Finanz AG des Kokreises

Formular zur Beantragung von Projektmitteln für 2021

Bitte mit dem kostenlosen Acrobat Reader oder einem vergleichbaren Programm ausfüllen.

1. Antrag

gestellt am (Datum - dd/mm/jj): 23.09.2020
Verantwortliche Person: Sabine Lassauer
Mailadresse:
Telefon:
für (Arbeitsstruktur): Attac-Kampagnengruppe einfach.umsteigen

2. Zeitraum des Projekts:

Herbst 2020 bis Herbst 2021

3. Bezeichnung des Projekts

Kampagne einfach.umsteigen

4. Erläuterung der beantragten Aktivitäten

Was wird geplant? Wo? Wie? Welche Themen werden bearbeiten?
*Gibt es Kooperationspartner*innen?*

Die Kampagne einfach.umsteigen ist momentan die zentrale Attac-Kampagne, so beschlossen auf dem Ratschlag in Köln am 06./07.04.2019.

Planungen Herbst 2020 bis Herbst 2021:
- 3-4 Arbeitstreffen der Kampagnengruppe
- drei Bildaktionen bei Auto-Hauptversammlungen und/oder Autogipfeln der Bundesregierung
- Anti-IAA-Proteste in München mit Aktionen zivilen Ungehorsams, Großdemo (und evtl. einem

5. Was sind die Ziele der Aktivitäten?

Grundsätzliches Kampagnenziel: Rückbau des Autoverkehrs bei gleichzeitigem Ausbau klimagerechter Verkehrsmittel wie ÖPNV, Fahrrad, Zufußgehen und alternativer Mobilitätskonzepte; sozial gerechte Konversion des Automobilsektors.

Aktuelle konkretere Ziele:
- Umleitung von Mitteln für Autos (Subventionen, Straßenbau etc.) in den Umweltverbund, v.a. Bus &

Mit welchen Methoden wirkt das Projekt in die Öffentlichkeitß

- mit fundierten Inhalten & Positionen, die öffentlichkeitswirksam dargestellt werden
- durch Aktionen, die (u.a.) Druck auf politische Entscheider*innen auf Bundesebene ausüben
- durch Aufbau einer Gegenöffentlichkeit (Mobilitätskongress / -gipfel während IAA 2021?)
- durch Agenda-Setting im Rahmen der Bundestagswahl 2021
- durch Vernetzungsarbeit in der Bewegung

Wie wird das Erreichen der Ziele überprüft/gemessen?

- Investitionsoffensive & Mittelumleitung konkret messbar
- Klimagerechte Mobilität eines der zentralen Wahlkampfthemen, an denen sich jede Partei messen lassen muss
- kontinuierliche Absprachen und ggfs. gemeinsame Aktivitäten in der Bewegung

6. Welches sind die Zielgruppen?

bitte einzelne Gruppen definieren

schwer, einzelne Gruppen aufzuführen, weil sich diese je nach Ziel unterscheiden. Um den Rahmen nicht zu sprengen, will ich hier nicht allzu spezifisch werden und wähle lieber eine grobere Darstellung.
- Wähler*innen und Bevölkerung in Deutschland (Debattenanstoß)
- Menschen, die klimagerechte Mobilität grundsätzlich befürworten (Aktivierung)
- Bus-, Bahn- & Radfahrer*innen, Fußgänger*innen
- Attac-Interessierte (Bindung an Attac, Spenden)

Wie werden die unterschiedlichen Zielgruppen jeweils erreicht?

Öffentliche Veranstaltungen & Aktionen, Seminare, WEB, Publikationen, Flyer, Netzwerke, Pressearbeit.

7. Sind Publikationen geplant?

○ *nein* ◉ *ja*

Wenn ja: Welche Publikationen sind geplant (Thema, Umfang, Kosten)? Wie erreichen diese die Zielgruppen?

vrs. zwei inhaltliche Flyer, Sticker, Neuauflage Kampagnenplakate, drei Aktionsvideos

8. Öffentlichkeitsarbeit

Wie wird das Projekt / das Thema in der Öffentlichkeit beworben?
Wie wird das Projekt / das Thema in Attac beworben?

- nach außen: Pressearbeit, Webseite (https://attac.de/einfach-umsteigen), Social Media-Arbeit auf Attac D-Kanälen, eigener Kampagnennewsletter, Telegram-Kanal, Flyer und Publikationen

- nach innen: Webseite, Mailinglisten, Mails an und Telefonate mit Gruppen-Ansprechpartner*innen und Gruppen-Selektionen je nach Anlass, Telegram-Kanal

Wer ist verantwortlich für die entsprechende Website? *(Name, Mailadresse)*

Sabine Lassauer

9. Gibt es Kooperationspartner*innen?

○ *nein* ◉ *ja*

Wenn ja: Welche?

punktuelle Kooperationen je nach Kampagnenmaßnahme. Beispiel: Studie zu Öffentlichen Mobilitätsplattformen mit der RLS, Verdi-Allianz für besseren ÖPNV mit FfF, VCD, BUND und anderen; Initiative Verkehrswende-Vernetzung die von uns initiiert wurde.

10. Erwartete Kosten

Sachkosten	Einzelkosten	Gesamtkosten	Kommentar
Raummiete		700	- Raummiete v.a. für o.g. Vernetzungstreffen - Honorare = Gehalt Kampagnenpraktis (pro Monat €340) - Publikationen inkl. Aktionsvideos - Produktionen = Material Aktionsbilder, Banner, etc. für 5 Attac-Aktionen
Honorare	340	1.700	
Publikationen (Flyer,		3.000	
Broschüren) Produktionen		3.000	
(Banner, usw)			
Fahrt- / Übernachtungskosten		2.000	
Beiträge / TN-Gebühren			
Anti-IAA-Proteste		8.000	
GESAMT		18.400	

11. Erwartete Einnahmen

	Einnahmen	Kommentar
Eigenanteil		
Beiträge von Partner*innen		
Teilnahmegebühren Spenden		
Verkaufserlöse		
Antrag Attac		
andere Anträge		
GESAMT		

12. Ressourcen Bundesbüro

Welche Zuarbeit aus dem Bundesbüro (Aktionsunterstützung, Pressearbeit, Campaigning, Serienbriefe, etc.) soll angefragt werden?

Die wesentliche Arbeit wird durch die Kampagnengruppe wahrgenommen, damit ist die Kampagnenunterstützerin im Bundesbüro fest eingebunden. Außerdem Aktions- und Gruppenunterstützung, Fundraising, Serienbriefe, und Öffentlichkeitsarbeit.
Zusätzlich vrs. Unterstützung durch Kampagnen-Praktikant*in z.B 2 x 2,5 Monate.

Speichern drucken Felder löschen

(Die obigen Buttons funktionieren mit dem kostenlosen Acrobat Reader - https://get.adobe.com/de/reader/)

13. Kurzer Bericht über Aktivitäten im laufenden Jahr sowie weitere Erläuterungen

Disclaimer: Die Corona-Pandemie macht solch langfristige Planungen wie hier gefordert sehr schwierig. Für den Finanzantrag gehe ich davon aus, dass Präsenztreffen, Aktionen & Co. möglich sein werden, also vom besten Fall, um die nötigen Finanzmittel zur Verfügung zu haben, falls das so ist. Falls die Infektionslage solche Dinge nicht zulässt, wird nicht alles oben dargestellte durchführbar sein.

Bericht 2020: In diesem Jahr war die Kampagne einfach.umsteigen trotz der Corona-Pandemie sehr umtriebig. Die Kampagnenziele entsprachen im Wesentlichen den o.a. Hierfür produzierten wir zwei inhaltliche Flyer, Sticker, Plakate und weiteres Aktionsmaterial. Zudem veröffentlichten wir einen Attac-Basistext über klimagerechte Mobilität und brachten gemeinsam mit der RLS eine Studie zu öffentlichen Mobilitätsplattformen auf den Weg.

Wir betrieben viel Vernetzungsarbeit: Dafür riefen wir die Initiative Verkehrswende-Vernetzung ins Leben, die aus lokalen Bündnissen und Initiativen sowie bundesweiten Playern besteht und das Ziel hat, Kräfte zu bündeln, sich auszutauschen und die vielen lokalen Aktivitäten bundesweit zu verstärken. Wir videokonferieren regelmäßig und hoffen, im Herbst ein erstes Präsenztreffen machen zu können (abhängig vom Infektionsgeschehen).

Daneben brachten wir uns in eine Allianz rund um Verdi und Fridays for Future ein zur Unterstützung der ÖPNV-Tarifrunde. Gemeinsam erarbeiteten wir politische Forderungen, die den politischen Entscheider*innen zugestellt wurden und für die wir seither Druck machen. Einige Attac-Regionalgruppen vernetzten sich mit Gewerkschafter*innen und Beschäftigten, beteiligten sich an einem gemeinsame Aktionstag für besseren ÖPNV und legten so die notwendige Vertrauensbasis für gemeinsame Aktivitäten während potenzieller Streiks. Als Kampagnengruppe mobilisierten wir sie dazu und unterstützten durch Vernetzungsarbeit und Beratung, Aktionsideen und -material, Musterpressetexte etc.

Zuletzt machten wir auch einige eigene Attac-Aktionen, die zwar eher kleiner ausfielen wegen der Corona-Pandemie, aber durchaus Presseresonanz erzeugen konnten: Wir waren präsent bei der BMW- und Daimler-Hauptversammlung mit physischem Aktionsbild und Gegenantrag, wir protestierten gegen einen Autogipfel und waren beim bundesweiten Aktionstag gegen die Abwrackprämie sowie einer Menschenkette in Berlin im Mai/Juni dabei.