

## AP1 Arbeitsprogramm 2024

Gremium: Kreisvorstand GRÜNE JUGEND Städteregion Aachen  
Beschlussdatum: 24.01.2024  
Tagesordnungspunkt: 2. Arbeitsprogramm

### Antragstext

1 In einem Jahr der strategischen Ausrichtung und der Aktivierung haben wir, die  
2 Grüne Jugend Städteregion Aachen, unsere Kompetenzen in der politischen Bildung  
3 vertieft und unseren Einfluss in gesellschaftlichen Debatten spürbar erweitert.  
4 Wir haben uns in verschiedenen Kampagnen engagiert und uns in bedeutenden  
5 Bewegungen positioniert. Wir haben zum politischen Diskurs beigesteuert, haben  
6 in Lützerath demonstriert und sind mit Beschäftigten und der Klimabewegung auf  
7 die Straße gegangen. Wir haben uns als Verband weiterentwickelt und erstmals  
8 Teams eingesetzt, um strategische Bildungsarbeit und starke Aktionen auf der  
9 Straße umzusetzen. Und all das hat dazu beigetragen, dass wir so stark wachsen  
10 konnten wie lange nicht.

11 Im kommenden Verbandsjahr streben wir danach, unsere gesellschaftliche Macht  
12 weiter auszubauen, insbesondere, in dem wir weiter wachsen. Dazu wollen wir auf  
13 diesen Errungenschaften aufbauen und unsere strategische Ausrichtung weiter zu  
14 verfeinern. Unser Ziel ist es, unsere Präsenz zu verstärken, unsere Botschaften  
15 gezielt zu kommunizieren und aktiv für die Veränderungen einzutreten, die wir in  
16 der Gesellschaft sehen wollen. Wir sind bereit, mit neuer Energie und einem  
17 klaren Arbeitsprogramm in ein Jahr zu starten, das von innovativen Projekten,  
18 nachhaltigen Initiativen und starker Gemeinschaftsarbeit geprägt sein wird.

### 19 Inhaltliche Schwerpunkte

20 Mit dem Start in das neue Jahr setzen wir in diesem Jahr unseren Fokus auf die  
21 Umsetzung der GJ-Europakampagne, die uns als zentrale Aufgabe durch die ersten  
22 Monate führen wird. Diese Kampagne bildet den Kern unserer inhaltlichen Arbeit  
23 und umfasst eine sorgfältige Planung, engagierte Vorbereitung, dynamische  
24 Durchführung und eine zielgerichtete Umsetzung. In den letzten Jahren sind wir  
25 gewachsen, haben uns lokal stärker verwurzelt und unsere Kampagnen- sowie  
26 Basisarbeit intensiviert. Diese Stärke wollen wir nun für unsere Kampagne  
27 nutzen, um für eine neue Vision von Europa einzutreten, die Gerechtigkeit und  
28 Solidarität in den Mittelpunkt stellt und so noch mehr Menschen anspricht.  
29 Unsere Europakampagne steht unter dem Leitspruch: Kein Bock auf Krise!

30 Die Vorbereitung für die Kampagne startet zu Beginn dieses Jahres. Im Zuge  
31 dessen haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Bildungsarbeit auf die  
32 Europäische Union und unsere Beziehung zu ihr zu konzentrieren. Wir werden die  
33 Geschichte der EU erkunden und verstehen, welche Türen sie für uns geöffnet hat.  
34 Doch unser Blick bleibt kritisch und reflektiert, besonders aus linker  
35 Perspektive: Wir hinterfragen bestehende Strukturen und Politiken und  
36 identifizieren, wo Veränderungen notwendig sind. Durch Diskussionen, Workshops  
37 und Informationsveranstaltungen wollen wir ein tieferes Verständnis für die  
38 komplexen Zusammenhänge schaffen und unsere Mitglieder dazu befähigen, fundiert  
39 und engagiert für ein gerechteres Europa einzutreten. Wir werden unsere

40 Bildungsarbeit außerdem darauf ausrichten, unsere Methodik zu schulen. Dadurch  
41 können wir Menschen empowern und gleichzeitig unsere politische Praxis schärfen.

42 Nach der Kampagne und in Vorbereitung auf die Pride-Saison werden wir uns  
43 gemeinsam mit queeren Rechten und der Sichtbarkeit von queeren Menschen  
44 befassen.

45 Im Anschluss daran werden wir unseren Blick auf steigende rechte Tendenzen in  
46 der Gesellschaft richten. Wir wollen untersuchen, wie Rechte weltweit schon  
47 systematisch Fortschritt unterbinden und dabei von konservativen Kräften  
48 gestützt werden. Aufbauend auf die Landesmitgliederversammlung im Frühjahr und  
49 mit Blick auf die anstehenden Landtagswahlen in drei Bundesländern werden wir  
50 uns intensiv mit der Frage beschäftigen, wie wir uns diesen Tendenzen effektiv  
51 entgegenstellen können.

52 Im Herbst werden wir uns den globalen Klimastreik zum Anlass nehmen und das  
53 Thema Klimakrise und Klimagerechtigkeit näher beleuchten.

## 54 Bildungsarbeit

55 Unsere Bildungsarbeit bildet das Fundament für unser Handeln und Wirken als  
56 linker Jugendverband. Sie befähigt uns aktuelle Verhältnisse zu analysieren,  
57 unsere Kritik zu formulieren und strategisch in unserer politischen Praxis  
58 auszudrücken.

59 Im vergangenen Jahr haben wir erstmals ein Bildungsteam eingesetzt, welches den  
60 Vorstand bei der Planung und Vorbereitung von wöchentlichen Basistreffen und  
61 Bildungsveranstaltungen unterstützt hat. Diese Strukturen wollen wir in diesem  
62 Jahr beibehalten und weiter professionalisieren. Dabei setzen wir weiterhin auf  
63 wöchentliche Basistreffen als Grundlage unserer Bildungsarbeit. Für diese  
64 Treffen werden dieses Jahr neue und ansprechende Formate erproben. Außerdem  
65 wollen wir auch dieses Jahr ein Bildungswochenende durchführen, um uns gezielter  
66 und umfangreicher mit einem Thema auseinanderzusetzen.

67 Wir wollen unsere Bildungsarbeit in diesem Jahr niedrigschwelliger und  
68 barrierearmer gestalten. Im Zuge dessen werden wir Ansätze ausprobieren, um  
69 verschiedene Wissensstände zu berücksichtigen und so die Einstiegshürden für  
70 interessierte Menschen abzubauen.

71 Unsere Bildungsarbeit lebt von der strategischen Ausrichtung und der Umsetzung  
72 in die politische Praxis. Im Zuge der anstehenden Kampagne zur Europawahl werden  
73 wir mit unserer Bildungsarbeit im Frühjahr einen Fokus auf die inhaltliche und  
74 methodische Vorbereitung der Kampagne legen.

## 75 Von der Theorie auf die Straße

76 Im laufenden Jahr setzen wir unsere Energie und Kreativität in die Planung und  
77 Umsetzung einer wirkungsvollen Europakampagne. Wir bleiben dabei nicht bei  
78 bewährten Methoden stehen, sondern sind bestrebt, innovative und frische  
79 Aktionsformate zu erproben, die unsere Botschaften lebendig machen und die  
80 öffentliche Aufmerksamkeit steigern. Unsere Aktionen werden sich nicht auf  
81 einzelne Stadtviertel beschränken, sondern wir werden in der gesamten

82 Städtereion präsent sein. Dafür haben wir auch dieses Jahr wieder ein  
83 Aktionsteam eingesetzt.

84 Ein wesentlicher Aspekt unserer Arbeit in diesem Jahr ist die verstärkte  
85 Vernetzung mit Verbündeten. Wir sind überzeugt, dass Zusammenarbeit und der  
86 Austausch von Wissen und Ressourcen uns stärker machen. Um nachhaltige Effekte  
87 zu erzielen, planen wir Aktionen und Formate, die nicht nur punktuell  
88 Aufmerksamkeit generieren, sondern auch dauerhaft im öffentlichen Bewusstsein  
89 verankert werden. Von kreativen Straßenaktionen über Bildungsveranstaltungen bis  
90 hin zu Online-Kampagnen – unsere Aktivitäten sollen einladen, informieren und  
91 inspirieren. Schließlich legen wir Wert auf strategisch ausgerichtete Aktionen.  
92 Dabei setzen wir auf niederschwellige und ansprechende Aktionsformate, die  
93 Menschen unabhängig von ihrem Vorwissen oder ihrer politischen Überzeugung  
94 ansprechen.

## 95 Öffentlichkeitsarbeit

96 Ein Schwerpunkt im Rahmen der kommenden Kampagne liegt auf der  
97 Professionalisierung unserer Öffentlichkeitsarbeit als Kernelement, um unsere  
98 Reichweite zu vergrößern. Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir nicht nur  
99 vorhandene Ansätze verbessern, sondern auch neue Methoden einführen, um unsere  
100 Kommunikation effektiver zu gestalten. Im Zuge dessen werden wir unsere Social-  
101 Media Kanäle an das neue Corporate Design des Bundesverbands anpassen.

102 Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Schulung unseres Social-Media-Teams. Ziel  
103 ist es, unsere Teammitglieder dazu zu befähigen, hochwertige Postings zu  
104 erstellen, die sowohl ansprechend als auch inhaltlich relevant sind. Wir streben  
105 danach, unsere Social-Media-Präsenz signifikant zu stärken und unsere Kanäle für  
106 die inhaltliche Positionierung zu nutzen. Insbesondere möchten wir Themen  
107 aufgreifen, die für junge Menschen in Aachen von besonderer Bedeutung sind.

108 Um dies zu erreichen, werden wir einen besonderen Fokus auf den Ausbau unserer  
109 Social-Media-Aktivitäten legen. Wir wollen die Reichweite unter jungen Menschen  
110 erhöhen und außerhalb unserer bestehenden Community erweitern. Unser Ziel ist  
111 es, Themen strategisch zu setzen und Inhalte vorausschauend zu erstellen. So  
112 können wir sicherstellen, dass unsere Botschaften die gewünschte Reichweite  
113 erzielen und einen echten Dialog und Interaktion mit unserer Zielgruppe fördern.  
114 Wir wollen, dass unsere Öffentlichkeitsarbeit nicht nur informiert und  
115 inspiriert, sondern auch mobilisiert.

## 116 Einen offenen Ort für alle schaffen

117 Damit Menschen nicht nur einmal zu unseren Treffen kommen, sondern sich  
118 dauerhaft bei uns politisch organisieren, braucht es eine gute Einbindung,  
119 sowohl von Neumitgliedern als auch von denen, die lange dabei sind. Für die  
120 Integration von Neumitgliedern setzen wir vor allem auf Neumitgliedertreffen.  
121 Diese Treffen dienen nicht nur dem gegenseitigen Kennenlernen, sondern auch dem  
122 Aufbau eines sozialen Ortes, der von einem angenehmen und offenen Miteinander  
123 geprägt ist. Wir streben eine offene Verbandskultur an, die für alle Mitglieder  
124 zugänglich ist und aktiv Barrieren abbaut. Ein wesentlicher Teil dieser Kultur  
125 ist unser Engagement für Awareness und die Entwicklung eines entsprechenden

126 Konzepts, das sicherstellt, dass wir ein respektvolles und unterstützendes  
127 Umfeld für alle Mitglieder schaffen.

128 Ferner sind transparente Strukturen und Entscheidungsprozesse für uns von großer  
129 Bedeutung, um Vertrauen und Verständnis innerhalb der Organisation zu fördern.  
130 Wir legen großen Wert darauf, die Fähigkeiten unserer Mitglieder zu erkennen und  
131 zu fördern und sie so direkt anzusprechen. Durch Umfragen zu Feedback und  
132 Interessen wollen wir gewährleisten, dass die Stimmen unserer Mitglieder gehört  
133 und in unseren Aktivitäten berücksichtigt werden, um eine inklusive und  
134 partizipative Gemeinschaft zu fördern.

135 Die gezielte Ansprache und Förderung von Frauen, intergeschlechtlichen, nicht-  
136 binären, trans- und agender Personen (FINTA\*) steht im Fokus unserer Bemühungen,  
137 um Diversität und Inklusion in unserer Organisation zu stärken. Wir werden die  
138 Strategien des Bundesverbands eingehend zu studieren und passen diese an unsere  
139 lokalen Gegebenheiten an. Unser Ziel ist es, ein Umfeld zu schaffen, in dem  
140 FINTA\*-Personen sich nicht nur willkommen fühlen, sondern auch die Möglichkeit  
141 haben, sich zu vernetzen und aktiv auszutauschen. Dafür etablieren wir spezielle  
142 Räume und Formate, um die Teilhabe und Sichtbarkeit in allen Bereichen unserer  
143 Arbeit zu fördern. Wir sind uns bewusst, dass dies ein fortlaufender Prozess  
144 ist, und setzen uns kontinuierlich dafür ein, unsere Strukturen und Angebote  
145 inklusiver zu gestalten.

146 Eine zentrale Zielgruppe, die wir besser ansprechen wollen, sind migrantisierte  
147 Menschen. Sie sind überdurchschnittlich stark von den sozialen Krisen betroffen  
148 und gleichzeitig deutlich seltener politisch organisiert. Sie sind ein wichtiger  
149 Teil unserer Gesellschaft und trotzdem in unseren Reihen deutlich  
150 unterrepräsentiert. Um dies zu erreichen, werden wir die Strategie des  
151 Bundesverbands sorgfältig analysieren und unsere Themen und Kampagnen  
152 entsprechend anpassen, um sicherzustellen, dass sie für migrantisierte  
153 Mitglieder ansprechend und relevant sind. Eine offene und einladende Ansprache,  
154 ist dabei essenziell. Wir werden unsere eigenen Strukturen kritisch  
155 reflektieren, um eventuelle Hürden zu identifizieren und abzubauen und eine  
156 inklusive Umgebung zu schaffen, die alle Menschen ermutigt, sich aktiv  
157 einzubringen und Teil unserer Gemeinschaft zu werden.

## 158 Gemeinsam stark

159 Die gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen sind enorm und besonders  
160 vielfältig, doch auf all diese Herausforderungen gibt es eine Antwort: Es bedarf  
161 einer starken Linken. Als GRÜNE JUGEND Städteregion Aachen möchten wir jede\*n  
162 bei der Bekämpfung von Ungleichheit, Ungerechtigkeit, Faschismus und Barrieren  
163 in der Städteregion und darüber hinaus mitnehmen. Dafür brauchen wir dich.  
164 Gemeinsam werden wir die Kraft aufbringen dafür einzustehen, um viel zu  
165 erreichen, denn nur zusammen werden wir deutlich mehr schaffen, als wir für  
166 möglich gehalten hätten.

## T1 Tagesordnung

Gremium: Kreisvorstand GRÜNE JUGEND Städteregion Aachen  
Beschlussdatum: 15.01.2024  
Tagesordnungspunkt: 1. Formalia

## Antragstext

- 1 TOP 1 Formalia
- 2 TOP 2 Arbeitsprogramm
- 3 TOP 3 Rechenschaftsberichte
- 4 TOP 4 Haushalt
- 5 TOP 5 Sonstiges

## V1 Europa, aber Links – Umsetzung der Europakampagne in Aachen

Gremium: Kreisvorstand GRÜNE JUGEND Städteregion Aachen  
Beschlussdatum: 24.01.2024  
Tagesordnungspunkt: 5. Sonstiges

### Antragstext

1 In einer Zeit, in der die EU vielfältigen politischen und sozialen Spannungen  
2 ausgesetzt ist, erkennen wir als Grüne Jugend Aachen die Dringlichkeit, aktiv zu  
3 werden und unsere Kritik an den aktuellen Missständen zu formulieren. Wir setzen  
4 uns für ein Europa ein, das auf den Grundwerten sozialer Gerechtigkeit,  
5 Klimagerechtigkeit und menschenwürdiger Asylpolitik basiert. Wir wollen mit  
6 unserer Idee von einem solidarischen Europa eine Alternative zum Status Quo  
7 aufzeigen und besonders junge Menschen mit unserer Vision begeistern.

8 Im Einklang mit diesen Überzeugungen werden wir die Kampagne zur Europawahl 2024  
9 des Bundesverbands tatkräftig unterstützen und sie mit eigener Prägung in Aachen  
10 umsetzen. Dabei wollen wir langfristig mehr junge Menschen politisieren und  
11 einbinden. Wir sehen in der Europakampagne eine Chance, das Wachstum der Grünen  
12 Jugend zu nutzen und unsere Mitgliederbasis zu stärken. Mehr Menschen zu  
13 begeistern und bestehende Mitglieder aktiver einbinden, sind unsere  
14 Kampagnenziele. Wir werden dabei besonders sehr junge Menschen und  
15 migrantisierte Personen stärker in den Blick nehmen als bisher.

16 Unsere Kampagne wird sich nicht auf Wahlergebnisse konzentrieren, sondern auf  
17 die Politisierung und Organisierung junger Menschen. Die Europawahlkampagne wird  
18 unsere eigene sein. Statt Wahlkampf für die GRÜNEN zu machen, werden wir unsere  
19 Themen und unsere Forderungen gemeinsam auf die Straße und in die Öffentlichkeit  
20 tragen.

21 Unsere Vision eines Europas, das die Bedürfnisse der Menschen und den Erhalt  
22 unserer Lebensgrundlagen in den Mittelpunkt stellt, wird unsere Leitlinie sein.  
23 Wir werden diese Vision konkret auf die Themen Sozialpolitik, Klimagerechtigkeit  
24 und Asylpolitik herunterbrechen und gemeinsam mit der Grünen Jugend bundesweit  
25 auf die Straße bringen.