespot zur Europawahl 2019	238 697	188 576
2.	Unsere Antwort auf Rezo Video »Die Zerstörung der CDU«	4 796	26 698
3.	Martin Schirdewan: Rede zur Kandidatur für die Europawahl 2019	30 668	11 879
4.	Sahra Wagenknecht: Wahlkampfreden zur Europawahl in Düsseldorf	40 512	6 304
5.	Özlem Demirel (DIE LINKE) - Spitzenkandidatin zur Europawahl 2019	2 610	2 697
6.	Überzeuge andere Menschen davon, DIE LINKE zu wählen!	1 308	2 199
7.	Özlem Alev Demirel - Spitzenkandidatin zur Europawahl 2019 stellt sich vor	1 171	1 951
8.	Martin Schirdewan - Spitzenkandidat zur Europawahl 2019 stellt sich vor	1 662	1 925
9.	Murat Yilmaz - Kandidat zur Europawahl 2019 stellt sich vor	1 072	1 730
10.	Ali Al-Dailami - Kandidat zur Europawahl 2019 stellt sich vor	1 110	1 665

3.4.2. Website

Für den Wahlkampf richteten wir eine eigene Unterseite zur Europawahl ein, die auch direkt über die Vorschaltseite der Startseite sowie über einen Navigationsreiter der ersten Ebene erreichbar. Insgesamt besuchten in der Wahlkampfphase unsere Website mindestens 376 062 Besucher*innen, die insgesamt 950 768 Seiten aufriefen.³ Über die Hälfte (517 438) der Zugriffe erfolgte dabei auf unsere Europawahlseite. 180 324 entfielen davon auf unsere Wahlprogramm-Seite, rund 131 000 auf die Seite unserer Europa-Wahlliste und 84 337 Aufrufe auf unsere Kurzwahlprogramm-Seite.

Signifikant ist, dass fast 10 Prozent (83 650) der Besucher*innen am Wahlsonntag auf unsere Website zugriffen. Zudem ist ein signifikanter Anstieg der Zugriffe auf unsere Website in der letzten Woche vor der Wahl festzustellen.



*(Verteilung der Besucher*innen auf unserer Website zwischen am 3. April und 26. Mai 2019)*

Die wichtigsten Download-Dokumente während des Wahlkampfes waren:

1. Europawahlprogramm: 15 059 Downloads
2. Einfache Sprache: 2 784 Downloads
3. Leichte Sprache: 2 203 Downloads
4. Audio-Version, komplett: 292 Downloads
5. 5-Punkte-Pläne: 414 (davon Klimaschutz: 223)

Barrierefreiheit: Auf der Website haben wir unser Wahlprogramm als Audiodatei und unser Kurzwahlprogramm in einfacher und leichter Sprache angeboten. Unser Kurzwahlprogramm wurde zudem in Gebärdensprache übersetzt und die Videos auf der Website zur Verfügung gestellt.

3.4.3. TV-Spot

Unser 90-sekündiger TV-Spot wurde in ARD und ZDF insgesamt achtmal ausgestrahlt.⁴ Sat.1 Bayern stellte uns zudem insgesamt 140 Sekunden für die Ausstrahlung zur Verfügung. Um diese Sendezeit optimal auszuschöpfen, produzierten wir eine gekürzte 70-Sekunden-Fassung. Diese Fassung wurde zweimal ausgestrahlt. Unser Hörfunk-Spot wurde im WDR, NDR, SWR und Deutschlandradio insgesamt 16-mal ausgestrahlt.

3.4.4. Online-Werbung

Neben Werbung in den sozialen Netzwerken schalteten wir Online-Bannerwerbung auf verschiedenen Websites, u. a. auf www.taz.de, www.freitag.de, www.superillu.de, www.emma.de, www.queer.de, www.siegessäule.de und www.heise.de. Insgesamt wurden die Banner 2 110 939 Mal ausgeliefert (Impressions).

3.5. Veranstaltungen

Für den Europawahlkampf wurden 6 Großbühnenveranstaltungen, 45 Kleinbühnenveranstaltungen (KBV) mit dem Eventtrailer, der Europakonvent, die Rheinmetall-Aktion, sowie die Wahlparty umgesetzt. Wir waren damit in 45 Städten und hatten in jedem Bundesland mindestens eine Veranstaltung. In knapp 30 Tagen hat das Team Veranstaltungsmanagement 54 Veranstaltungen

³ Benutzer*innen, die einen Ad-Blocker nutzen, sind dabei nicht erfasst. Es ist daher davon auszugehen, dass die realen Besucherzahlen und Seitenaufrufe noch etwas höher lagen.

⁴ ARD: 3.5., 21:58 Uhr, 8.5., 23:28 Uhr, 13.5., 22:43 Uhr, 24.5., 17:53 Uhr;
ZDF: 29.4., 19:20 Uhr, 7.5., 23:10 Uhr, Freitag, 17.5., 17:05 Uhr, 23.5., 17:55 Uhr.

umgesetzt. Jede im Vorfeld geplante Veranstaltung konnte stattfinden. Lediglich zwei Veranstaltungen (Trier und Braunschweig) wurden im Vorfeld bereits abgesagt. Wir haben im gesamten Bundesgebiet (7 000 km Route) Präsenz gezeigt. Die meisten Besucher*innen waren in Bremen, Nürnberg, Halle und Berlin zu verzeichnen. Die Anzahl der Teilnehmer*innen waren unabhängig von der Größe der Bühne. Entscheidend ist das Bühnenprogramm und die Mobilisierungsstärke vor Ort gewesen.

Im Großen und Ganzen wurde sich von den Genoss*innen vor Ort für zentrale Plätze in der Stadt entschieden, was in strukturärmeren Regionen sinnvoll war. Wir haben es trotzdem auch geschafft an sozialen Brennpunkten präsent zu sein, und unsere Veranstaltungen dort durchzuführen.

Die Umsetzung der Tour wäre ohne die engagierte Arbeit der Genoss*innen vor Ort nicht möglich gewesen. Sie hatten die Aufgaben im Vorfeld zu mobilisieren, die KBVs zu moderieren und im besten Fall inhaltlich mitzugestalten (beispielsweise durch die Einladung einer regionalen Initiative). Die Zusammenarbeit mit unseren technischen Dienstleistern, die die ganze Tour begleiteten, war sehr gut. Das produzierte Außenbild mit dem Wohnmobil und der Anhängerbühne kam gut an. Das Format wurde im Vergleich zu dem großen Eventtruck vom Bundeswahlkampf als sympathisch und angenehm wahrgenommen.

Insgesamt waren zu häufig zu wenige Besucher*innen vor Ort. Das war häufiger vormittags der Fall – aber mitunter auch bei Großbühnenveranstaltungen. Hauptgrund hierfür ist vermutlich ein allgemein niedriges Interesse an Europawahlkampfveranstaltungen (aller Parteien). Weitere Faktoren waren sicher, wie gut im Vorfeld vor Ort mobilisiert werden konnte oder dass beispielsweise in vielen Städten vormittags weniger Publikumsverkehr war. Es war nicht immer besonders leicht für die Redner*innen, die Moderation und die Musiker*innen vor einem Duzend Zuhörenden zu performen – umso motivierender war es in Bremen vor 1 000 oder in Halle vor 400 Menschen zu sprechen.

Viele der Veranstaltungen, selbst wenn sie weniger gut besucht waren, haben vermutlich einen positiven Empowerment-Effekt auf die Genoss*innen vor Ort. Das Aufwerten der Veranstaltungen durch große Elemente, die auffallen (Mietenhai, Pflegekraft, Popcorn) war eine richtige Entscheidung. Die Veranstaltungen waren dadurch attraktiver und gaben einen größeren Anreiz für Schaulustige. Wir haben viel positives Feedback erhalten. Dennoch stellt sich die Frage, ob der hohe finanzielle und organisatorische Aufwand im Verhältnis zu den erreichten Effekten steht. Die Arbeitsbelastung während der Tour ist sehr hoch. Die alltägliche Büroarbeit musste in Pausen, während der laufenden Veranstaltungen oder spät abends im Hotel erledigt werden.

Es stellt sich daher insgesamt die Frage, ob man sich beim nächsten Europawahlkampf beispielsweise auf fünf große Veranstaltungen, verteilt im ganzen Bundesgebiet konzentriert. So werden immer Bilder mit vielen Besucher*innen erzeugt und es besteht eine bessere Chance auf ein positives Aufbruchssignal. Parallel dazu könnten die Landesverbände mit klassischen Infoständen dafür sorgen, dass wir wieder an vielen Orten Präsenz zeigen. Das kostet vergleichsweise wenig und auch der organisatorische Aufwand ist eher gering. Des Weiteren könnten die fünf Z-Veranstaltungen von Kommunikationsguerilla-Aktionen begleitet werden, um mediales Aufsehen zu erzeugen und direkt auf Missstände hinzuweisen.

Die große Anzahl der Tour-Events und der parallel stattfindenden Veranstaltungen (Konvent, Wahlparty usw.) wurden vom Bereich Eventmanagement organisiert. Auf der Tour selbst bekamen wir Unterstützung aus der Bundesgeschäftsstelle, für die wir uns bei allen Beteiligten bedanken wollen. Für kommende Wahlkämpfe geben wir die dringende Empfehlung den Bereich Eventmanagement personell aufzustocken, damit auch die Planung im Vorfeld mehr verteilt werden kann.

3.6. inhaltliche Abfragen

Zur Europawahl wurden etwa 166 **Wahlprüfsteine** mit durchschnittlich 9 Fragen beantwortet und veröffentlicht, darunter ca. 10 **Wahl-O-Maten** mit bis zu 100 Fragen. Der Wahl-O-Mat der Bundeszentrale für politische Bildung wurde fristgerecht und umfänglich beantwortet (81 Fragen, die nur zum Teil veröffentlicht wurden). Hinzu kamen zahlreiche inhaltliche Ausarbeitungen für Namensbeiträge u. ä. der Kandidierenden.

Battlecards wurden (z. T. auf Anfrage der Kandidierenden) erarbeitet zu den Themen: Europäische Arbeitslosenversicherung, Arbeitnehmerfreizügigkeit, Entsenderichtlinie, Mindestsicherung / Armutssicherung, Kindergeld, Jugendarbeitslosigkeit, Krankenpflege, Altenpflege, Rente, bezahlbares Wohnen, Konzerne besteuern, Rüstungsexporte, PESCO, Verkehrswende, Kohleausstieg, Landwirtschaft, Uploadfilter und schnelles Internet.

Darüber hinaus wurde eine umfangreiche **Synopse** der **Wahlprogramme** der Konkurrenz und Gegner der LINKEN (im Verhältnis zum LINKEN Wahlprogramm) erstellt.

Die Argumentationshilfe **Auf den Punkt gebracht** wurden erstellt zu den Themen Sozialstaats-Konzept der SPD und Enteignung und bezahlbares Wohnen in Europa.

Entsprechend den vereinbarten Kernthemen wurden im Verlauf des Wahlkampfes **Politikpläne** für gute Arbeit in Europa, bezahlbares Wohnen, friedliches Europa. Sofortprogramm für gute Pflege, Klimagerechtigkeit, Zukunftsplan Ost und Konzerne zur Kasse erarbeitet.

Ein merkliches Mehraufkommen an **Bürgermails, -telefonaten und -briefen** konnte erst festgestellt werden, nachdem der Wahlkampf Ende April an Fahrt aufnahm und vor Ort Material verteilt wurde. Allerdings blieb das Interesse gering – vom 8. April bis zum Wahltag gab es gerade einmal 128 Anfragen zu Wahlthemen. Inhaltlich ließ sich kein dominantes Thema feststellen – insbesondere keine verstärkten Nachfragen zu dem den Wahlkampf laut Umfragen dominierenden Thema Klima. Wie zu Zeiten außerhalb des Wahlkampfes stellten die Bürger*innen Fragen zu Themen wie Rente, Hartz IV und Zuwanderung oder rund um innerparteiliche Konflikte.

3.7. Mediale Widerspiegelung

Thematisch war der Wahlkampf von zwei Themen dominiert. Zum einen war das sich abzeichnenden Erstarken der Rechtspopulisten ein Thema, das sowohl in der Presse als auch über verschiedene Großveranstaltungen immer wieder in das Zentrum der Aufmerksamkeit rückte. Zum anderen dominierte das Thema Klima, bzw. der Klimaschutz.

Auch dieses Thema wurde sowohl von den Medien als auch von Bewegungen in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt. Den Parteien ist es nur bedingt gelungen, eigene Themen zu setzen. So zum Beispiel in der Wohnungspolitik im Fahrwasser der »Deutsche Wohnen enteignen« Debatte und mit der Eigentumsfrage im Fahrwasser der Kühnert-Debatte.

Der Wahlkampf aller Parteien wurde immer wieder als inhaltsleer und unambitioniert kritisiert. Innerhalb dieser Kritik wurde DIE LINKE für den Versuch gelobt, eigene thematische Schwerpunkte zu setzen.

Die Zusammenstellung unseres Europaprogrammes in thematische Papiere (5 Punkte Pläne) haben wir erfolgreich an verschiedenen Zeitungen vermitteln können. Hier ist es uns gelungen unsere konkreten Forderungen in eine breite Öffentlichkeit zu tragen. Diese Beiträge erfuhren aber, wie viele andere erfolgreich platzierte Beiträge, wenig virale Verbreitung.

Insgesamt war der Europawahlkampf medial kein ganz einfaches Feld. Wenngleich in Bezug auf den erstarkenden Rechtspopulismus immer wieder die Frage nach sozialer Gerechtigkeit gestellt wurde, ist es wenig gelungen, unsere Antworten auf europäischer Ebene sichtbar zu platzieren.

Insbesondere für die mediale Positionierung als Opposition gegen die AfD war es für DIE LINKE hinderlich, dass Grüne und AfD sich frühzeitig als Pole in dieser Debatte positioniert hatten, mit expliziten Bezügen aufeinander. Neben dieser Konstellation wurde DIE LINKE als unentschieden oder uneinheitlich wahrgenommen. Diese Wahrnehmung war kein Resultat des Europawahlkampfes, sondern hatte sich bereits vorher im Verlauf des Konfliktes zwischen Fraktionsvorsitzenden und Parteivorsitzenden entwickelt.

Explizite Angriffe von außen hat es auf die Partei praktisch nicht gegeben. Die gelegentlich von Wahlkämpfer*innen berichtete Wahrnehmung der Partei als uneindeutig in ihrem Bekenntnis zu Europa ist medial nicht dominant wiedergegeben worden.

Die beiden Spitzenkandidat*innen waren medial in unterschiedlichsten Formaten und mit hoher Frequenz präsent. Sowohl in Debatten als auch in Interviews ist es dabei immer wieder gut gelungen, unsere Visionen für Europa inhaltlich zu verdeutlichen. Sowohl Martin Schirdewan als auch Özlem Demirel konnten dabei die Themen Klima und Migration/Opposition zum Rechtspopulismus gut platzieren. Erwartungsgemäß war es aber nicht möglich, das Image der Partei in den Wochen des Wahlkampfes zu klären, das hätte deutlich früher angegangen werden müssen.

4. Wahlkampf in der Umsetzung

4.1. Kandidierendenbetreuung

Für die 22 Kandidierenden zur Europawahl wurde ein zentraler Kandidierenden-Service zur Unterstützung eingerichtet.

Der Kandidierenden-Service versendete ab Anfang März an alle Kandidatinnen und Kandidaten regelmäßig die »Kandidierenden-Info« per E-Mail, um Materialien zur Wahlkampagne, die verschiedenen 5-Punkte-Pläne, Argumentationshilfen wie Battlecards, sowie Musterantworten für Kandidaten-Checks und Wahlprüfsteine oder organisatorische Hinweise zu verbreiten. Insgesamt erhielten die Kandidierenden 14 »Kandidierenden-Infos«.

Neben der Information der Kandidierenden lag der Schwerpunkt der Arbeit des Kandidierenden-Service auf inhaltlichen Hilfestellungen und Zuarbeiten auf Anfrage, wobei für die Spitzenkandidatin ein eigenes Team für die Koordination ihrer Unterstützung zuständig war. Knapp 50 bearbeitete Anfragen wurden vom Kandidierenden-Service erfasst, darunter auch Anfragen von Genoss*innen, die selbst nicht kandidierten, aber Wahlkampfstermine wie Schuldiskussionen wahrnahmen. Überwiegend benötigten die Kandidierenden Antworten für Wahlprüfsteine und inhaltliche Unterstützung für Podiums- oder Schuldiskussionen.

Problematisch für die Recherche des Kandidierenden-Service und die Kandidierenden selbst war, dass die Antworten auf die Wahlprüfsteine erst eine Woche vor der Wahl auf der Webseite veröffentlicht wurden. Zwar konnten die Kandidierenden zuvor auf die Wahlprüfsteine im Kandidierenden-Portal zugreifen, dort stand allerdings im Gegensatz zur Webseite keine Volltextsuche oder Filterfunktion zu Verfügung. Verbessert werden kann in Zukunft auch die Information der Kandidierenden, über die Versendung der Wahlprüfsteine, die sie zur Beantwortung weitergeleitet haben. Dazu sollte bei der Bundestagswahl ein klares Verfahren zwischen dem Kandidierenden-Service und dem Team der Wahlprüfsteine abgestimmt werden.

Auf der Webseite unserer Partei wurden alle Kandidatinnen und Kandidaten mit ihrem eigenen Webprofil präsentiert. Dieses Profil umfasste für alle Kandidierenden den Namen, den Listenplatz, Kontaktdaten und ein Foto, das professionell von allen Kandidierenden auf dem Parteitag gemacht wurde. Für die ersten Listenplätze wurde zudem der Text von den Kandidierenden-Flyern zur Ansprache an die Wähler*innen verwendet, während die Kandidierenden ab Platz 11 selbst einen kurzen Text mit ihren politischen Schwerpunkten verfassen sollten. Außerdem konnten die Kandidierenden ihr Profil um Angaben zur ihrer Person und ihrem politischen und beruflichen Werdegang ergänzen. 19 Kandidierende verfügten über ein vollständiges Profil auf der Webseite.

Der Kandidierenden-Service beobachtete außerdem auch die Anfragen von Bürger*innen auf Abgeordnetenwatch kontinuierlich und nahm mit Kandidat*innen, bei denen Fragen länger unbeantwortet blieben, Kontakt auf und bot ihnen Hilfe an. Insgesamt waren mit 64 Fragen nur wenige Fragen für LINKE-Kandidat*innen zu verzeichnen, davon wurden 54 bzw. 84 Prozent beantwortet.

Als problematisch für die Arbeit des Kandidierenden-Service hat sich neben der späten Veröffentlichung der Wahlprüfsteine (wieder) die späte personelle Unterstützung erwiesen. Obwohl in der Anfangszeit, d. h. spätestens mit dem Europaparteitag, der organisatorische Aufwand besonders hoch war, kam dauerhafte Unterstützung erst ab April 2019. Bei zukünftigen Wahlkämpfen muss die

Unterstützung frühzeitig geklärt und auch für die Vorbereitungs- und Anfangszeit des Kandidierenden-Service gewährleistet sein.

Mit der letzten Kandidierenden-Info wurde nicht nur ein Dankeschreiben des Wahlkampfleiters und Bundesgeschäftsführers an alle Kandidierenden versendet, sondern auch der Zugang für eine Online-Befragung der Kandidierenden. Auf Grundlage der Ergebnisse der Online-Befragung wird noch eine ausführliche Auswertung des Kandidierenden-Service erstellt.

4.2. Linksaktiv/ Aktivenwahlkampf

Der Schwerpunkt im Rahmen des Europawahlkampfes lag auf fünf Aspekten für die Aktivierung:

- Zeitungs- und Materialversand an Mitglieder/Sympathisant*innen, die nicht in Wahlkampfstrukturen eingebunden sind,
- Telefonaktionen zur Mobilisierung/Aktivierung von Sympathisant*innen sowie die Betreuung unserer Servicehotline für Interessierte,
- Unterschriftensammlung/Kontaktgenerierung mittels Petitionen (z. B. Aufruf für ein anderes Europa),
- Hilfestellungen bei den örtlichen Wahlkampfstrukturen/Handreichungen für lokale Wahlkämpfe
- Spendensammlung und Mitgliedergewinnung.

Grundsätzlich ließ sich feststellen, dass die Gesamtmobilisierung und die Rückmeldungen auf sehr niedrigem Niveau spielten, was die schwere Mobilisierbarkeit des LINKEN-Umfeldes im Europawahlkampf belegt. Die personelle Ausstattung des Linksaktiv-Teams blieb mit vier Personen deutlich unter dem Plan und damit den Möglichkeiten zurück.

Im Rahmen des Europawahlkampfes wurde die Datenbank (vTiger) für das Projekt Linksaktiv erneuert. Hierzu mussten eine Reihe von Programmierungen am System vorgenommen werden um die Datenbank für Endnutzer*innen komfortabler und einfacher zu gestalten. Die eigentliche Bewerbung von Linksaktiv erfolgte daher zu einem relativ späten Zeitpunkt. Die E-Mail-Vorlagen in der Linksaktiv-Datenbank wurden vollständig auf HTML umgestaltet. Aufgrund neuer Funktionen konnten einzelne Arbeitsabläufe (Begrüßungsmail, Zuordnung zu Kreisverbänden) automatisiert werden.

In der Summe haben alle 16 Landesverbände sowie 150 Kreisverbände Zugang zur Datenbank erhalten. Damit konnten in der Vorbereitungsphase die Zugänge deutlich gesteigert werden. Hierzu wurden die Kreisverbände abtelefoniert.

Die Bewerbung von Linksaktiv erfolgte über eine eigene URL mit einem Registrierungsformular und über Webseiten und Social-Media-Kanäle. Landes- und Kreisverbände wurden angehalten, über die eigenen Kanäle ebenfalls zu werben. Auf der Bundesebene wurden Abfragen zum Wahlkampf-Mitmachen und Zeitungsbestellungen gemacht. Dabei wurde erstmals nach dem Prinzip des Micro-Targeting verfahren. Die vorhandenen 23 627 Datensätze wurden in 116 Gruppen aufgeteilt um eine individuelle, nach Interessen und Zugehörigkeiten sortierte, Ansprache zu ermöglichen. Mittels eines Response-Tool konnten so die Rückmeldungen direkt in die Datenbank eingespielt werden. Von den 23 000 Datensätzen haben 3 956 Mitglieder der LINKEN sowie 4 181 Nicht-Mitglieder angegeben, im Wahlkampf mitmachen zu wollen. Von diesen Personen haben 268 Nicht-Mitglieder und 203 Mitglieder Wahlkampfzeitungen bestellt. Die bestellte Gesamtauflage hierzu betrug 213 905 Exemplare. Das blieb jedoch weit unter den geplanten Zahlen zurück und deutet auf eine deutlich schwächere Mobilisierung im Sympathisant*innenumfeld der LINKEN zur Europawahl.

An die Personen aus der Datenbank wurden im Zeitraum 23. April bis 25. Mai 11 E-Mails versendet. Inhaltlich wurden die 5x5-Papiere, die zu verbreitenden Kopiervorlagen sowie die Aktions- und Mitmachvorschläge versendet. Dazu kamen Spenden- und Mitglied-werden-Aufrufe sowie – allerdings an alle Mitglieder gerichtet – Aktionsvorschläge für den Wahlkampfendspurt. Neues Element war eine Onlinepetition für Konzernbesteuerung, die jedoch nicht den gewünschten Effekt brachte. Die Öffnungsraten der in den Mails enthaltenen Links betrugen zwischen 2,04 und 8,08 Prozent. Desto konkreter das Angebot in den E-Mails, desto höher lag die Klickrate. Neben den aktivierenden E-Mails

wurden die Truck-Tour-Termine über Linksaktiv beworben. Zu jedem Termin gab es eine Einladung für die jeweilige Stadt/Region, insgesamt 44 E-Mails. Operativ wurden vom Linksaktiv-Team Aktionen zu Frieden, Konzernbesteuerung und Miete vorbereitet und durchgeführt. Telefonaktionen zur Mitglieder-mobilisierung wurden nur zusammen mit dem LV Bremen durchgeführt (mehr wurden aus den Landesverbänden nicht abgefragt).

In den Kreisverbänden wurde die Datenbank sehr unterschiedlich genutzt: Während vor allem schwächere Kreisverbände diese kaum nutzen, haben andere KV's die passiven und Nicht-Mitglieder zu ihren Wahlkampftreffen eingeladen und in den Wahlkampf eingebunden. Eine detaillierte Auswertung zusammen mit den Kreisverbänden ist in Arbeit. Die extra für Linksaktiv-Verantwortliche eingerichtete Telefon-Hotline wurde allerdings nur selten genutzt.

Für die Vorbereitung von Aktionen als Vorschläge für die Wahlkampfstrukturen bedarf es auch in der Planung eines größeren Vorlaufes. Musteraktionen müssen mindestens einen Monat vor Beginn der »heißen« Phase für die Kreisverbände zur Verfügung gestellt werden. Das Instrument der Telefonmobilisierung sollte in Zukunft noch stärker bei den Landesverbänden beworben werden.

4.3. Haustürwahlkampf

Der Haustürwahlkampf wurde zur Bundestagswahl 2017 als Kernbestandteil des Wahlkampfes erfolgreich etabliert. Zur Europawahl 2019 wurde darauf aufgebaut und die Praxis weiter in der Partei verankert. Während zur Bundestagswahl in 28 Städten/Kreisverbänden Einsätze stattfanden, waren es zur Europawahl mindestens 56 Gebiete.⁵ Zum Abgabezeitpunkt dieses Papiers lagen erst aus 26 Einsatzgebieten Detailzahlen vor, in der Summe gab es an 39 Tagen Haustüreinsätze bei denen im Schnitt 4,5 Genoss*innen an 104 Türen geklopft und 35 Gespräche geführt haben. Die »Positiv für die LINKE Quote« lag dabei bei ca. 55 Prozent. Es fanden in 15 Bundesländern (mit Ausnahme von Mecklenburg-Vorpommern) Aktivitäten statt. Außerdem wurden Haustürwahlkämpfe nicht nur in urbanen Zentren geprobt sondern stärker auch in kleineren Städten im ländlichen Raum. In neun weiteren Städten waren Einsätze geplant, die aufgrund von Überlastung der lokalen Aktiven nicht zustande kamen. Denn leider konnte die Bundesgeschäftsstelle erst sehr spät (Personalunterstützung drei Monate später als geplant) Unterstützung bei Haustürwahlkämpfen anbieten, so dass parallel zu den herkömmlichen Wahlkampfaktivitäten wie dem Plakate aufhängen und der Wahlmaterialverteilung auch die Haustürwahlkämpfe stattfanden. Von den Kreisverbänden wurden 530 Taschen, 570 Klemmbretter und 11 000 Türanhänger abgerufen. Alle digitalen Arbeitsmaterialien, die bereits zur Bundestagswahl im Einsatz waren, wurden aktualisiert, die Leitfäden diversifiziert. Es gab Leitfäden zur Europa-, zur Kommunalwahl und regionalisierte Leitfäden in Berlin, Baden-Württemberg, Sachsen und Thüringen. Aus dem Arbeitsbereich der Bundesgeschäftsstelle wurden sechs Schulungsveranstaltungen und Workshops organisiert. Ein bundesweites Auswertungsseminar fand am 22./23.6.19 in Düsseldorf statt.

In der Partei gibt es ein inzwischen flächendeckendes und wachsendes Interesse an der Haustürarbeit. Gleichzeitig erschöpfen sich die Möglichkeiten der Organisationsentwicklung, so lange die zusätzliche Stelle zur Haustürarbeit in der Bundesgeschäftsstelle nur wenige Monate vor einer Wahl eingerichtet wird. Bildungsangebote zur organisierenden Ansprache und Praxistrainings müssen zwischen Wahlkämpfen organisiert werden, damit sie in den »heißen Wahlkampfphasen« eine Rolle spielen, da in diesen die Belastung für die Genoss*innen vor Ort am höchsten ist. Zudem erhöht sich die Qualität der Ansprache, wenn diese mit regionalen Konflikten verbunden wird. Doch auch für diese Detailarbeit braucht es eine längere Vorlaufzeit.

4.5. Qualifizierung

Der Bereich Politische Bildung konnte in nahezu allen Landesverbänden (LV) mindestens ein Bildungsangebot durchführen. Einige LV fragten die Bildungsangebote auch mehrmals nach. Insgesamt

⁵ Für eine bessere Vergleichbarkeit zählen Hamburg, Bremen und die Berliner Bezirksverbände als »Gebiet«. In beiden Fällen kann die Anzahl der stattgefundenen Einsätze aufgrund noch fehlender Rückmeldung höher sein.

konnten wir so insgesamt 285 Genoss*innen auf 20 Seminaren für den Wahlkampf weiterbilden, darunter 117 Kreiswahlkampfleiter*innen und 139 Kommunkandidat*innen. Die Nachfrage bei den Basisgenoss*innen war sehr hoch, teilweise höher als die Bundesgeschäftsstelle bearbeiten konnte.

*Kreiswahlkampfleiter*innenseminare* fanden in Thüringen, Hamburg, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Bayern statt. *Kandidat*innenschulungen* wurden in Brandenburg (Landtagskandidat*innen), Bremen (2x), Hamburg, Sachsen-Anhalt und in Baden-Württemberg (2x) durchgeführt. Außerdem gab es eine *Schulung für EU-Kandidat*innen* im Karl-Liebknecht-Haus. Das Seminar *Aktiver Wahlkampf vor Ort* führten wir in Niedersachsen als Ganztagesseminar durch, sowie einzelne Lerneinheiten daraus beim EU-Wahlcamp in Berlin und dem Kommunalpolitischen Forum Brandenburg. Zudem gab es ein *Mapping-Seminar* in Thüringen.

Alle Seminare – ausgenommen das Mappingseminar – waren gut besucht mit 15 bis 20 Teilnehmer*innen. Dabei stechen NRW mit 45 Teilnehmer*innen (TN) hervor, sowie eine Kandidat*innenschulung in Baden-Württemberg mit 30 TN.

Gänzlich eigenständige Bildungsangebote durch Strukturen vor Ort konnten in Sachsen und Hessen angeboten werden. Hier ist beim nächsten Mal eine engere Absprache sinnvoll, damit der Bereich Politische Bildung nachvollziehen kann, welche Seminare stattfinden.

Die zwei geplanten Seminare in Rheinland-Pfalz mussten aufgrund kurzfristiger Erkrankung abgesagt werden, was nicht zuletzt aufgrund der hohen Anmeldezahlen (jeweils rund 20 Anmeldungen) schwer ins Kontor schlägt. Hier machte sich der geringe Personalbestand im Bereich Politische Bildung bemerkbar, da aufgrund anderer Einsätze kurzfristig kein Ersatz gefunden werden konnte. Wir bemühen uns, die ausgefallenen Seminare nachzuholen.

Lediglich im Saarland gestaltete sich die Kontaktaufnahme als sehr schwierig, weshalb wir uns entschieden, saarländische Genoss*innen zu den Seminaren in Rheinland-Pfalz einzuladen. Rückmeldungen dazu sowohl von möglichen TN oder aus der Landesgeschäftsstelle (LGS) kamen aber nicht.

Vorbereitung

Die jeweiligen Landesgeschäftsstellen und Landesbildungsstrukturen organisierten Seminarort und Verpflegung. Die Kosten für die Seminare wurden über den zentralen Wahlkampffonds durch die Bundesgeschäftsstelle getragen.

Anfang bis Mitte November 2018 begann die Bewerbung der Bildungsangebote zum Wahlkampf. Hier und da musste Überzeugungsarbeit geleistet werden, insbesondere die Kostenfrage und die Skepsis gegenüber dem Interesse der Basismitglieder an diesen Seminaren standen hier im Vordergrund. Die Seminare für Kreiswahlkampfleiter*innen wurden tendenziell zu spät angefordert. Ziel sollte es sein, 3 Monate vor der Wahl alle Kreiswahlkampfleiter*innenschulungen durchgeführt zu haben.

Bildungsmaterial

Der Bereich Politische Bildung erstellte einen Bildungsbaustein »Einwände am Infostand« zur Europawahl: <https://www.die-linke.de/partei/politische-bildung/bildungsbausteine/bildungsbaustein-zur-eu-wahl/>

Das Material wurde in den Seminaren als Handreichung mitgegeben und via E-Mail und Social Media verteilt.

Rückschlüsse für die zukünftige Arbeit

Bei den *Kandidat*innenschulungen* besteht ein großer Bedarf der TN an vertieften Argumentationstrainings, sowie an rhetorischen Stilmitteln und öffentlichem Auftreten. Des Weiteren besteht hohes Interesse an Öffentlichkeitsarbeit und sozialen Medien. Hierzu müssen die quer durch die LV vorhandenen Kompetenzen vernetzt und ausgebaut werden. Dabei bietet sich eine stärkere Zusammenarbeit mit dem Bereich Bürgerdialog, Medien und Öffentlichkeitsarbeit an. Schließlich wurde mehrfach der Wunsch nach Seminaren für die kommunalpolitische Arbeit geäußert.

Bei den *Kreiswahlkampfleiter*innenseminaren* besteht ein großer Bedarf im Bereich der Mitglieder-gewinnung und -aktivierung. Dies betrifft insbesondere Flächenlandkreise und kleinstädtische Kreisver-bände. Wie aktive Parteiarbeit auch in der Fläche bei dünner Personaldecke gestaltet werden kann, sollte in Zusammenarbeit mit dem Bereich Kampagnen und Parteientwicklung, den Landesgeschäfts-stellen sowie Landesbildungsstrukturen diskutiert werden. Des Weiteren braucht es Angebote, wie der Wissenstransfer und das institutionelle Gedächtnis gerade bei mitgliederschwachen Kreisverbänden mit vielen neuen Mitgliedern und hoher Fluktuation verbessert werden kann.

Aus diesen Eindrücken ergeben sich folgende Weiterbildungsbedarfe aus Sicht des Bereichs Politische Bildung, die in Zusammenarbeit mit den LV und Landesbildungsstrukturen entwickelt werden müssten:

Argumentationstechniken/Rhetorik:	Hohe Priorität
Kommunalpolitik für Einsteiger*innen:	Hohe Priorität
Mitgliederentwicklung/-aktivierung:	Mittlere Priorität
Öffentlichkeitsarbeit/Social Media:	Mittlere Priorität
Mapping:	Mittlere Priorität

Eine Kernaufgabe des Bereiches ist der weitere Aufbau der Landesbildungsstrukturen und die Verbreiterung des Netzes von Multiplikator*innen und Teamenden, die den LV längerfristig zur Verfügung stehen. Das Ziel sollte sein, bis zur nächsten Bundestagswahl die Zahl der eigenständig durchgeführten Wahlkampfbildungsseminare in den LV signifikant zu erhöhen. Dies erfordert die Unterstützung, den Aufbau und eine noch engere Zusammenarbeit zwischen dem Bereich Politische Bildung, den LV und Landesbildungsstrukturen auch zwischen den Wahlkämpfen.

5. Wahlkampforganisation

5.1. Wahlkampfleitung, WahlQuartier

Zur operativen Wahlkampforganisation und zur Entscheidungsvorbereitung für den Bundeswahlkampf-leiter und die Parteivorsitzenden wurde ein Wahlstab eingerichtet, in dem unter Leitung des Wahl-kampfleiters die Mehrheit der Bereichsleiter*innen, die Pressestelle, die Vorsitzendenbüros sowie die Kreativagentur und die Produktionsagentur sich 14-tägig oder wöchentlich berieten.

In der Bundesgeschäftsstelle wurde der Switch in den Wahlkampf durch einige räumliche Veränderun-gen – u. a. Konzentration der operativen Wahlkampfleitung in der 3. Etage und des Aktivierungsteams im KIZ – sichtbar gemacht.

Knapp ein Jahr vor der Europawahl waren erstmals die Agenturleistungen mit einem Pitch ausge-schrieben worden. Nach Bewerbungen von vier Agenturen gab es die einvernehmliche Entscheidung für die Berliner Botschaft als Kreativagentur. Die Zusammenarbeit war kooperativ und vertrauensvoll. Mediaservice erwies sich wiederholt als eingespielter und zuverlässiger Partner in Produktion und Vertrieb.

Die Anforderungen an die Bundesgeschäftsstelle waren wie in jedem Wahlkampf höher, als mit dem üblichen Personalbestand zu leisten möglich ist. Diesem Bericht ist an einigen Stellen anzumerken, dass mit mehr Leuten auch noch mehr zu machen gewesen wäre. Es gab einige ehrenamtliche Unterstützung, an den meisten Stellen musste aber durch Mehrarbeit die Arbeit erledigt werden. Insbesondere in der Zeit um den Parteitag war die Belastung sehr hoch. Den Mitarbeiter*innen gebührt großer Dank für den enormen Einsatz.

5.2. Kooperation mit den Landesverbänden

Die Fragen der Konzeption und die Organisation des Wahlkampfes mit den Landesverbänden wurden in den regelmäßig stattfindenden Beratungen des Bundeswahlbüros und der Landesgeschäftsfüh-rer*innen besprochen.

Die Zusammenarbeit des Wahlquartiers mit den Wahlkampfverantwortlichen der Landesverbände war sehr gut. Auch kurzfristige Verabredungen oder Anforderungen konnten problemlos getroffen und umgesetzt werden. Obwohl die Bedarfsabfragen zu Print- und Kleinwerbemitteln aufgrund der Fristen häufig kurzfristig erfolgen mussten, waren die Rückmeldungen aus den Ländern in den meisten Fällen fristgerecht und vollständig.

Die Logistik der Print- und Werbematerialien stellte alle Beteiligten vor eine große Herausforderung angesichts der zahlreichen Lieferadressen und individuellen Anforderungen und Bedingungen vor Ort. Trotz der hohen Anforderungen war die Auslieferung im Großen und Ganzen problemlos, Schwierigkeiten konnten individuell und auf dem direkten Weg behoben werden.

5.3. Internationale Kooperation

Da der Europäische Rat die Schaffung eines EU-weiten Wahlkreises und damit verbunden die EU-weite Wahl einer begrenzten Anzahl von Mandaten ablehnte, blieb der nationale Charakter der Europawahl im Wesentlichen bestehen. Die Spitzenkandidaturen der europäischen Parteien konnten diesen Ausfall nicht kompensieren. Im Vergleich zu den Wahlen von 2014 fand hier zwar eine intensivere Medienarbeit statt, doch die nationalen Parteien blieben auch bei dieser Wahl die wesentlichen Akteure. Violeta Tomić und Nico Cué nahmen als Spitzenkandidaten der EL an zahlreichen Veranstaltungen der im Wahlkampf befindlichen EL-Parteien teil, darunter in Deutschland, ihr Bekanntheitsgrad blieb trotzdem relativ gering. Wahlmaterialien der EL wurden in geringem Umfang gedruckt (Wahlplattform, Poster) und kamen vermehrt in den Ländern mit kleineren EL-Mitgliedsparteien zum Einsatz. Die Wahlplattform der EL spielte im deutschen Wahlkampf, auch weil diese aufgrund des Konsensprinzips der EL relativ unkonkret blieb, keine Rolle.

6. Finanzabrechnung

Der Wahlkampfetat von 3,7 Millionen Euro wurde (unter Einbeziehung des Spendenaufkommens von 35.400,00 Euro, die bei der Bundesgeschäftsstelle verbleiben) ausgeschöpft, wenngleich die einzelnen Positionen sehr unterschiedlich ausgelastet und teilweise deutlich überzogen oder unterschritten wurden. Die größte Überziehung gibt es im Drucketat durch größere Printbestellungen aus den Landesverbänden und durch erhöhte Vertriebskosten, die zum Teil in den Druckkosten enthalten sind. Das Spendenaufkommen blieb mit 229.162,94 Euro (einschließlich Plakatspenden) unter dem Spendeziel von 300.000 Euro und spiegelt damit die mangelnde Wahlkampfmobilisierung wider.

7. Schlussfolgerungen

Zur politischen Einschätzung und zu Schlussfolgerungen liegen mehrere Papiere vor, die Diskussion ist auf der politischen Ebene zu führen. Dies betrifft vor allem die oft getroffene Feststellung, der Wahlkampf war zu brav, atmete zu viel Kompromiss und entfachte keinen Spirit, worunter die ganze Mobilisierung und Motivation litt – dies war sicher eine Folge der Konfliktbearbeitung in der Partei. Zu den organisatorischen Schlussfolgerungen wird hier festgehalten:

- Die Planung des Wahlkampfes muss früher beginnen, der weichenstellende Parteitag früher stattfinden, damit sehr arbeitsintensive Phasen wie die unmittelbare Parteitagsvorbereitung und -durchführung sowie die Freigaben für Plakate und andere Printprodukte nicht zeitgleich stattfinden. Die Gliederungen wünschen sich eine frühere Auslieferung der Wahlkampfmaterialien, seriöser Weise sollten aber die Printprodukte erst nach dem Parteitag und der Entscheidung über das Wahlprogramm erfolgen. Für die Planung von Entscheidungsketten ist auch die Kompetenz der verschiedenen Gremien (Bundeswahlbüro, Wahlstab) transparenter zu klären. Die Kommunikationslinien müssen mindestens zwei Monate vor Beginn des Wahlkampfes in die Partei kommuniziert werden.

Die Reihenfolge Wahlstrategie, Kommunikationsstrategie, Claim, Dramaturgie muss geplant und eingehalten werden.

- Der Vertrieb der Wahlkampfmaterialien entwickelt sich zu einer größeren und sehr kostenintensiven Aufgabe, die von den Landesverbänden sehr unterschiedlich gelöst wird. Hier sollte ein transparentes und gerechtes Verfahren gefunden werden. Ähnlich verhält es sich auch mit neuerdings anfallenden hohen Gebühren (für die Anbringung von Plakaten) und Kosten für die Entsorgung. Unter ökologischen und logistischen Aspekten muss eine einvernehmliche Entscheidung über Easyplates und/oder Papp-Plakate (»Vordermann«) getroffen werden.
- Die Mobilisierung und Motivation der Wahlkämpfer*innen muss als eigene Aufgabe bearbeitet werden. Dafür muss die Mitgliedschaft zu einem frühen Zeitpunkt in die Wahlkampfplanung einbezogen werden. Die direkte Kommunikation mit den Mitgliedern (Mitglieder-Mailings) hat sich bewährt, aber sie muss noch dialogischer werden, ggf. ist eine Mitgliederbefragung einzusetzen. Die Vorwahlkampfmaterialien waren zu unübersichtlich (gleichzeitige Verschickung von »Ergreif Partei«, Frauentagsmaterialien mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung und diversen Themenfeldern). Die Korrelation zwischen Wahlergebnissen, Mitgliederzuwachs, Modellprojekten und Ansprache per Haustürwahlkampf muss mehr Gewicht bekommen.
- Die Sprache der Mitglieder über die Partei und ihre Positionen muss (wieder stärker) von Wertschätzung geprägt sein, gemeinsame Zielsetzungen müssen in den Mittelpunkt gerückt werden: Die Ergebnisse des Parteitags nicht etwa »nur ein schlechter Kompromiss«, sondern durchaus auch der Versuch, verbindende politische Inhalte und konstruktive, gemeinsam getragene Positionen im Wahlkampf zu artikulieren. Keineswegs war dominierendes Ereignis des Europawahlparteitags die Interpretation »der Russland-Antrag wurde abgelehnt«, und auch die Bühnenaktion einiger Parteitagssteilnehmer*innen mit Bekenntnis zur Venezuela-Solidarität war nicht das, was in den Erzählungen als prägendes Parteitagsbild gelten sollte, sondern unsere europapolitischen Inhalte, die über laufende Kameras zu den Wähler*innen gelangen.
- Auch die Kommunikation mit den Wähler*innen muss dialogischer und mehr aufsuchend werden, wir können immer weniger erwarten, dass die Leute zu uns kommen (auf unsere Website, zu unseren Veranstaltungen, uns anrufen oder schreiben), wir müssen zu ihnen gehen und mit ihnen sprechen.
- Das Veranstaltungskonzept ist zu überprüfen: Große Bühnenveranstaltungen sollten ggf. deutlich reduziert werden und nur stattfinden, wenn Zeit und Ort sowie die Anwesenheit von zugänglichen Promis eine gute Teilnehmer*innenzahl erwarten lassen. Die Veranstaltungen sollten dialogorientierter werden.
- Parallele Wahlkämpfe wie hier die kommunalen Wahlkämpfe, der Bürgerschaftswahlkampf und der Europawahlkampf müssen besser verzahnt werden.
- Jenseits der politischen Gewichtung von urbanem Raum und ländlicher Fläche müssen die Wahlkampfmittel stärker an den Zielgebieten orientiert werden. Hier sollte auch der verstärkte Einsatz von A0-Plakaten geprüft werden.
- Die Kandidat*innenliste muss im Europawahlkampf länger sein und (z. B. für die vielen Schulveranstaltungen) ausreichend viele Kandidierende in den Landesverbänden aufweisen. Die Mobilisierungsfähigkeit der Kandidat*innen hängt auch daran, dass man von ihnen vorher schon hört, was DIE LINKE im Europaparlament tut. Hier muss die Öffentlichkeitsarbeit, vielleicht auch die Schwerpunktsetzung der Delegation mehr auf den Punkt gebracht werden: Kontroversen, Skandale, interessante Studien – Maßstab für die Arbeit der Delegation muss auch sein, mit einigen Themen in die Öffentlichkeit zu kommen.
- Eine zentrale Promi-Koordinierung ist effektiv und kostet weniger Zeit und Nerven, wenn alle Beteiligten sich diszipliniert daran halten. Diese Disziplin sollte wieder aufgebracht werden.
- Die Abstimmung der Wahlprüfsteine mit der Fraktion muss wieder flüssiger werden. Hier sollten sich die Beteiligten frühzeitig vor dem nächsten Wahlkampf zusammensetzen, die nötigen Strukturen wieder einrichten und Abläufe besprechen, die das für alle wertvolle Fachwissen im Wahlkampf schneller nutzbar machen.
- Der Personalaufwand im Wahlkampf übersteigt regelmäßig die Möglichkeiten der Bundesgeschäftsstelle und die Akquise von ehrenamtlicher Unterstützung ist nervenaufreibend. Für mehr

Planungssicherheit braucht es hier ein anders Verfahren. Welche Möglichkeiten gibt es für Freiwilligenteams, z. B. für PR-Aktionen und Social-Media-Arbeit? In der Bundesgeschäftsstelle ist auch klar zu definieren, welche Aufgaben im Wahlkampf liegen bleiben (müssen), weil der Wahlkampf Priorität hat.

- Der Medienmix muss auf den Prüfstand: Derzeit wird ca. 30 Prozent des gesamten Wahlkampfbudgets für die Anmietung von Großflächen ausgegeben, für den Online-Wahlkampf weniger als ein Zwanzigstel (und damit weniger als bei den anderen Parteien) – hier müssen erreichbare Zielgruppen und die Zahl möglicher Kontakte ins Verhältnis gesetzt werden.