

Katrin Christ

Stand: Donnerstag, 19. Oktober 2006

Neueintritte 2006 Thüringen

Altenburger Land	3
Ilmkreis	6
Kyffhäuserkreis	6
Wartburgkreis	16
Erfurt	17
Gera	9
Gotha	5
Greiz	2
Eichsfeld	5
Hildburghausen	6
Jena	9
Saale-Orla-Kreis	2
Unstrut-Hainich-Kreis	9
Nordhausen	17
Saalfeld-Rudolstadt	5
Schmalk.-Meiningen	4
Sonneberg	3
Saale-Holzland-Kreis	2
Suhl	2
Sömmerda	29
Apolda-Weimar	7
gesamt	164

positiv dazu: Es gibt noch eine Reihe "Schnupper-Mitglieder", die sich evtl. für einen Eintritt noch entscheiden.

negativ dazu: Einige Neueintritte haben sich seit dem Eintritt noch nicht wieder gemeldet.

Auswertung der Zahlen:

Spitzenreiter:

Sömmerda (29)

Nordhausen (17)

Erfurt (17)

Wartburgkreis (16)

Schlusslichter:

Greiz, Saale-Orla-Kreise, Saale- Holzland-Kreis, Suhl (2)

Sonneberg (3) Altenburger Land (3)

Warum gibt es in den Kreisen so unterschiedliche Zahlen ?- 7 Thesen, warum es so schwierig scheint, neue Menschen zu werben.

1. Kampagne- welch ein böses Wort!

Bei einigen Genossinnen und Genossen ist mit dem Wort Kampagne viele Aufwand und zusätzliche Arbeit verbunden. Bei Gesprächen war das deutlich zu spüren. Der Argumentation „nun haben wir schon so viele Kampagnen- was sollen wir denn noch umsetzen“ haben wir versucht entgegenzusetzen, dass die Mitgliederwerbung u.E. keine neuen, extra darauf ausgerichtete Formen braucht. Hier gab es vielerorts offensichtlich ein Vermittlungs- oder Verständnisproblem.

2. Multifunktionalität bei Verantwortlichen!

Die Anforderung, einen Verantwortlichen zu benennen, der für die Umsetzung der Mitgliederkampagne Ansprechmensch sein sollte, hat in den meisten Kreisen dazu geführt, dass hauptsächlich so genannte „Multifunktionäre“ oder/ und hauptamtliche Menschen benannt wurden. Der Effekt, dass diese dann tatsächlich plötzlich die Verantwortung für die Umsetzung mehrerer kreislicher Aktivitäten innehatten, ließ dann offensichtlich das Interesse und die Umsetzung der Mitgliederwerbung nur am Rand erscheinen.

3. Aktionen wurden mit Wahlkampfaktivitäten verbunden!

Positive Effekte zur Gewinnung neuer Mitglieder sind in den Kreisen zu erkennen, die die Mitgliedergewinnung unmittelbar in Wahlkampfaktivitäten eingebunden haben. Über das Einbinden Interessierter an Aktionen, Beteiligung an praktischen Aufgaben bzw. die Möglichkeit Mitmachen zu können, hat in verschiedenen Kreisen dazugeführt, dass verstärkt neue Mitglieder in dieser Zeit geworben werden konnten.

4. Die Rolle der „Ausstrahlung“ der Menschen und der Regionen in der Mitgliederwerbung sollte beachtet werden!

Es ist augenscheinlich, dass die Werbung neuer Mitglieder auch mit der „Ausstrahlung“ der Personen bzw. der Regionen etwas zu tun hat. Gibt es viele Angebote, die außerhalb der Basisgruppen-Parteiarbeit liegen und die neuen interessierte Menschen als Angebot zum Mitmachen angeboten wird, steigt das Interesse an unserer Partei. Auch altersspezifische Angebote und altersgerechtes parteipolitisches „Hinterland“ spielen eine entscheidende Rolle. Das zeigt die genauere Betrachtung der Spitzenreiter und Schlusslichter sehr deutlich. Diese These ist sehr gewagt und sollte nicht falsch verstanden werden.

5. Die Beschlüsse des Parteitages werden nicht ernst genommen!

Mit dieser These soll hinterfragt werden, ob und wie ernst wir den Parteitagsbeschluss (der nur wenige Gegenstimmen hatte) genommen haben.

6. Es gibt zu viele „schwarze“ Ecken in Thüringen!

Nun gibt es in Thüringen Regionen, in denen die politische Ausrichtung in konservative Richtung Tradition hat. „Bodenständigkeit“ im Sinne von „ich mache das, was ich immer gemacht habe, ist ein weit verbreitetes und übliches Phänomen. In solchen Gegenden ist es natürlich ungleich schwerer, neue Mitglieder für unsere Partei zu gewinnen.

7. Die Menschen sind politikmüde und haben kein Interesse, sich für eine Partei zu engagieren bzw. es gibt kaum noch „unentschlossene“ Bürgerinnen und Bürger!

Den inhaltliche Anspruch nach Transparenz, mehr Mitentscheidungsrechten, die Forderung nach mehr Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger in demokratische Prozesse sehen wir als eine Form an, um diesem Phänomen Herr zu werden. Trotz dessen wäre an dieser Stelle zu hinterfragen, ob wir durch andere Formen die Vermittlung unsere Inhalte verständlicher machen könnten.

8. Das Gebot der Stunde lautet:

Unbedingt weitermachen! Die neue Linke braucht Euch.