

## **Antrag**

1. attac stellt in den Mittelpunkt seiner Aktivitäten im Jahr 2017 die Einmischung in den Wahlkampf.
2. Wir kommen überein, unsere Aktivitäten und Ressourcen auf dieses Ziel hin zu bündeln und andere Aktivitäten und Themen, sofern nötig, zurückzustellen.
3. Wir richten dafür auf Bundesebene einen Projektausschuss ein. Der soll die Ausgestaltung dieser Schwerpunktkampagne vorantreiben und koordinieren.
  - 3.1. Die Koordination des Projektausschusses sollten die Kampagnenunterstützung und die AG Bildungskoordination übernehmen. Zudem sollten der attac-Rat und der Koordinierungskreis mit ständigen Vertreter\*innen beteiligt sein.
  - 3.2. Alle Bundes-AGs werden gebeten, Vertreter\*innen in den Ausschuss zu entsenden, um ihre Themen in der Kampagne zu positionieren.
  - 3.3. Im Frühjahr werden in allen Regionen Regionaltreffen durchgeführt. Dort sollen die Regionalgruppen ihre Beiträge zu der Kampagne diskutieren und sich ggfs. für die Realisierung regional vernetzen. Alle Regionaltreffen sollten Delegierte in den Projektausschuss entsenden.
  - 3.4. Auch der wissenschaftliche Beirat sollte sich in geeigneter Weise mit dem Projektausschuss vernetzen.
4. Wir unterteilen die Kampagne in zwei klare Phasen:
  - 4.1. Die **Ausgestaltung** der Kampagne wird, wie gerade beschrieben, unter Einbeziehung aller attac-Strukturen von den Regionalgruppen über die Bundes-AGs bis zum wissenschaftlichen Beirat **bis ca. Ende April 2017** gemeinsam ausgearbeitet.
  - 4.2. Die Umsetzung in eine **aktive Kampagne** findet **zwischen Mai** (unter Nutzung des 1.Mai) **und November 2017** statt.

## **Begründung / Herleitung**

### **1. Anknüpfung**

Das Wahljahr 2017 bietet für attac vielfältige Möglichkeiten, sich in den Politikbetrieb einzumischen und die etablierte Politik aufzumischen. Besonders günstig dabei ist, dass die absehbaren „großen“ Themen des Wahlkampfes in Verbindung zu zentralen Anliegen von attac stehen. Damit ergeben sich unmittelbare Anknüpfungspunkte, die es uns ermöglichen, den mit diesen Themen verknüpften Mythen unsere kritisch-analytische Position gegenüber zu stellen.

### **2. Mögliche Themen**

Die Vielfalt möglicher Themen könnte dazu verleiten, eine Vielzahl von unterschiedlichen Kampagnen aufzulegen oder fortzusetzen. Demgegenüber plädieren wir für eine thematische Fokussierung und entsprechende Bündelung unserer Aktivitäten. Dafür kann es gegebenenfalls erforderlich sein, andere Aktivitäten und Themen vorübergehend zurückzustellen.

Mit dieser Fokussierung soll die Möglichkeit geschaffen werden, einerseits an Problemschwerpunkten anzusetzen, die im öffentlichen politischen Diskurs entweder aufgegriffen oder „geschaffen“ werden, und diese andererseits in den richtigen Ursachenzusammenhang zu stellen. Das halten wir nicht nur von der Sache her für geboten, sondern auch, um unsere Ressourcen sowohl nicht zu überlasten als auch zu bündeln.

Wir können so entsprechende vorhandene Analysen, Kenntnisse und Material weiter nutzen. Die Regionalgruppen können sich vielleicht auf ein oder zwei Themen so spezialisieren, dass sie direkt auf frühere inhaltliche Schwerpunkte ihrer Arbeit aufbauen. Wir nutzen auf diese Weise also vor-

handenes Potenzial, vernetzen es aber auf eine neue Weise und kriegen damit neue Zugänge zu den öffentlichen Debatten.

Die Schwerpunkte, die wir uns setzen, sollen dann gleichzeitig der Orientierung für Bündnisse mit befreundeten Organisationen dienen, mit denen zusammen wir unsere politische Debatte in die Wahlkampfauseinandersetzungen hineinbringen.

Die folgende Matrix ist als Anregung für die Überlegungen zu möglichen thematischen Schwerpunkten gedacht:

| <b>Wahlkampfthema (Anknüpfungspunkt)</b>                            | <b>herrschender Mythos</b>   | <b>Attac-Bezug</b>  | <b>Anmerkungen</b>  |
|---|--|---|---|
| Schwarze Null   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle politischen Veränderungen müssen unter strengem Finanzierungsvorbehalt stehen.</li> <li>• Umwelt- und Klimaschutz sind Kostenprobleme</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kampagne Umverteilen</li> <li>2. wirksame Besteuerung</li> <li>3. Erhalt und Weiterentwicklung der Öffentlichen Güter</li> </ol>  | zu 1.: Kampagne Konzernbesteuerung<br>▶ Unity Tax ▶ Steuer-oasen beseitigen |
| Flüchtlinge   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Fluchtursachen“ bekämpfen</li> <li>• Grenzen schützen</li> <li>• Belastungsgrenzen beachten</li> </ul>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Refugees welcome</li> <li>2. gerechter Handel statt Freihandel</li> <li>3. Kampagne Umverteilen</li> <li>4. Klima- und Ressourcengerechtigkeit</li> </ol>   | zu 2.:<br>▶ Sondergerichtsbarkeit<br>▶ Standard-absenkung                   |
| Krankenversicherung<br>Pflegeversicherung<br><br>Rentenversicherung | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kosteneinsparung durch bessere Ökonomisierung des Gesundheitswesens</li> <li>• Demographie</li> </ul>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kampagne Umverteilen</li> <li>2. solidarische soziale Sicherungssysteme</li> </ol>  |   |
| EU  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Schuldensünder“ an die Kandare nehmen</li> <li>• „Reformmuffel“ unter Druck setzen</li> </ul>  | Für ein solidarisches, soziales und demokratisches Europa   | Blockupy-Kampagnen  |
| Deutschland in der Welt   | Wir müssen mehr Verantwortung in der Welt übernehmen   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. gegen den Wachstumsfetisch</li> <li>2. Solidarität statt Konkurrenz</li> <li>3. Die Welt ist keine Ware</li> <li>5. gerechter Handel statt Freihandel</li> <li>6. gegen die Militarisierung und Internationalisierung regionaler Konflikte</li> </ol> |   |

### 3. Mögliche Arten der Kampagnenfokussierung

Wir sehen hierfür zwei Alternativen:

3.1. Wir finden zentrale Schwerpunktthemen, die als Klammer für politische Einzelthemen dienen können, z.B. **Kritik** der **Austeritätspolitik** und des **Wachstumsfetischs**,

oder:

3.2. Wir stellen der etablierten Politik und den herrschenden Verhältnissen eine zentrale Utopie gegenüber, die als roter Faden für unsere Gegenpositionen tragfähig ist, so, wie es z.B. das Motto „**Es ist genug für alle da**“ leisten könnte.

► Im Fall 1 stellen wir uns unter die Grundorientierung „Wovon müssen wir weg?“

► Im Fall 2 wäre dies „Wo müssen wir hin?“.

Angesichts der Tatsache, dass die aktuell etablierte Politik von einem Grundkonsens der Alternativlosigkeit geprägt ist, bevorzugen wir den zweiten Weg. Dennoch sind wir offen auch für den ersten oder andere.

### 4. Verfahren zur Schwerpunktfindung innerhalb von attac

Nach einer Findungsphase in den

► Regionalgruppen

► Bundes-AGs

► und im Wissenschaftlichen Beirat

werden die Ergebnisse im Frühjahr 2017 in vier Regionalkonferenzen diskutiert und Fokussierung sowie Kampagnenstruktur festgelegt.

Zur Realisierung von bestimmten Schwerpunkten können dort geeignete Vernetzungen vereinbart werden. Ein neu einzurichtender Projektausschuss auf Bundesebene begleitet diesen Prozess initiiierend und koordinierend.

### 5. Finanzierung

Die Finanzierung könnte weitgehend aus den Mitteln erfolgen, die den beteiligten Strukturen ohnehin zur Verfügung stehen. Der neu einzurichtende Projektausschuss sowie evtl. zentral zur Verfügung gestellte Kampagnematerialien u.ä.m. sollten aus den freien Mitteln für Projekte und Kampagnen von € 50.000 finanziert werden.

Wir halten es für sinnvoll, den aus diesem Budget zur Verfügung zu stellenden Betrag auf dem Herbstplenium auf € 25.000 zu begrenzen. Darüber hinaus plädieren wir dafür, dass in der von uns vorgeschlagenen Findungsphase die einzelnen beteiligten Strukturen die von ihnen einzubringenden Aktivitäten mit Budgets hinterlegen, die mit dem Schwerpunkt der Finanzierung aus eigenen Mitteln versehen sind und ggfs. diese überschreitende Zusatzbedarfe ausweisen.

### Ideen zum Kampagnenmotto:

Wir wählen nicht das kleinere Übel, sondern die große Alternative:

**Umfairteilen** - Es ist genug für alle da!

Wachstum? Gerne: Mehr Frieden, Verteilungsgerechtigkeit, Solidarität und ökologische Nachhaltigkeit!

Abschied von der „Schwarzen Null“: Überfluss besteuern!