

## **Protokoll der Klausurtagung des Attac-Koordinierungskreis vom 13. - 15.11.2020 mittels Videokonferenz**

Beginn 17:00 Uhr (13.11.2020)

Anwesende: Achim Heier, Alfred Eibl, Dirk Friedrich, Hardy Krampertz, Hermann Mahler, Hugo Braun, Jana, Judith Amler, Michael Tellmann, Roland Süß, Sonja Taubert, Thomas Eberhardt-Köster, Werner Rätz.

Geschäftsführung: Andreas van Baaijen, Stephanie Handtmann.

Gäste:

Protokoll: Achim Heier, Hardy Krampertz und Sonja Taubert.

### **Ablauf Freitag**

- Wie geht's-Runde (Moderation: Sonja)  
Kurze Vorstellung aller Teilnehmer\*Innen.

- Rückblick 2020 und der politische Rahmen 2021 - Corona-Krisenfolgen / Bundestagswahl  
Möglichkeitenfenster / Ressourcen (Moderation: Sonja)

Input: Jana und Thomas

#### **Rückblick 2020**

- Im Verlauf des Jahres 2020 ist durch die Corona-Pandemie eine stark verringerte Außenwirkung der AGen festzustellen, zumindest ist die Außenwirkung auf digitale Medien (Onlineseminare) eingeschränkt worden. Corona hat zu einer Zäsur in der politischen Arbeit beigetragen.
- Die Frauenplena sind gut verlaufen und haben sich positiv entwickelt.
- Die Verjüngung von Attac ist nicht wirklich zu sehen, wenn auch einzelne Gruppen neu entstehen (Darmstadt). Junges Attac ist da noch im Entstehen.
- Die Wirkung von Attac in der Öffentlichkeit ist different.
- Bei Zukunftskongress in Leipzig war Attac im Trägerkreis vertreten und in verschiedenen organisatorischen und inhaltlichen Gremien, sowie auf dem Kongress selbst vertreten. Wahrgenommen wurde Attac mehr durch die Personen, die aktiv am Kongress beteiligt waren, weniger als Organisation, dafür war die Beteiligung und Wahrnehmung des Kongresses durch Attac-Gremien und Mitglieder viel zu gering.
- Die Aktivitäten im Bereich Wohnen gehen voran.
- Verlust von Mitgliedern die politisch begründet sind.
- Als Blick in die Zukunft: realistischer Schauen was wirklich geht und die guten Seiten stärken.

#### **Ausblick 2021**

Input: Jana und Thomas

- a) Post-Corona / Gesundheit, soziale Absicherung, Finanzierung, Konjunkturprogramme
- b) Klima / Energie, Verkehr, Finanzierung
- c) Wohnen / Entscheidung Mietendeckel, Start Volksbegehren Enteignung
- d) Mobilitätswende / Zukunft der Automobilbranche, Finanzierung ÖPNV, Rolle Flugverkehr

Debatte:

- Welche Rolle wird der Impfstoff spielen. Wie sollten wir die Zusammensetzung und Wirkung des Impfstoffes bewertet werden. Eine politische Kampagne sollte als Stoßrichtung die universelle Hilfe für alle Länder beinhalten.
- Kampagne DRG. Die Hans-Böckler-Stiftung zu „DRG Fallpauschalensystem für Krankenhäuser“ ([https://www.boeckler.de/de/faust-detail.htm?sync\\_id=9128](https://www.boeckler.de/de/faust-detail.htm?sync_id=9128)). Die Aktivitäten liegen bei der AG Soziale Sicherungssysteme. Das Thema wird weiterbearbeitet.
- Ein Problem ist die zunehmende Bereitschaft vieler Menschen sich mit rechtsradikalen

Parolen gemein zu machen, auch unter Attac ist dies festzustellen. In diesem Punkt muss Attac die Trennung zu solchen Parolen und Personen deutlich machen. Der Punkt wird weiter behandelt.

- Die Sorgearbeit, die in der Regel unentgeltlich erfolgt und besonders Frauen und Migrantinnen belastet wird ebenfalls bearbeitet werden müssen.
- Durch die Corona-Pandemie wird sich die soziale Lage für viele Menschen verschlechtern. Nicht nur Selbständige werden in ihrer Existenz bedroht auch durch Kurzarbeit und Arbeitsplatzverlust sind große Teile der Beschäftigten und Studenten betroffen. Die AG gfa ist in der EBI-Grundeinkommen bis September 2012 involviert.
- Demokratische Entwicklungen sollten im Fokus bleiben.
- Die unterbrochene Debatte zur Digitalisierung sollten wir wieder aufnehmen. Digitale Plattformen entwickeln sich durch Corona viel schneller als zuvor. Konsequenzen für Datenfrage, Jobverluste, etc.

- **Mach mit bei Attac – Sachstand, wie weiter? (Moderation Sonja)**

Input: PG (Thomas)

Kurze Entstehungsgeschichte der PG seit 2016 (Ratschlag Halle) bis zur ersten Kampagne (Frühjahrsratschlag 2018).

Angebote: Mitglied werden, finanziell Attac unterstützen, aktiv werden.

**Elemente** mit den gearbeitet und geworben wurde und wird.

- Homepage
- Film / Internet, Kino
- Pixi-Buch
- Flyer
- Visitenkarten
- Sharepics
- Workshopangebot für Regionalgruppen

**Fahrplan**

- Materialversand und Workshopangebot an Gruppen
- Vorstellung der Elemente beim Frühjahrsratschlag 2019 und Kampagnenstart
- 28.3.2019 Bewerbung über Facebook und Twitter

**Auswertung**

- Resonanz auf Video im Netz / Facebook 21.500, Youtube 600, Twitter 663 Aufrufe
- Zugriffe auf die Webseite / in den ersten zwei Tagen über 500, dann abnehmend
- Workshops / ca. 10

Es ist nicht genau festzustellen ob die Aktivitäten zu mehr Mitgliedern führt. Zumindest gab es nach Aktivitäten 2019 auch einen Anstieg der Mitgliederzahlen. Die Aktivitäten werden fortgeführt. Die PG prüft nach 1 ½ Jahren ihre Arbeit und plant die weitere Vorgehensweise.

**Ende am Freitag (13.11.2020) 19:30 Uhr**

**Protokoll Kokreis-Klausur Samstag, 14.11.**

Protokoll Achim

Anwesend: Alle bis auf Maria, Alina, Nic und Johannes

10:30 bis 12:00 Gäste aus dem Büroteam: Frauke, Jule, Stephan, Jakob, Johanna

## **Austausch über - Kampagnenfähigkeit /Mobilisierungsfähigkeit**

- Ressourcen-Einsatz versus Wirksamkeit
- Situation in den Regionalgruppen innerhalb von Attac /Einbeziehung der Regionalgruppen

### Bericht Gruppenunterstützung (Stephan):

Jetzt ca. alle 3 Monate kleinere Umfragen statt Jahresumfrage.

Ergebnisse Umfrage August 2020: Es haben ca. 2/3 der Gruppen geantwortet. 78% der antwortenden Gruppen haben sich wieder physisch getroffen. 23 % gar nicht, überwiegend Gruppen, die vorher nicht richtig aktiv waren. Resümee: Kleinere Gruppen haben Probleme. 15 Gruppen wollen Unterstützung.

Überalterung ist ein Problem. Es wurden Kommunikationsmöglichkeiten für Gruppen angeboten. SM-Kanäle werden genutzt.

Bei Kampagnen wird Erreichbarkeit der Gruppen offensichtlich. Gruppen orientieren sich oftmals nicht an zentralen Mitmachangeboten.

Bei Junges Attac einige neue Aktive (im Danni).

### Bericht Kampagnenunterstützung (Jakob):

Nur ca. ½ Dutzend Gruppen beteiligen sich an Kampagnen, hauptsächlich Gruppen, die über Kokreis o.ä. an Kampagnen angebunden sind. Kampagnen werden eher bei klaren gesellschaftlichen Konfliktthemen angenommen. Gruppen machen erstmal, was sie wollen. Mit zunehmendem Alter der Attacies sinkt das Aktivitätslevel.

Identifikation eher mit unseren Kernthemen wie Finanzmärkte und Weltwirtschaft. Andere Themen sollten mit Kernthemen und SÖT verknüpft werden. Ist Reduzierung von Kampagnen eine Lösung? Kampagnen gehen oft mit Schwerpunkt SÖT zusammen und sind nicht klar definiert mit Zeitraum. TTIP-Kampagne wohl deshalb so erfolgreich, weil sie verschiedene Themen zu einem attraktiven Blumenstrauß zusammengeführt hat.

### Bericht Öffentlichkeitsarbeit (Jule):

Presse- und Social-Media-Arbeit sind weiter enger und befruchtender verzahnt worden.

Zu Social Media: Zu Beginn von Corona Interesse und Aufmerksamkeit an systemischen Fragen angestiegen. Im Sommer eher abgeflaut. Bei Facebook Peaks zeigt sich, dass Sharepics mit Bild und Kurztext super laufen. Aktions- und Erklärvideos laufen gut. Kernthemen laufen immer gut. Eigene Aktionen laufen gut, auch wenn sie klein sind. Tagesaufreger laufen auch gut.

Bei Gesundheit werden wir als kompetent wahrgenommen.

Cum-EX-Mitteilungen und Aktion lief, da mit Geld verknüpft. SÖT wird weniger angenommen, weil zu unkonkret?

Bei Instagram (jüngere Leute) laufen Klimathemen besser. Seit Danni läuft Klima aber insgesamt besser.

Followerzahlen SM: Bei erfolgreichen Aktionen ca. 100 Interaktionen, was im Vergleich ok ist.

Plakataktion mit Grünen-Bashing kam super an.

Bei Twitter die meisten Follower, wichtigstes SM-Medium für uns.

FB ist systemisch so aufgebaut, dass Geld angefasst werden muss, um mehr Aufmerksamkeit zu bekommen. Aufforderung an Kokreis, persönlich mehr über Twitter retweeten oder zu kommunizieren.

Bei Pressearbeit werden wir bei frechen Aktionen und für Kernthemen eher wahrgenommen.

Unsere Pressemitteilungen und Aktionen werden in den klassischen Medien (Print- und Online-Zeitungen, Hörfunk und TV) vor allem aufgegriffen, wenn sie sich auf Feldern sind, bei denen Attac als relevanter Akteur wahrgenommen wird. Das sind für die Medien vor allem die Themengebiete Finanzmärkte und Steuern (EZB-Aktionen), Welthandel (Mercosur), Konzernkritik (Aktionen bei HV

Deutsche Bank und Daimler) und Protest allgemein/„freche“ Aktionen (IAA, Danni) sowie – seit der Auseinandersetzung um die Gemeinnützigkeit – der Themenkomplex „kritische Zivilgesellschaft“.

Diskussion:

- Kampagnen auf mehr ökonomischen Kern beziehen
- Die gut aufgestellte Mobikampagne zündet nicht. Für Kampagnen zu Kernthemen mehr Campaignerkapazitäten zur Verfügung stellen oder aufbauen?
- Abstand zwischen Bundesebene und Gruppen zu groß. In Gruppen wenig Wissen über bundesweites Attac-Leben. Es fehlt Zwischenebene, z.B. über den Rat. Auseinanderfallen von Bundes- und regionaler Ebene aber kein Attac-Problem, in anderen Zusammenhängen ebenso.
- Öffentlichkeitsarbeit will noch Workshops zu SM anbieten.
- Masken und Fensterbanner sind gut weggegangen.
- Brauchen wir keine Masse für Sichtbarkeit? Ist das dann auch Wirksamkeit?
- Für qualitative Abfragen reicht Kapazität der Gruppenunterstützung nicht aus. AG Gruppenunterstützung des Rates ist dünn aufgestellt.
- Überalterung vielleicht größeres Problem als angenommen. Wie wollen wir Überalterungsprozessen begegnen? Bsp. Düsseldorf: kommen und Gehen hält sich die Waage, es kommen auch Jüngere. Neugründungen von Gruppen rein online ist schwierig
- In vielen großen Städten haben wir prekäre bis problematische Regionalgruppen. Zuwachs steht im Zusammenhang mit gesamtgesellschaftlicher Entwicklung.
- Attac für junge Leute keine Alternative. Dafür sind Regionalgruppen zu wenig aktionsorientiert. Redekultur und unerfelmte sexistische Verhaltensweisen kommen mitunter dazu. Attac-Praktikant\*innen lernen bei uns viel, aber sie engagieren sich später nicht für Attac. Strukturierteres Angebot an sie wäre gut. Gezielt einzelne junge Menschen mit Geld und Beratung ohne Auflagen unterstützen. Dafür Netzwerk-Anspruch abstreifen und (junge) Einzelaktivitäten als 2. Standbein fördern.
- Bilder wie im ZDF zur Adbustingaktion „Grün regiert“ könnten motivierend sein. Gruppen müssen sich auf einzelne Aspekte beschränken dürfen.

#### 12:45 bis 14:15 **Sozial-ökologische Transformation (SÖT)**

Warum fällt es uns schwer, daraus Kampagnen zu machen? Was brauchen wir dafür? Vom Papier zur Kampagne!

Stichworte aus Kleingruppenarbeit:

- SÖT zu umfassender Sammelbegriff, Thema zu komplex, keine zeitliche Grenze
- Es braucht eine positive Erzählung zum Gesamtzusammenhang und zur Systemfrage
- Kampagne muss gewinnbar sein, SÖT ist nicht zu gewinnen.
- Veränderungspotential in der Mobikampagne zu unklar? Konkreter wäre „Keine Autobahnen mehr“
- Wie geht das ökologische mit dem sozialen zusammen?
- Mögliche Attac-aufgaben zu SÖT: „Geld ist genug da“, globale Zusammenhänge herstellen
- Thema Wohnen als einheitliche Kampagne schwierig, da regionale Bezüge wichtig sind.
- SÖT eher Dachthema zur Diskursverschiebung mit konkreten Kampagnen. „G ist keine Ware“ ist Diskurskampagne, Kampagnen gegen PeP oder DRGs haben notwendige Konkretion

#### 14.15- 14.20 **TOP Gestaltung Themenseiten Webseite:**

Bitte Rückmeldungen auf den Vorschlag von Alfred und Andreas an beide.  
Evtl. sind Brückenseiten zwischen Themen und AG-Seiten einzubauen  
Internet-AG und Öff-Büro kümmern sich um regelmäßige Aktualisierung

- Ratsprotokoll vom 1.2.2020 (Moderation: Hermann)  
Input: Judith  
Es liegt bisher kein Protokoll vor, dass Vorgaben erfüllt und genehmigt ist. Thomas formuliert einen Eintrag für die Webseite. Info an den Rat.
- Frühjahrsratschlag 2021 (Moderation: Hermann)  
Input: Stephanie und Sonja  
- Als Termin wird der 19. bis 21. März 2021 festgelegt.  
- Es wird festgelegt, dass der Ratschlag digital durchgeführt wird.

- **Wahlverfahren.** Zu klären ist wie die Wahlen durchgeführt werden können.

Kandidat\*innenvorstellung wie gestalten?

Wahlen zu zwei Gremien / Ablauf, Sicherheit, technische Durchführung

Wahlen in Regionalversammlungen, Wahlen im Plenum

Wahlen in der MGO-Versammlung

**Transparenz:** Anwesenheit, Abstimmung, anonyme Vetos, Datenschutz.

Kommende Wahlperiode (1 Jahr oder 1 ½ Jahre) und folgender Wahltermin (Herbst 2021, Frühjahr 2022 oder Herbst 2022).

Die AG Tools und die IT werden die offenen Fragen Wahlverfahren und Transparenz bearbeiten.  
Dirk fungiert als Schnittstelle.

- COP26  
Die UN-Klimakonferenz 2020, kurz COP 26, soll die 26. UN-Klimakonferenz sein. Sie war für den November 2020 im schottischen Glasgow geplant, wurde aber infolge der COVID-19-Pandemie auf 1. bis 12. November 2021 vertagt. Veranstaltet wird die Konferenz von Großbritannien in Partnerschaft mit Italien.  
Attac wird sich beteiligen, der Umfang wird den Möglichkeiten entsprechen. Einen Beitrag von EU-Attac ist vorgesehen.  
Mit der Mobi-Kampagne ebenfalls auf den Termin hinarbeiten. Eventuell mit Soz-Oek verbinden. Auf der Ratssitzung nach der Klausur den Rat ansprechen.
- Mailinglisten  
Eventuell wäre ein Chat-Programm möglich. Allerdings ist eine Sichtung nicht möglich, es könnten sich sehr autonome Gruppen bilden.  
Alfred betreut die Mailingliste vorerst weiter.  
Die Debatte über Mailinglisten und andere wird auf der KoKreissitzung am 16.11.2020 fortgesetzt.

Ende der VK (Samstag 14.11.2020) um 17:30 Uhr

### **Sonntag 15.11.2020**

10:00 Uhr TOP Austausch Büro AG

Es gibt ein Ressourcenproblem bei der Gruppenunterstützung, zu wenig Zeit um größere Städte wieder zu beleben oder zu unterstützen. Überlegen: 10h mehr für die Gruppenunterstützung.

11:00 Uhr TOP „Einfache Weltbilder“ in Attac, ist es ein strukturelles Problem oder sind es Einzelfälle?

Input von Stefan L.

Folien von Stefan

- die Entwicklung von rechten Tendenzen sollten immer auch im geschichtlichen Kontext gesehen werden
- die Pandemie ist Vorwand, dadurch kann gesteuert werden

Für Attac relevant

- problematische Gemengelage
- Überlagerung mit Antisemitismus

Was tun:

- Vorbereitung von Gegendarstellungen
- Profilgewinnung zu Themen wie Ernst Wolf – faktenbasiert
- klare Abgrenzung durch Klarstellung für was wir stehen
- Leerstellen in Attac füllen

Warum driften Menschen ab:

- Menschen fühlen sich verletzt, beleidigt und nicht verstanden
- Selbstbild ist angegriffen, so kann Kontakt zu rechten Positionen entstehen

Daher wichtig - Kritik vorsichtig formulieren, nicht persönlich werden

Ansatzpunkte:

- ökonomische Sicht auseinandernehmen, auch durch ökonomische Alphabetisierung
- abstrakte Analysen übersetzen damit alle sie verstehen
- Herrschaftskritik eindeutig definieren
- Blogbeiträge zu verschiedenen Themen in dieser Diskussion fortsetzen
- Sharepics

Regionalgruppen

- einige Gruppen werden von Personen dominiert
- wenn rechte Partner akzeptiert werden, werden klare rote Linien gesetzt
- besteht die Möglichkeit die Mittelvergabe zu stoppen?

Weitere Diskussion auf der Sitzung Montag 16.11.2020

13:00 Uhr TOP Gemeinnützigkeit – eingeschoben

- Einsicht des Schriftwechsels zwischen BMF und BFH wurde abgelehnt
- BFH wird ohne mündliche Anhörung nach Aktenlage entscheiden, Termin 30.11.2020
- nach Zustellung des Urteils 4 Wochen Zeit die Klage beim Bundesverfassungsgericht einzureichen

Öffentlichkeitsarbeit dazu soll vorbereitet werden

Ad-hoc Gruppe soll sich treffen und vorbereiten, Andreas und Dirk laden ein.

13:30 Uhr TOP SoAk

- es werden Menschen gesucht die kontinuierlich mitarbeiten können

- zur Zeit 14-tägige Treffen
- Kooperationspartner werden gesucht
- Werbung verstärkt auch ausserhalb von Attac
- falls es eine Präsenz SoAk wird, soll es Bergedorf sein
- Orga teilt sich in 3 Gruppen: Programm | Orga | Öffentlichkeitsarbeit