

1. Einleitung

DIE LINKE ist in den ersten Jahren ihres Bestehens, insbesondere im Westen, stürmisch gewachsen. Sie ist aus den Wahlkämpfen 2005 entstanden und hatte seit ihrer Gründung im Juni 2007 etliche Kommunalwahlen, 18 Landtagswahlen, eine Europawahl und eine Bundestagswahl zu bestreiten. In diesen Zeiten wurden zunächst sehr viele neue Mitglieder gewonnen, die mit ihren Erfahrungen und Erwartungen die neue Partei geprägt haben, zum Teil sie auch nach kurzer Zeit wieder verließen, weil DIE LINKE nicht ihren Erwartungen entsprach. Im Zentrum der Parteientwicklung standen in den ersten Jahren naturgemäß die Fragen der politischen und programmatischen Ausrichtung. Die Themen der inneren Verfasstheit wie Strukturen und Parteileben blieben im Hintergrund. Seit der Bundestagswahl 2009 ist die Gründungsphase abgeschlossen und die Partei befindet sich in der Konsolidierungsphase. Mit dem Beschluss über ein neues Parteiprogramm ist es geboten, die organisationspolitische Stabilisierung der Partei in Angriff zu nehmen. Dazu hat der Parteivorstand im Jahr 2010 (unterstützt vom Bundesfinanzrat) eine Projektgruppe LINKE 2020 beauftragt, eine Bestandsaufnahme vorzulegen und Maßnahmen vorzuschlagen, um die Grundlagen für die politische Handlungsfähigkeit der Partei in den nächsten Jahren sicherzustellen.

Die Projektgruppe hat im Jahr 2011 zunächst eine Fülle von Daten zur Parteientwicklung recherchiert und zusammengetragen. U.a. wurde erstmals eine eigene Befragung der Landes-, Kreis- und Ortsvorstände durchgeführt und ausgewertet. Es wurden Daten der Deutschen Parteimitgliederstudie PAMIS 2009 ausgewertet und Untersuchungen der Rosa-Luxemburg-Stiftung herangezogen. Und es wurden frühere Erfahrungen und Überlegungen zur Parteientwicklung aus den Vorgängerparteien und aus der Anfangsphase der LINKEN ausgewertet. Die Projektgruppe arbeitete vorwiegend in Arbeitsgruppen zu Teilaspekten der Parteientwicklung, tauschte sich mit dem Bundesfinanzrat und der Projektgruppe Mitgliederentwicklung aus und wertete eigene Zwischenergebnisse in zwei Klausuren aus.

Der Parteivorstand hatte in seinem Beschluss die Projektgruppe um Vorschläge für Maßnahmen gebeten, mit deren Umsetzung bereits 2012 begonnen werden sollte. Da die Projektgruppe die Dringlichkeit von Maßnahmen ausdrücklich bestätigt, ist der vorliegende Abschlussbericht bewusst knapp und handlungsorientiert gefasst.

¹ Der Abschlussbericht wurde von den folgenden Mitgliedern der Projektgruppe erarbeitet und eingereicht: Regina Bärens, Werner Dreibus, Michael Enrich, Nina Eumann, Martin Harnack, Claudia Gohde, Lars Kleba, Pascal Meiser, Sylvia Müller, Corinna Pilatzki, Christel Rajda, Jan Rübke, Raju Sharma, Manfred Sohn, Yvonne Sotorrios, Peter Vetter, Heidrun von der Stück, Halina Wawzyniak

2. Ziele

DIE LINKE ist eine Mitgliederpartei und will das bleiben. Damit soll zum einen erreicht werden, dass die Themen und Probleme der Gesellschaft in der Partei über die Mitglieder präsent sind, und zum anderen, dass die Partei über ihre Mitglieder in die Gesellschaft hineinwirken kann. Das ist mehr als eine Wahlpartei oder eine Programmpartei zu sein, wenngleich DIE LINKE auch diese Funktionen erfüllen muss. Die Bedeutung der LINKEN misst sich in der Gesellschaft an ihrer Mitgliederzahl und ihren Wählerstimmen. Nach innen ist die Zahl der Mitglieder und der Wählerinnen und Wähler die Grundlage der personellen und finanziellen Ressourcen.

Die Mitglieder sind das höchste Gut der LINKEN. Sie sollen sich mit ihrer Partei identifizieren und nach außen für sie werben, sie sollen die Partei finanzieren und für sie kandidieren und Ämter und Mandate so ausfüllen, dass die politischen Ziele umgesetzt und die Zustimmung für die Partei vergrößert werden. Breite Beteiligung an der politischen Willensbildung, Transparenz und Kommunikation zwischen oben und unten in beide Richtungen sind dafür ebenso Bedingungen wie ein solidarisches Parteileben, effektive Parteistrukturen, konsequente Planung und politische Schwerpunktsetzung. Die Mitgliedschaft in der LINKEN muss über die monatliche Abbuchung des Beitrages hinaus sinnlich erfahrbar sein. Vorstände auf allen Ebenen müssen sich damit befassen, welchen Vorteil Mitglieder von einer Mitgliedschaft in der LINKEN haben und was die Partei ihnen wert sein kann.

Die Partei ändert sich ständig in ihrer Zusammensetzung, was das Verhältnis zwischen Ost und West, Jung und Alt, Männern und Frauen angeht. In der Gründungsphase mangelte es vielerorts an Routinen und Erfahrung, alles stand auf dem Prüfstand und jede Aktivität musste neu erfunden werden. Aber nicht alles, was in der Gründungsphase „einriss“ oder an Vorerfahrungen mitgebracht wurde, muss zum Dauerzustand werden. DIE LINKE soll eine lernende Partei sein, Traditionen und Innovationen in ein produktives Verhältnis bringen. Die gute Praxis der Partei ist zu dokumentieren und bekannt zu machen, das bestehende Organisationshandbuch („Roter Ordner“) entsprechend weiterzuentwickeln.

DIE LINKE will flächendeckend in Ost und West präsent sein, damit die Partei sich entwickeln und ihre politischen Anliegen umsetzen kann. Im Osten sind die Anstrengungen darauf zu richten, dass die Organisation nicht geschwächt wird, sondern (wenigstens) auf dem jetzigen Stand erhalten bleibt und so weiterentwickelt wird, dass sie auf sich wandelnde Anforderungen vorbereitet ist, im Westen geht es um den weiteren Aufbau der Organisation. Für die Erfüllung dieser Aufgaben sind die deutliche Erhöhung des Durchschnittsbeitrages und die Neuregelung des Länderfinanzausgleiches nötig. Denn DIE LINKE hält daran fest, sich weiterhin in erster Linie über Mitgliedsbeiträge, neben Spenden, Mandatsträgerbeiträgen und der staatlichen Teilfinanzierung, zu finanzieren.

Die politische Arbeit der Partei muss präziser, effektiver und wahrnehmbarer werden. Das erfordert Schwerpunktsetzungen und Kampagnen, die diesen Namen auch verdienen, weil sie wirklich in der Mehrheit der Gliederungen getragen werden und weil tatsächlich Ressourcen darauf konzentriert werden.

3. Mitgliederentwicklung

DIE LINKE und ihre Vorgängerorganisationen gewannen vom Jahr 2005 (Bundestagswahl mit dem ersten gemeinsamen Wahlantritt) bis zum Jahr 2009 (Europa- und Bundestagswahl) sehr viele neue Mitglieder:

2007: 7.725 Eintritte
2008: 9.230 Eintritte
2009: 8.953 Eintritte.

Seit 2010 verliert DIE LINKE mehr Mitglieder als sie hinzugewinnt. Die erste Ursache dafür sind Austritte aus unterschiedlichen Gründen. Die zweite Ursache ist das um 20 Jahre höhere (als im Westen) Durchschnittsalter der Mitglieder im Osten, von denen viele sterben oder altersbedingt austreten. Die dritte Ursache ist die aktive Beitragspolitik, die zur Streichung von nicht zahlenden Mitgliedern geführt hat. Und die vierte Ursache ist das zu geringe Engagement bei der Gewinnung neuer Mitglieder. Im Jahr 2010 wurden nur noch 4.910 neue Mitglieder gewonnen, in den ersten neun Monaten des Jahres 2011 waren es 2.462.

Die 5.770 Abgänge im Jahr 2011 (Januar bis September) schlüsseln sich wie folgt auf:

2.693 Austritte
1.632 Todesfälle und Austritte wg. Krankheit oder Alter
1.445 Streichungen

Sofern die Austrittsgründe angegeben und erfasst sind (nur in sechs von 100 Austritten wird ein Grund genannt), wird in erster Linie die Unzufriedenheit mit der örtlichen Parteiorganisation (Streit im Kreisverband) genannt, nur zu einem sehr kleinen Teil (5,9% aller Austritte) wird der Austritt mit der politischen Ausrichtung der Partei begründet. In vielen Fällen stellt sich beim Austritt heraus, dass sich nie jemand um das Mitglied gekümmert hat.

Eine Prognose über die Entwicklung der Mitgliederzahlen ist schwer, weil DIE LINKE noch zu jung ist und die ersten Jahre sehr wechselvoll waren. Geht man von den Bedingungen der Jahre 2010 und 2011 aus und betrachtet, dass angesichts des hohen Altersdurchschnitts im Osten die Sterberate auch in den nächsten Jahren leider noch sehr hoch sein wird, berücksichtigt, dass die Phase der Bereinigung der Mitgliederzahl von Nichtzahlern weitgehend abgeschlossen ist und sich ansonsten Eintritte und Austritte die Waage halten, so ist im Saldo mit einem Verlust von ca. 13.000 Mitgliedern bis zum Jahr 2020 zu rechnen, was zu einer Mitgliederzahl von ca. 58.000 Mitgliedern führen würde. Diese Entwicklung würde dazu führen, dass DIE LINKE ihrem Ziel einer stärkeren Verankerung in der Gesellschaft nicht nur nicht näher käme, sondern sich sogar davon entfernte, weniger in der Fläche kommunalpolitisch aktiv wäre, weniger Personal für Mandate und Ämter hätte, sich weniger um die Bürgerinnen und Bürger vor Ort kümmern könnte, weniger Erfahrung und Wissen aus der Gesellschaft in sich versammeln würde und weniger über ihre Mitglieder in die Gesellschaft wirken könnte. Sie hätte auch deutlich weniger Einnahmen, weil nicht nur die Beiträge zurückgingen, sondern auch die auf den Beiträgen fußende staatliche Teilfinanzierung reduziert würde.

3.1. Zielzahlen und regelmäßige Mitgliederberichte

Es ist also zwingende Aufgabe für die gesamte Partei, Austritte deutlich zu minimieren und aktiv um neue Mitglieder zu werben. Um die Mitgliederzahl bis zum Jahr 2020 zu halten, wären pro Jahr ca. 1.450 Mitglieder (13.000 aufgeteilt auf neun Jahre) zusätzlich zu den derzeitigen ca. 4.200 Eintritten pro Jahr (Jahresdurchschnitt der Jahre 2010/2011) zu gewinnen. Verteilt man die Summe von 5.650 Neumitgliedern nach Bevölkerungszahl auf die 16 Landesverbände, kommt man auf Zielzahlen für jeden Landesverband, die hier rein statistisch ermittelt wurden. Entscheidend ist, dass die Landesverbände im ersten Halbjahr 2012 untereinander verabreden müssen, wie sie die Zielzahlen untereinander aufteilen, um das gemeinsame Ziel zu erreichen.

Landesverband	Zu erwartende Neumitgliederzahl 2011 ²	künftig jährlich zu gewinnende Neumitglieder ³	Bevölkerung 2010
Baden-Württemberg	272	746	10.810.000
Bayern	267	868	12.576.000
Berlin	269	233	3.376.000
Brandenburg	99	173	2.511.000
Bremen	42	46	664.000
Hamburg	110	123	1.778.000
Hessen	296	419	6.070.000
Mecklenburg-Vorpommern	72	113	1.632.000
Niedersachsen	393	547	7.933.000
Nordrhein-Westfalen	608	1.236	17.911.000
Rheinland-Pfalz	245	278	4.033.000
Saarland	146	71	1.024.000
Sachsen	134	286	4.144.000
Sachsen-Anhalt	95	161	2.340.000
Schleswig-Holstein	99	196	2.842.000
Thüringen	75	154	2.234.000
Gesamt	3.218	5.650	81.878.000

Diese Zielzahlen in der Tabelle sind schematisch aufgeteilt, dagegen gibt es viele Argumente: Im Saarland sind mehr Einwohnerinnen und Einwohner in Parteien organisiert als in allen anderen Bundesländern (das gilt für alle Parteien), in Bundesländern ohne Landtagsfraktion ist die Mitgliedergewinnung schwerer als in solchen mit Fraktion. Wo jetzt schon viele Mitglieder sind, gibt es mehr und geschultere Mitglieder, die andere werben können. Konservative Regionen sind

² Die zu erwartende Mitgliederzahl 2011 errechnet sich, indem die tatsächliche Zahl der Neumitglieder zum 30. September 2011 (9 Monate) geteilt durch 9 mit 12 multipliziert und somit auf zwölf Monate hochgerechnet wird

³ Gerechnet wird hier die Bevölkerungszahl des Landes, geteilt durch die Gesamtbevölkerung, multipliziert mit 5.650, so dass sich die Anteile der Landesverbände nach dem Bevölkerungsanteil berechnen.

schwerer zu erobern als fortschrittlich geprägte. Und in Städten lassen sich leichter Mitglieder gewinnen als auf dem Land. Aber das ändert alles nichts daran, dass die Summe der Mitglieder gewonnen werden muss, wenn die Partei wenigstens ihre jetzige Stärke behalten will. Zu der verbindlichen Verabredung der Landesverbände über die Aufteilung gehört, dass die Zielzahlen auf die nachgeordneten Gliederungen herunter gebrochen werden und dass die Vorstände regelmäßig kontrollieren, ob die Ziele erreicht werden.

Die Mitgliederentwicklung und -gewinnung ist zentrale Leitungsaufgabe auf allen Gliederungsebenen und mindestens vierteljährlich Thema der Vorstandssitzungen. Es gibt in den Vorständen gute Erfahrungen damit, wenn mehrere Mitglieder eines Vorstandes zuständig für das Aufgabengebiet sind. Operativ sind aber mindestens die Geschäftsführerinnen und -geschäftsführer zuständig. Sie geben auf jedem Parteitag (jeder Ebene) mindestens jährlich einen aktuellen Bericht über den Stand der Mitgliederentwicklung. Wenn die Zahl der Austritte die der Eintritte übersteigt, ist darüber die nächsthöhere Gliederungsebene umgehend zu informieren.

3.2. Mitglieder halten

In den Jahren 2010/2011 waren die Mitgliederverluste enorm hoch. Auch wenn ein beträchtlicher Teil der Verluste durch Todesfälle und die Bereinigung von Nichtzahlern verursacht wurde, ist die Quote der Austritte dringend zu reduzieren, denn es ist allemal leichter Mitglieder zu halten als neu zu gewinnen.

Um möglichst viele Mitglieder in der Partei zu halten, müssen folgende Bedingungen erfüllt werden: Neue Mitglieder werden persönlich durch Brief, Telefonat und persönliches Gespräch begrüßt. Dabei sollte immer auch versucht werden, ihre Interessen und Vorstellungen zu erfragen. Wer passives Mitglied sein will, darf das ebenso verwirklichen wie jemand akzeptiert wird, der oder die ein Mandat anstrebt oder sich über die Parteimitgliedschaft persönlich weiter entwickeln will. Jedes neue Mitglied wird auf eine Basisorganisation oder einen Ortsverband verwiesen, in dem es willkommen ist und sich einbringen kann. Jedes neue Mitglied verändert die Partei. Darum sind regelmäßige Neumitgliedertreffen auf Kreisverbandsebene (Bezirksverbandsebene) und/oder auf Landesverbandsebene notwendig, um neue Mitglieder persönlich begrüßen und Angebote zum Mitmachen nahe bringen zu können.

Über Motive für die Mitgliedschaft in der LINKEN gibt zum Beispiel die PAMIS-Studie Auskunft. In erster Linie wollen Mitglieder der LINKEN durch ihre Mitgliedschaft politische Veränderungen erreichen, in zweiter Linie nennen sie altruistische Ziele (in der Mitgliederbefragung wurde konkret das Motiv soziale Gerechtigkeit genannt), an dritter Stelle steht der Wunsch nach Unterstützung der Partei und/oder ihrer Politikerinnen und Politiker. Es sind also die großen und grundsätzlichen Themen, die die Mitglieder in der Partei halten. Wenn diese Themen im Parteilalltag nicht mehr erkannt werden, dann geht die Bindung zwischen Partei und Mitglied verloren. Vorstände müssen dafür sorgen, dass die großen gemeinsamen Ziele in der Arbeit vor Ort spürbar sind und stärker als persönliche Differenzen sind.

Alle Mitglieder wollen und sollen ihre Partei als einen Ort erleben, wo über politische Differenzen hinweg Gemeinschaft und Solidarität in den großen gemeinsamen Anliegen der Partei erfahren

wird. Sie wollen ihre ehrenamtliche Arbeit sinn- und planvoll eingesetzt und gewürdigt sehen, sie werden motiviert, wenn das eigene Engagement Teil eines sinnvollen Ganzen ist. Viele Mitglieder sind auch außerhalb der Partei stark engagiert. Zeit ist für sie - und ganz besonders für Frauen - ein wichtiger Faktor. Darum sollen Parteitermine so organisiert werden, dass sie von vielen wahrgenommen werden können, dass sie gut vorbereitet und ergebnisorientiert in einer überschaubaren Zeit abgeschlossen werden können, dass Kinderbetreuung und Ambiente stimmen. Jedes zahlende Mitglied hat auch ein Recht darauf, dass es in regelmäßigen Abständen von seiner Partei informiert wird. Das wäre durch ein Mitgliedermagazin, das mindestens viermal im Jahr jedem Mitglied zugestellt wird, zu realisieren.

3.3. Mitglieder gewinnen

Mitgliedergewinnung ist nur dann erfolgreich, wenn DIE LINKE als Mitgliederpartei wahrgenommen wird. Beteiligungsangebote, demokratische Entscheidungen und Transparenz laden zum Mitmachen ein. Somit ist die Stärkung des Profils einer Mitgliederpartei grundlegend für die Gewinnung von Mitgliedern gleichermaßen wie für das Halten von Mitgliedern.

Daher muss die gezielte Beteiligung von möglichst vielen Mitgliedern und die regelmäßig Information und Kommunikation mit Mitgliedern genauso wie Pressearbeit, Kassenverantwortung, Bildungsarbeit, etc. ständige Aufgabe der Vorstandsarbeit sein. In jedem Kreisverband muss es eine Verantwortliche oder einen Verantwortlichen für Mitgliederentwicklung geben. Neue Mitglieder müssen gezielt begrüßt, in Aktivitäten einbezogen und an die Partei durch Neumitgliederseminare, Begleitung und/oder Bildungsarbeit integriert werden. Diese Arbeit ist Aufgabe der Mitgliederverantwortlichen. Sie müssen beim Erwerb der hierfür notwendigen Kompetenzen gezielt durch Seminare und das Bereitstellen von entsprechenden Materialien unterstützt werden.

Wenn die Hauptmotive für den Eintritt in DIE LINKE der Wunsch nach politischer Veränderung, das Streben nach sozialer Gerechtigkeit und die Unterstützung der Partei und ihrer Politikerinnen und Politiker sind, dann lassen sich Mitglieder vor allem dann gewinnen, wenn diese Motive sichtbar und erfolgreich mit der Partei verbunden sind. Viele Eintritte gab es in den vergangenen Jahren in der Gründungsphase, während der Mindestlohnkampagne und in den Wahlkampagnen, wenn die Partei mit ihren Inhalten in den Medien war und wenn sie Erfolg hatte. Darum wird hier keine isolierte Mitgliederwerbekampagne vorgeschlagen, sondern Mitgliedergewinnung muss eng mit den Kampagnen und Aktionen der Partei verkoppelt werden. Oder umgekehrt: Jede Kampagne und Aktion der Partei muss sich zugleich als Mitgliederwerbeaktion ausweisen.

Alle Wege zur Mitgliedergewinnung sind erlaubt: die systematische Ansprache von Bündnispartnerinnen und -partner, die Belohnung von erfolgreichen Werberinnen und Werbern, die Suche per Anzeigen, die offensive Mitgliederwerbung in Talkshows durch prominente Parteivertreterinnen und -vertreter, Mitgliederwerbepartys und Wettbewerbe. Wer sich in der LINKEN um Mitgliederwerbung kümmert und Mitglieder gewinnt, erfährt den Dank und die Anerkennung der ganzen Partei durch eine entsprechende Auszeichnung und eine Einladung zu einem Höhepunkt der Partei. Die Mitgliederwerberinnen und -werber werden in Projektgruppen vernetzt und ihre Erfahrungen werden parteiöffentlich ausgetauscht. Die bisherigen Initiativen

zur Mitgliedergewinnung sind ein guter Anfang, sie müssen jetzt qualitativ auf ein neues Niveau gehoben werden. Unterschiedliche Gegebenheiten vor Ort verlangen dabei unterschiedliche Herangehensweisen und Maßnahmen. Konkrete Hilfestellungen aus den Geschäftsstellen vor Ort und besonders durch die Bundesgeschäftsstelle sind aber unerlässlich.

Mitgliedergewinnung bedeutet nicht nur die Erfassung der Daten neuer Mitglieder sondern ihre aktive Integration in die Partei. Jedes neue Mitglied verändert die Partei und verändert sich mit der Partei. Die Frage an potentielle Mitglieder „Was muss geschehen, damit du eintrittst?“ bringt diesen Sachverhalt auf den Punkt. Diese und andere Fragen, was das neue Mitglied bewegt, was es erwartet und wofür es sich einsetzen möchte, gehören zum Integrationsprozess ebenso, wie dem neuen Mitglied vorzustellen ist, was es erwartet, wo es mitmachen kann und wozu die Partei es brauchen kann.

Exkurs: Gezielte Beteiligung von Unterstützerinnen und Unterstützern und inaktiven Mitgliedern

In den Wahlkämpfen im Jahr 2009 wurden gute Erfahrungen mit dem Beteiligungskonzept „linksaktiv“ gemacht. Es geht davon aus, dass eine wachsende Zahl von (nicht nur jüngeren) Menschen sich nicht gleich langfristig binden will, aber für ein überschaubares Projekt gewinnbar ist. Und es reflektiert die Erfahrung, dass Mitstreiterinnen und Mitstreiter dann leichter gewonnen werden können, wenn die Partei selber aktiv und gut erkennbar an einem inhaltlichen Thema arbeitet bzw. wie z.B. in Wahlkämpfen an einem Strang zieht. Dafür können gleichermaßen Mitglieder der Partei, die bis dahin nicht aktiv waren, als auch Nicht-Mitglieder angesprochen werden. Für ein zeitlich begrenztes Projekt oder eine Kampagne werden gezielt Unterstützerinnen und Unterstützer aus dem Partei und ihrem Umfeld gesucht, gewonnen und dazu ermutigt selbst Verantwortung zu übernehmen. Die Arbeit mit diesen Gruppen ist auf eine Kampagne und ein konkretes Ziel orientiert. Im Rahmen einer solchen Kampagne können Interessierte die Partei kennenlernen und bislang Inaktive für ein weiteres Engagement motiviert werden.

4. Politische Bildung

Der Aufbau der Bildungsstrukturen ist von der Phase der Initiierung und Strukturierung in die Phase der Konsolidierung getreten. Die Bildungsarbeit der Partei findet in Zusammenarbeit zwischen der Bundesgeschäftsstelle, Bereich Politische Bildung, und der Kommission Politische Bildung (KPB) statt. Formal sind alle Bundesländer mit je zwei Vertreter/innen in der KPB vertreten. Aktive bzw. spürbare Landesbildungsstrukturen gibt es nur in neun Landesverbänden, wobei deren Arbeitsweisen, Impulsgebungen und strategische Ausrichtungen qualitativ unterschiedlich sind.

Auf Kreisverbandsebene sind derzeit 122 Bildungsverantwortliche aus etwa 110 (von 359) Kreisverbänden bekannt. Aktive Bildungsstrukturen auf Kreisebene gibt es tendenziell nur in den östlichen Landesverbänden und in einigen westlichen Großstädten.

Die Konsolidierung der Bildungsstrukturen hat hohe Priorität und wird durch die hohe Fluktuation in den Kreisverbänden und durch die Belastung der Aktiven erschwert.

Inhaltlich hat die Entwicklung von Bildungsangeboten zur Qualifizierung der Mitglieder große Priorität. Es wurde ein Seminar „Erfolgreiches Arbeiten im Kreisvorstand“ und ein Mitgliederwerbeseminar entwickelt, welches den Parteistrukturen angeboten wird. Hinzu kommt das bewährte Neumitgliederseminar. Momentan wird ein Grundlagenseminar „DIE LINKE 1“ entwickelt, das im ersten Quartal 2012 an den Start gehen soll.

Über die Aktivitäten der innerparteilichen Bildungsarbeit informiert der regelmäßig erscheinende Bildungs-Newsletter, der von fast 1000 Genossinnen und Genossen bezogen wird.

5. Aktions- und Kampagnenfähigkeit

Es ist ein zentrales Anliegen der Partei, das Engagement ihrer Mitglieder zu fördern und zu stärken. Die Partei lebt davon, dass sich viele Mitglieder selbst engagieren. Unsere Forderungen werden wir im Normalfall nicht allein durchsetzen, sondern nur, wenn viele, viele mit uns zusammen handeln. Daher spielt das Engagement von Mitgliedern in Verbänden, Gewerkschaften, Initiativen und Bündnissen für die Veränderung der Gesellschaft und die Wahrnehmung der LINKEN in der Öffentlichkeit eine große Rolle. Die Vorstände auf allen Ebenen sind dafür zuständig, Mitglieder zu motivieren und zu unterstützen. Unterstützend wirken alle Maßnahmen der politischen Bildung, aber auch kleine Hilfen im Alltag wie

- „Was kannst Du tun?“-Begrüßungsfaltblatt für neue Mitglieder,
- Argumentationskärtchen zu zentralen Fragen,
- mit gutem Beispiel vorangehen und zeigen, dass, wer sich als Mitglied der LINKEN outet, nicht gefressen wird,
- Material erstellen für die „Kümmerer“ vor Ort (Wohngeld, Hartz IV, etc.).

Motivation wird befördert, wenn die Partei vermittelt, dass Engagement etwas wert ist.

Motivation wird geweckt, wenn die Partei „erlebbar“ ist, wenn Politik die Lebensqualität bereichert, wenn Lust auf Politikmachen vermittelt wird, wenn zentrale Veranstaltungen wie Parteitage Eventcharakter haben, wenn man sich in der Partei wohlfühlen kann, wenn es in der Partei – öffentliche - Anerkennung für die Arbeit gibt und natürlich wenn wir erfolgreich sind.

Ehrenamtliche Arbeit braucht mehr Würdigung. Hier ist Mut zur Emotion und auch zur Sentimentalität gefordert (eine Visitenkarte ist zum Beispiel vielleicht nicht sachlich notwendig, vermittelt aber Wertschätzung).

Politische Arbeit findet in der Freizeit statt, sie soll ein Stück Lebenskultur sein, nicht nur das ist ein Grund dafür, Politik und Kultur zu verbinden. Sei es durch gemeinsame Feste, durch Lesungen, Konzerte, Band-Wettbewerbe, Kinoabende oder Kabarett.

Engagement braucht Motivation, Struktur und möglichst auch Erfolg. Dafür bieten Kampagnen besonders gute Möglichkeiten. Eine Kampagne (auch Wahlkampagne) ist die umfassendste und wirkungsvollste Aktionsform in der Politik und für DIE LINKE ein unverzichtbares Mittel der politischen Einflussnahme. Allerdings können Kampagnen nur ihre Wirksamkeit entfalten, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

- Es kann für die ganze Partei zeitgleich immer nur ein echtes Kampagnenthema geben.

- Vor dem Start einer Kampagne müssen große Teile der Partei bereits für die Kampagne gewonnen werden. Kampagnen müssen beteiligungsorientiert geplant, organisiert und durchgeführt werden.
- Die Kampagne braucht eine längere Vorbereitung, um vorab in allen Landesverbänden vorbereitende Workshops und Seminare durchzuführen. Auf allen Ebenen sind Kampagnen-Teams zu schaffen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu gewinnen.
- In der Planung der Kampagne ist auszuweisen, welche Ziele mit Blick auf die Mitgliedergewinnung damit verfolgt werden und welche Mittel dafür eingesetzt werden sollen.
- Kampagnen sind zielgruppenorientiert anzulegen, damit die Kommunikation auf die jeweilige Zielgruppe ausgerichtet werden kann.
- Nur per Email-Kommunikation wird keine Kampagne vorbereitet. Allerdings sollte es virtuelle Kampagnenelemente geben.
- Die Kampagne sollte differenzierbar nach Ost und West, Stadt und Land, Nord und Süd sein.
- Aktionsmaterialien müssen kostenlos zur Verfügung gestellt werden, Druckkosten- und Portozuschüsse für die unteren Gliederungen eingeplant werden. Die Bundesgeschäftsstelle muss eine begleitende Servicestelle bereitstellen.
- Vorstände müssen führend sein bei der Teilnahme an Aktivitäten von Nichtpartei-Organisationen und Bewegungen – nicht zwingend mit Parteifahren, aber sichtbar und anerkannt.
- Das Ziel einer Kampagne muss realistisch, konkret und abrechenbar sein.
- Am Ende ist eine Kampagne zu evaluieren, wobei die Mitgliedergewinnung gesondert zu betrachten ist.

6. Beteiligung, Willensbildung, Kommunikation

DIE LINKE fordert in ihren Programmen ein Höchstmaß an Beteiligung und Transparenz. Innerhalb der Partei werden enorme Mengen an Informationen bereitgestellt, vor allem über das Internet, Newsletter und Email-Kommunikation, daneben über die öffentlichen Medien, über Veranstaltungen, Rundbriefe und Versammlungen. Aber aus den Befragungen geht hervor, dass sehr viele Informationen von oben nach unten und von unten nach oben versickern. Allerdings ist die Informationsmenge insgesamt auch zu groß, als dass jedes Mitglied gleichermaßen gut informiert ist. Aus der Wissenschaft ist bekannt, dass die direkte Kommunikation in persönlichen Begegnungen als die sinnlichste Erfahrung der Kommunikation die nachhaltigste Wirkung hat. Dreiviertel der Befragten (eigene Befragung 2011) sprechen davon, dass sie vorwiegend persönlich (inklusive Telefon) mit anderen Mitgliedern kommunizieren. In einer großen Partei ist aber die persönliche Kommunikation immer nur auf einen kleineren Ausschnitt der Parteimitgliedschaft beschränkt. Umso wichtiger ist, diese persönliche Kommunikation (bei Veranstaltungen, Beratungen, Telefonaktionen) bewusst herzustellen und möglichst effektiv zu gestalten bzw. Bedingungen herzustellen, die direkter Kommunikation nahekommen.

Darum sollte die regelmäßige Beratung mit den BO- oder Ortsverbandsvorsitzenden für jeden Kreis- oder Bezirksvorstand als eine wertvolle Quelle über die Stimmung und als Gelegenheit zur

Vermittlung von politischen Anliegen geschätzt werden. Landesvorstände sollten sich ebenfalls einmal jährlich mit den BO- und Ortsverbandsvorsitzenden einer Region treffen, genauso wie der Parteivorstand sich jährlich mit den Kreisvorsitzenden beraten und die direkte Information der Kreisvorstände (nicht nur der Kreisvorsitzenden) pflegen sollte. Daneben sind selbstverständlich regelmäßige Beratungen zwischen Kreis- und Landesvorständen sowie zwischen Landesvorständen und Parteivorstand notwendig.

Die Beteiligungsmöglichkeiten in der Partei hängen auch von den Möglichkeiten ihrer Mitglieder ab, sich auf Ämter und Mandate vorzubereiten, sich qualifizieren zu können. Praktika und andere Nachwuchsförderungsprogramme (z.B. Mentoringprogramme) sind auf Bundesebene und in jedem Landesverband auszubauen bzw. zu entwickeln.

40% der Kreisverbände und 63% der Ortsverbände wünschen sich häufigere Mitgliederentscheide. Da das Instrument des Mitgliederentscheides relativ aufwändig ist, sollten alle Vorstände mindestens auf mehr direkte Beteiligung der Mitglieder unterhalb der Mitgliederentscheide orientieren. Mitgliederversammlungen können auf Kreisverbandsebene eine gute Ergänzung zu den Delegiertenberatungen sein. Telefonaktionen in der direkten Vorbereitung von Kampagnen haben sich bewährt und werden dringend weiter empfohlen. Die neuen Medien erlauben individuelle Kommunikation durch Chats und Blogs und durch Kontakte in den Sozialen Netzwerken. Der Parteivorstand und jeder Landesvorstand muss seine Präsenzen in den sozialen Netzwerken aus der Sphäre der Hobby-Netzwerker herausholen und professionalisieren. Regelmäßig sollten Chat-Sprechstunden mit Vorstandsmitgliedern und Mitgliedern von Fraktionen stattfinden. Den Mitgliedern der Partei ist in der Bundesgeschäftsstelle eine telefonische Mitglieder-Hotline zu bieten, bei der sie direkt Vorschläge, Fragen und Stellungnahmen loswerden können.

7. Organisation, Strukturen

Die Struktur der Partei ist durch das Parteiengesetz und die Bundessatzung vorgegeben: Die Partei gliedert sich von der Bundesebene in 16 Landesverbände, weiter in 359 Kreisverbände und wiederum weiter in eine Vielzahl von Ortsverbänden und Basisorganisationen. Von der Bundes- bis zur Kreisebene gibt es Organe der Partei – wie Parteitage, Vorstände, Räte oder Ausschüsse –, die ihren durch das Parteiengesetz und durch Programm und Satzung der Partei bestimmten Aufgaben nachgehen. Für diese Arbeit sind die Ressourcen der Partei einzusetzen. Im Zentrum stehen auf allen Gliederungsebenen die folgenden Aufgaben:

- Meinungsbildung in der Partei durch Grundsatz- und Strategiearbeit sowie politische Bildung,
- Meinungsbildung in der Gesellschaft durch Bürgerdialog und Öffentlichkeitsarbeit,
- Wahlkampforganisation,
- Mitgliedergewinnung und -beteiligung, Organisation des Parteilebens,
- Finanzen, Beitragskontrolle, Buchführung,
- technische Dienste und Büro (auch Dokumentation, Archiv, Technikverwaltung).

Für die Vorstände der Gliederungsebenen ergeben sich daraus Funktionen, die in jedem Vorstand – zu mindestens 50% durch Frauen – besetzt sein sollten:

- ein/e Vorsitzende/r oder zwei Vorsitzende (oder Sprecherin/nen bzw. Sprecher),
- ein/e oder mehrere stellvertretende Vorsitzende (oder Sprecher/innen),
- ein/e Schatzmeister/in,
- ein/e Geschäftsführer/in oder Organisationsbeauftragte/r, der oder die auch für die Mitgliederentwicklung zuständig ist,
- weitere Vorstandsmitglieder, mit denen konkrete Zuständigkeiten verabredet werden.

Den Vorständen wird eine Geschäftsverteilung empfohlen, die mindestens folgende Zuständigkeiten regelt:

- wer spricht in den Medien (auch im Internet) für die jeweilige Gliederung?
- wer hält Kontakt zu den nachgeordneten Gliederungen oder Gruppen und zur nächsthöheren Gliederungsebene?
- wer hält Kontakt zur eigenen Fraktion/zu eigenen Fraktionen bzw. zu den Amtsträger/innen?
- wer hält Kontakt zum Jugendverband, zu den Gewerkschaften, zu wichtigen Vereinen/Verbänden der Region?
- wer kümmert sich um das Parteileben, um die neuen (und vorhandenen) Mitglieder und um die politische Bildung?
- wer kümmert sich um Personalfragen (Kandidat/inn/en-Gewinnung, Hauptamtliche, Betriebsrat)
- wer führt Protokoll und sorgt für Beschlusskontrolle?

Zur Erledigung ihrer Aufgaben unterhält DIE LINKE auf Bundesebene, in allen Landesverbänden und in einigen Regionen und Kreisverbänden (mit sehr unterschiedlicher Verbreitung) Geschäftsstellen, in denen sie hauptamtliches Personal einsetzt.

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Aufgaben (z.B. Buchhaltung, Rechenschaftslegung), die aufgrund ihrer Wichtigkeit für die Partei wenn möglich durch Hauptamtliche ausgeführt werden sollten, orientiert sich hauptamtliche Arbeit daran, ehrenamtliche Arbeit zu ermöglichen und zu unterstützen.

Durch die Hauptamtlichen einer Landesgeschäftsstelle sind dabei mindestens folgende Funktionen auszufüllen:

- Sekretariat, Dokumentation, Archivierung, Technische Dienste, Organisation,
- Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen und Aktionen, Wahlen, Pressearbeit, Beratungsangebote,
- Parteileben, Mitgliederentwicklung, Personalfragen, Praktika, Unterstützung und Koordinierung der Arbeit in den Regionen/Kreisverbänden/mit den Fraktionen,
- Politische Bildung, Jugendbildung, Grundsatzfragen,
- Finanzen, Mitgliederverwaltung.

Aus dieser Aufgabenstruktur wird eine Landesgeschäftsstelle in jedem Landesverband mit einer Mindestbesetzung von fünf hauptamtlich Beschäftigten angestrebt.

In der Bundesgeschäftsstelle finden sich diese Aufgaben ebenfalls wieder, zusätzlich die Koordinierung der internationalen Arbeit, da sie unmittelbare Aufgabe des Parteivorstandes ist.

Darüber hinaus sollte es je Planungsgemeinschaft bzw. Planungsregion im Land⁴ ein Regionalbüro geben. Die Regionalbüros werden hauptamtlich mit einem/r Regionalmitarbeiter/in besetzt. In den Regional- und Kreisgeschäftsstellen werden die oben beschriebenen Aufgaben ebenfalls - unter oft sehr schwierigen Bedingungen - von einzelnen Hauptamtlichen oder vollständig ehrenamtlich erfüllt. Die spezifischen Aufgaben von Regionalgeschäftsstellen sind:

- die Unterstützung der Kreisvorstände, Basisorganisationen, Zusammenschlüsse und der der Partei nahestehende Vereine bzw. Verbände bei der Organisation und Durchführung von außerparlamentarischen Initiativen;
- die Kommunikation zwischen den Strukturen im Kreisverband bzw. zwischen den Kreisverbänden in der Region sowie zwischen den Kreisvorständen und dem Landesvorstand;
- die Förderung des regionalen sowie landesweiten Erfahrungsaustausches;
- die Zusammenarbeit mit den in der Region zuständigen Abgeordneten auf allen Ebenen sowie deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern;
- die Organisation und Unterstützung der ehrenamtlichen Arbeit
- die Förderung der regionalen politischen Arbeit der Kreisvorstände.

Die hier beschriebene hauptamtliche Wunschausstattung ist derzeit nicht finanzierbar. Die jährlichen Kosten für die Landesverbände würden sich auf bundesweit auf ca. 10,4 Mio. € belaufen, wenn man für die Miete pro Landesgeschäftsstelle 1.300 € und pro Regionalgeschäftsstelle 900 € ansetzt sowie für eine Personalstelle 50.000 €:

	Kosten monatlich	Kosten im Jahr	für 16 Landesverbände
Landesgeschäftsstelle:	1.300 €	15.600 €	259.600 €
fünf Hauptamtliche:		250.000 €	4.000.000 €
			4.259.600 €

	Kosten monatlich	Kosten im Jahr	für 101 Regionen
Regionalgeschäftsstelle:	900 €	10.800 €	1.090.800 €
ein/e Hauptamtliche/r		50.000 €	5.050.000 €
			6.140.800 €

Für den Landesverband Bayern zum Beispiel würden Kosten in Höhe von 1.360.000€ im Jahr entstehen:

	Kosten monatlich	Kosten im Jahr
Landesgeschäftsstelle - Miete	1.300 €	15.600 €

⁴ Planungsregionen sind territoriale Einheiten, für die Grundsätze und Ziele der Raumordnung in den einzelnen Ländern formuliert sind. Sie sind in den jeweiligen Landesentwicklungsplänen definiert.

18 Regionalgeschäftsstellen - Miete (18 x 900)	16.200 €	194.400 €
Landesgeschäftsstelle Personal (5 x 50.000)		250.000 €
18 Regionalgeschäftsstellen Personal (18 x 50.000)		900.000 €
		1.360.000 €

Analog gerechnet würden beispielsweise in Rheinland-Pfalz bei vier Regionalgeschäftsstellen etwa 508.800 € Kosten anfallen. Für die gesamte Partei ergäbe sich folgende Aufstellung:

Landesverband	Landesgeschäftsstelle	Mitarb. Landesgeschäftsstellen	Regionalgeschäftsstellen	Mitarb. Regionalgeschäftsstellen	Kosten
Baden-Württemberg	1	5	12	12	995.200 €
Bayern	1	5	18	18	1.360.000 €
Berlin	1	5	5	5	569.600 €
Brandenburg	1	5	5	5	569.600 €
Bremen	1	5	1	1	326.400 €
Hamburg	1	5	1	1	326.400 €
Hessen	1	5	6	6	630.400 €
Mecklenburg-Vorp.	1	5	4	4	508.800 €
Niedersachsen	1	5	12	12	995.200 €
Nordrhein-Westfalen	1	5	13	13	1.056.000 €
Rheinland-Pfalz	1	5	4	4	508.800 €
Saarland	1	5	1	1	326.400 €
Sachsen	1	5	5	5	569.600 €
Sachsen-Anhalt	1	5	5	5	569.600 €
Schleswig-Holstein	1	5	5	5	569.600 €
Thüringen	1	5	4	4	508.800 €
Gesamt	16	80	101	101	10.390.400 €

Der neue Länderfinanzausgleich⁵ soll sich an diesem langfristigen Ziel orientieren und kurzfristig annähernd gleiche Bedingungen für alle Landesverbände schaffen. Um den Bundestagswahlkampf 2013 erfolgreich führen zu können, sollen vor allem die Westlandesverbände eine Anschubfinanzierung für den Geschäftsaufbau und für Personal in der Fläche erhalten. Bei der Ausreichung der Mittel sind die konkreten finanziellen

⁵ Beschlossen vom Bundesfinanzrat am 20.8.2011 für den Zeitraum 2012 und 2013

Bedingungen der einzelnen Landesverbände zu berücksichtigen. Der Länderfinanzausgleich für die nächsten zwei Jahre schlägt eine Mindestausstattung vor, die die Größe des Landesverbandes, die Mitgliederanzahl und das Vorhandensein von Landtagsfraktionen beachtet. Grundlage bilden die Zuarbeiten der Landesverbände zum konkreten Ist-Stand. Es sollen in den westlichen Landesverbänden je Landesgeschäftsstelle zwei vollbeschäftigte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und 20 Regionalgeschäftsstellen (aufgeteilt entsprechend der Größe der West-Landesverbände) mit je einem/er Regionalmitarbeiter/in über den Länderfinanzausgleich finanziell abgesichert werden. Dabei wird bereits in der Anfangsphase ein Eigenanteil an finanziellen Mitteln vorausgesetzt. Die Landesverbände müssen dann zukünftig für stabile Strukturen in eigener Verantwortung sorgen, indem sie auf Eigenfinanzierung orientieren. Die Zuweisung von Mitteln aus dem Länderfinanzausgleich muss an konkrete Vorgaben geknüpft werden, die von der Bundesgeschäftsführung und dem Bundesschatzmeister mit den jeweiligen Landesverbänden abzustimmen und zu überprüfen sind.

Zur Erreichung der hier vorgestellten Ziele werden zwischen Parteivorstand und Landesvorständen Zielvereinbarungen vereinbart und abgeschlossen. Darin wird die vorhandene Personal- und Organisationsstruktur im Detail erfasst und dargestellt. Es wird eine anzustrebende personelle und strukturelle Mindestausstattung festgelegt, die sich an den konkreten Bedingungen im jeweiligen Landesverband orientiert und die auf vorhandenen Strukturen aufbaut. Die erforderlichen Maßnahmen werden dann nach Zeit (kurz-, mittel-, langfristig) und nach Wichtigkeit geordnet und es wird festgelegt, wer für die Durchführung verantwortlich ist. Der Parteivorstand, der jeweilige Landesvorstand und der Bundesfinanzrat erhalten die Zielvereinbarung zur Kenntnis. Die Ausreichung der Mittel des Länderfinanzausgleiches wird an die Einhaltung der Zielvereinbarungen geknüpft. Werden bei der Durchführung der Maßnahmen Abweichungen deutlich, werden die genannten Gremien informiert. Bundesgeschäftsführung und Bundesschatzmeister erhalten regelmäßig, mindestens quartalsweise, einen Bericht.

Wenn dem hier vorgeschlagenen Strukturentwicklungskonzept gefolgt wird, muss auf dieser Grundlage ein Personalentwicklungskonzept erarbeitet werden.

An die hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Partei werden hohe Anforderungen gerichtet. Je kleiner die jeweilige Geschäftsstelle ist, desto vielfältiger ist das Arbeitspensum und desto höher ist der Verschleiß. „Gute Arbeit“ bei der LINKEN erfordert regelmäßige Fortbildung und die Möglichkeit des Wechsels von Einsatzorten und Tätigkeiten. Die Partei hat mit der Gewerkschaft ver.di einen Manteltarifvertrag und mit dem Gesamtbetriebsrat einige Betriebsvereinbarungen abgeschlossen, deren Einhaltung auf allen Ebenen zu gewährleisten ist.

8. Finanzen

Transparenz ist das oberste Gebot aller Finanzarbeit in der LINKEN. Jedes Mitglied hat ein Recht zu wissen, wofür seine Beiträge und Spenden verwendet werden. Dann lässt sich auch leichter über Beitragsehrlichkeit sprechen. Eine ordentliche Finanzplanung und Finanzabrechnung ist Aufgabe der Vorstände auf allen Ebenen. Wie bei der Mitgliederentwicklung benötigen die Vorstände mindestens einmal im Quartal die nötigen Informationen und Auswertungen.

Die finanzielle Entwicklung der LINKEN steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Mitgliederentwicklung. Die hohen Mitgliederverluste durch Tod oder altersbedingten Austritt im Osten sind nicht nur schmerzhaft Verluste an Lebenserfahrungen und Engagement sondern bedeuten auch starke finanzielle Verluste, da in diesen hohen Altersklassen der Durchschnittsbeitrag sehr hoch ist. Die oben prognostizierten Mitgliederverluste durch Tod würden im Jahr 2020 zu einem Verlust von ca. 2,4 Mio. € an Beiträgen führen. Der finanzielle Verlust würde zudem dadurch verstärkt, dass die auf den Mitgliedsbeiträgen, Mandatsträgerbeiträgen sowie Spenden fußenden staatlichen Zuschüsse geringer würden. Um diese Verluste auffangen zu können und die Einnahmen zu erhöhen, ist ein Bündel von Maßnahmen notwendig. Die Verantwortung dafür liegt auf vielen Schultern, nicht nur auf denen der Schatzmeisterinnen und Schatzmeister.

Da die Beiträge unsere wichtigsten Einnahmen sind, muss jedes Mitglied sensibilisiert werden, seinen Beitrag entsprechend der Beitragstabelle und regelmäßig zu zahlen. Viele Mitglieder zahlen ihren Beitrag bereits nach der Beitragstabelle und tragen damit zu hohen Durchschnittsbeiträgen bei. Es wäre aber wünschenswert, wenn künftig alle Mitglieder gemäß Beitragstabelle zahlen würden. Wo das nicht der Fall ist, muss wenigstens eine schrittweise Erhöhung der Beiträge erreicht werden. Gespräche über Beiträge sind keine einfache Sache, ein kleines Kommunikationstraining dafür ist aber gut investiert, vor allem, wenn dabei gute Erfahrungen weitergegeben werden, dann werden Erfolge nicht ausbleiben.

Notwendig ist dies, um die monatlichen Durchschnittsbeiträge insgesamt schrittweise zu erhöhen. Angestrebt wird, dass im Jahr 2020 der durchschnittliche Mitgliedsbeitrag in allen Landesverbänden bei mindestens 13,50 € liegt, wobei die Beiträge in den Landesverbänden, deren Durchschnittsbeitrag jetzt schon höher liegt, nicht sinken dürfen. Aus der unterschiedlichen Ausgangssituation würden sich folgende Etappenziele für die Landesverbände ergeben, wobei auch hier die konkrete Verabredung der Landesverbände untereinander gefordert ist:

Landesverband	Ist 2009	Ist 2010	Ziel 2012	Ziel 2014	Ziel 2016	Ziel 2018	Ziel 2020
Baden-Württbg.	7,52	8,47	9,50	10,50	11,50	12,50	13,50 €
Bayern	6,60	8,05	9,10	10,20	11,30	12,40	13,50 €
Berlin	16,71	16,79	halten				16,79 €
Brandenburg	14,86	15,59	Halten				15,59 €
Bremen	7,89	7,83	9,00	10,10	11,25	12,40	13,50 €
Hamburg	7,92	8,03	9,10	10,20	11,30	12,40	13,50 €
Hessen	8,14	8,67	9,50	10,50	11,50	12,50	13,50 €
Mecklenburg-Vorp.	13,65	13,99	halten				13,99 €
Niedersachsen	6,17	6,91	8,25	9,60	10,90	12,20	13,50 €
NRW	5,59	5,98	7,50	9,00	10,50	12,00	13,50 €
Rheinland-Pfalz	4,42	5,58	7,10	8,70	10,30	11,90	13,50 €

Landesverband	Ist 2009	Ist 2010	Ziel 2012	Ziel 2014	Ziel 2016	Ziel 2018	Ziel 2020
Saarland	2,97	5,07	6,75	8,50	10,20	11,90	13,50 €
Sachsen	11,66	11,93	12,30	12,60	12,90	13,20	13,50 €
Sachsen-Anhalt	12,51	12,70	12,85	13,00	13,15	13,30	13,50 €
Schleswig-Holstein	6,09	8,13	9,10	10,20	11,30	12,40	13,50 €
Thüringen	11,53	11,93	12,30	12,60	12,90	13,20	13,50 €

Neben den Beiträgen sind Spenden eine weitere wichtige Einnahmequelle. Hier sollten alle Möglichkeiten der projektbezogenen Spendeneinwerbung genutzt werden. Im Laufe des Jahres 2012 sind ein Spenden- und ein Fundraisingkonzept für die Partei zu beschließen.