

# GRÜNES CHEMNITZ 2025 – AKTUALISIERUNG

## 1. Zielsetzung

### 2. Kreisverbandsentwicklung

- 2.1 Mitgliederentwicklung
- 2.2 Mitgliedereinbindung
- 2.3 Vorstandsarbeit
- 2.4 AG-Arbeit
- 2.5 Personalentwicklung
- 2.6 Vielfalts- und Frauenförderung
- 2.7 Finanzen und Fundraising
- 

### 3. Wahlen und politische Arbeit

- 3.1 Wahlziele
- 3.2 Stadtratsfraktion
- 3.3 MdL, MdB, MdEP
- 3.4 Unterstützung der Region Südwestsachsen

### 4. Vernetzung

- 4.1 Grüne und grünen-nahe Organisationen
- 4.2 Zivilgesellschaftliche Gruppen und andere politische Parteien

### 5. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

- 5.1 Interne Kommunikation
- 5.2 Digitale Kommunikation
- 5.3 Klassische Kommunikation

## 1 ZIELSETZUNG

Dieses Papier konkretisiert Ziele für die Entwicklung von BÜNDNIS90/DIE GRÜNEN in Chemnitz für die Jahre 2022 bis 2025. Es beruht auf dem Beschlusspapier "GRÜNES Chemnitz 2025", das am 29.8.2016 von der Mitgliederversammlung beschlossen wurde. 2020 wurde ein Zwischenfazit erstellt, auf dem diese Aktualisierung und Ergänzung der Ziele beruht. Inhalte sind die Kreisverbandsentwicklung, Wahlen und politische Arbeit, Vernetzung und die Öffentlichkeitsarbeit in unserer Stadt.

2025 soll nach den Wahlen eine Evaluation durchgeführt werden, um zu klären, ob das Format geeignet ist, um die strategische Kreisverbandsentwicklung weiterzuführen.

## 2 KREISVERBANDESENTWICKLUNG

### 2.1 Mitgliederentwicklung

In den letzten zehn Jahren hat sich die Mitgliederzahl etwa verdoppelt. Seit der Bundestagswahl 2021 (inkl. Wahlkampf) ist in der Gesamtbetrachtung nur noch ein leichtes

Mitgliederwachstum zu erkennen. (1.6.2021 bis 1.5.2022 + 4 Mitglieder). Hauptgrund sind dafür aber nicht fehlende Eintritte, sondern relativ viele Austritte und Wechsel.

Ziele:

1. Bis Ende 2023 soll das 250. Mitglied im KV Chemnitz begrüßt werden.
  - Verstärkte Mitgliederwerbung ab Herbst 2022
  - Kontakt mit jedem grünen KV-Mitglied mindestens einmal pro Jahr
2. Austritte sind jährlich zu verringern.
  - Gesprächsangebote für Unzufriedene mit Bundespolitik
3. Ein- und Austritte werden jährlich ausgewertet.

## **2.2 Mitgliedereinbindung**

Die Mitgliedereinbindung hat sich in den letzten Jahren gut entwickelt. Beispiel: Im Wahlkampf 2021 im Sachsendurchschnitt die meisten Mitglieder beteiligt.

Ziel: Wege entwickeln, mit denen Mitglieder schrittweise mehr Verantwortung übernehmen können.

- Patenschaft (früher: "Mentoring") sollte überprüft, weitergeführt und gestärkt werden
- Neumitgliedern Entfaltungsspielraum gewähren, verrückte Aktionen genauso wie tiefgründige Textarbeit
- Erweiterte Rollen für schrittweise Verantwortungsübernahme definieren

## **2.3 Vorstandsarbeit**

Ziele:

1. Der Vorstand wirkt stärker in die Stadtöffentlichkeit.
  - Ausbau eines deutlicheren eigenen politischen Profils in Abgrenzung zur Rolle der Fraktion
  - Öffentliche Veranstaltungen für Menschen, die noch nicht im grünen Umfeld eingebunden sind
  - Stärkung der Sichtbarkeit außerhalb von Wahlkampfzeiten
2. Der Vorstand wirkt stärker in die Mitgliedschaft.
  - Organisation von thematischen MVen zum wechselseitigen Austausch von Erfahrung und Wissen
3. Der Vorstand vernetzt sich stärker mit anderen politischen Parteien.
4. Die Größe des Vorstands wird kritisch reflektiert (Vorstandsgröße, Lastenverteilung, Zusammenarbeit mit Mitgliedschaft).
5. Der Vorstand entwickelt Ansätze für ein Wissens-Management.

## **2.4 AG-Arbeit**

In der AG-Arbeit hat eine Neugründung aktiver AGen stattgefunden, das AG-Statut strukturiert die AG-Arbeit.

Ziele:

1. Die Kommunikation und Rückkopplung zwischen AGen, LAGen und Kreisverband sowie zwischen AGen und der Stadtratsfraktion soll ausgebaut werden.
2. Die Sichtbarkeit, der AGen und ihrer inhaltlichen Arbeit auf Webseite und den Social-Media-Kanälen soll erhöht werden.

## **2.5 Personalentwicklung**

Personalentwicklung findet aktuell nur eingeschränkt statt. Aber: "Für ein besseres Empowerment ehrenamtlicher Strukturen in den KVen sollte deren Professionalisierung weiter vorangetrieben werden." (Auszug aus der WK-Analyse des LV zur BTW 2021, S. 12)

Ziele:

1. Die Stelle der GF wird ausgebaut.
  - Aufstockung auf 30h
  - Halbjährliche Reflexion Sprecher:innen mit GF
2. Eigene Stellen des KV werden gemäß eigenen politischen Forderungen tariflich gebunden.
  - Ankopplung an Tarifvertrag TVöD
  - Unter normalen Umständen keine 450Euro-Stellen. Ausnahme: Studentische Mitarbeit.
3. Der KV Chemnitz setzt sich für eine zusätzliche temporäre Stelle im Kontext der Kulturhauptstadt auf Landes- und Bundesebene ein.
4. Strukturierte Personalentwicklung für Parteinauwuchs, insb. mit Blick auf Kommunalwahl 2024
5. Es werden langfristige grüne Strukturen in Chemnitz gestärkt.
  - in grünen-nahen Organisationen
  - Grüne in Verwaltungen
  -

## **2.6 Vielfaltsförderung und Frauen\*förderung**

Ziele:

1. Der Kreisverband betreibt aktive Vielfaltsförderung auf Grundlage des Vielfaltsstatuts
  - Diskussion des Vielfaltsstatuts und Erstellung eines Umsetzungsplans bis Mitte 2023
2. Der Frauenanteil im Kreisverband steigt von 37% (auf mind. 40%).
  - Gezielte Neumitgliederkampagne für Frauen
  - Anknüpfungen zu Frauennetzwerken in Chemnitz herstellen
3. Frauen werden aktiv in die Kreisverbandsarbeit eingebunden.
  - Es ist zu prüfen, welche Formate, welche Zeiten und welche Organisationsformen für Frauen\* / (alleinerziehende) Eltern machbar und aktiv sind
  - Ideen für familienfreundliche Parteiveranstaltungen entwickeln
4. Das Frauenstatut wird konsequent umgesetzt.
  - Das Chemnitzer Frauenstatut wird überarbeitet.
  - Das Chemnitzer Frauenstatut wird kommuniziert.
5. Bei der Frauen- und Vielfaltsförderung sollen aktiv Menschen aller geschlechtlichen Identitäten eingeschlossen werden.
6. Die Vielfalt der Generationen soll im Kreisverband gefördert werden.
  - Ehrung langjähriger Mitglieder
  - Entwicklung von Kommunikationsplattformen zwischen den Generationen (z.B. Masterarbeit mit Interviews zur Entwicklung der grünen Partei, Alt-Neu-Mentoring)
7. Vielfalt hinsichtlich Arbeiter:innen, Nicht:Akademiker:innen sollte gefördert werden.

## **2.7 Finanzen und Fundraising**

Über 65% unserer Gesamteinnahmen stammen aus Mitgliedsbeiträgen. Dazu kommen noch etwa 9% aus kommunalen Mandatsabgaben. Positiv ist, dass weit über 80% unserer Einnahmen (mit den staatlichen Mitteln) relativ gut und sicher planbar sind.

Ziele:

1. Es wird ein umfassendes und nachhaltiges Fundraisingkonzept bis Ende 2023 im KV erarbeitet.
  - Betrachtung von möglichst vielen Bereichen (z.B. Zeitspenden, Crowdfunding, Immobilienerwerb, Spenden von (kleinen) Unternehmer\*innen)
  - Mittel- bis langfristige Ausrichtung
2. Wir stehen für Nachhaltigkeit auch bei den Parteifinzen, deshalb halten wir mind. drei Monatsgehälter und Mieten als Rücklage.

### **3 WAHLEN UND POLITISCHE ARBEIT**

#### **3.1 Wahlziele**

Bei den letzten Wahlen haben die Grünen in Chemnitz ihre Wahlergebnisse größtenteils verdoppeln können - von etwa 5.500-7.000 Stimmen auf 11.000-13.500 Stimmen. Die prozentualen Zuwächse sind vergleichbar zum Landestrend.

Ziele:

1. Es wird eine Stabilisierung und weitere Verbesserung der Wahlergebnisse angestrebt.
  - Mindestens zweistellige Ergebnisse, Zielmarke 15%
  - Wählerpotenzial von 11.000-15.000 Stimmen adressieren.
2. Bei der Landtagswahl wollen wir mind. zwei Mandate für Chemnitz halten und in Chemnitz-West einen Wahlkampf mit Blick auf ein mittelfristiges Direktmandat führen.
3. Bei der Kommunalwahl streben wir mind. acht Stadtratsmandate an.
  - Auf allen Listen 2-3 ernsthafte Kandidat:innen
  - Ernsthafte Kandidat:innen auch für Ortschaftsräte
  - Stärkung der Aktivitäten in den Stadtteilen (in starken Stadtteilen über AGs, in schwächeren Stadtteilen über gezielte Aktivierung von Unterstützerlisten)
4. Der Europawahlkampf sollte angesichts des Chemnitzer Europa-Büros weiter aufgewertet werden.
5. Der Wahlkampf sollte weiter professionalisiert werden.
  - Wissens- und Erfahrungstransfer verbessern durch kontinuierliche Wahlkampfauswertung und perspektivischen "Grün gewinnt"-Chemnitz-Leitfaden
  - Wahlkreiszuschnitte im Blick behalten
  - Gezielt zusätzliches hauptamtliches Personal für die Wahlkämpfe aktivieren/einplanen

#### **3.2 Stadtratsfraktion und Bürgermeister**

Die Stadträt:innen und der Bürgermeister sind grüne Schlüsselpersonen, die in Stadt und Kreisverband hineinwirken.

Ziele:

1. Die Wirkung der Stadträt:innen in die Stadt wird beibehalten und verbessert.
  - Fortsetzung der offenen Fraktionssitzungen
  - Stärkung informeller Vor-Ort-Sprechstunden, Stärkung der Präsenz bei Festen und Veranstaltungen
2. Die Wirkung der Stadträt:innen in den Kreisverband wird beibehalten und verbessert.

- Kontinuierliche, abwechselnde Präsenz auf MVen, regelmäßige Diskussionsthemen
  - Beibehaltung, ggf. Stärkung der AG-Einbindung
  - Stärkung von Fraktionsthemen im Newsletter (unter Nutzung von Social-Media-Inhalten)
3. Die Wirkung des Bürgermeisters in den Kreisverband wird vergrößert
- Regelmäßige Einbindung im Rahmen von MVen oder Treffen mit Sprecher:innen

### **3.3 MdL, MdB, MdEP**

Mit einer MdEP, einem MdB und zwei MdL hat sich die Zahl der Chemnitzer Mandatsträger:innen oberhalb der kommunalen Ebene in den letzten Jahren verdoppelt. Damit wächst auch das grüne Büro in Chemnitz.

Ziele:

1. Die Wirkung in die Stadt wird beibehalten und verbessert.
  - Stärkung informeller Vor-Ort-Sprechstunden
  - Jährliche Touren der Abgeordneten mit anteiliger Sichtbarkeit auch in Chemnitz
  - Sichtbarkeit Europas aufgrund der Besonderheit eines Chemnitzer Europabüros weiter stärken
2. Die Wirkung in den Kreisverband wird beibehalten und verbessert.
  - Strukturierte Veranstaltungsplanung zusammen mit Kreisverband, Doppelungen und Überbelegungen von Terminen sind zu vermeiden
  - Regelmäßige Strategie-Gespräche mit Sprecher:innen/Vorstand

### **3.4 Unterstützung der Region Südwestsachsen**

Chemnitz wirkt als große Stadt in Südwestsachsen auch in die Region. In den letzten Jahren wurden die Verbindungen gestärkt, wesentlich durch die Aktivitäten der Mandatsträger:innen. Diese positive Entwicklung sollte weiter vorangetrieben werden.

Ziel: Der KV Chemnitz setzt sich für eine Stärkung der südwestsächsischen Kreisverbände ein.

- Vernetzung von Vorständen und GF
- Aktive Unterstützung bei Wahlkämpfen
- Öffnung von Veranstaltungen für Teilnehmende aus Südwestsachsen (Fortbildungen, digitale Veranstaltungen)
- Wiederbelebung des Südwestsachsen-Treffens mit Aktiven aus den verschiedenen KVen

## **4 VERNETZUNG**

### **4.1 Grüne und grünennahe Organisationen**

Seit 2016 wurden sowohl die GJ als auch die GHG durch aktive, junge Menschen wiederbelebt. Sie bringen sich aktiv auch im Kreisverband ein. In den Gremien der Landespartei sind wir gut vertreten. Aktuell sind zwei Mitglieder des Landesvorstandes und zwei Mitglieder des Landesparteiirates aus Chemnitz. Viele Mitglieder arbeiten in den Landesarbeitsgemeinschaften aktiv mit. Grüne Mitglieder aus Chemnitz arbeiten ehrenamtlich im DAKS mit, bei Weiterdenken sind wir aktuell nicht vertreten.

Ziele: Die Vernetzung mit grünen und grünen-nahen Organisationen wird weiter gestärkt.

1. Wir unterstützen GJ und GHG nach Bedarf bei ihrer Arbeit.
  - Wir stehen als Partner für Aktionen und Veranstaltungen zur Verfügung.
  - Wir unterstützen, wenn gewünscht, bei der mittelfristigen Verstetigung ihrer Arbeit.
  - Wir setzen die strukturierte Kommunikation zwischen den Vorständen fort und bieten im Kreisverband eine Plattform für ihre Arbeit.
2. Chemnitz stellt mindestens 3 LAG-Sprecher\*innen.
3. Wir bieten unseren Mitgliedern mindestens zwei Fortbildungen – in Chemnitz – über Grünen-nahe Organisationen an. Wir verbessern die Zusammenarbeit mit Weiterdenken.

#### **4.2 Zivilgesellschaftliche Gruppen und andere demokratische Parteien**

Die Mitglieder der Chemnitzer Grünen haben zahlreiche Kontakte zu zivilgesellschaftlichen Organisationen, so beispielsweise zu Klimainitiativen wie dem Klimabündnis oder den Parents4Future, zu Umweltorganisationen wie dem BUND, zu Verkehrswendeorganisationen wie dem VCD, dem ADFC oder dem Verkehrswendebündnis, zu antirassistischen Organisationen wie Aufstehen gegen Rassismus oder Chemnitz Nazifrei, zu sozialen Organisationen wie der Seebrücke oder Organisationen der Jugendhilfe. Zu den anderen demokratischen Parteien bestehen intensive Kontakte über die Fraktion, aber eher lose Kontakte zwischen den Parteien.

Ziele:

1. Die Vernetzung mit den zivilgesellschaftlichen Gruppen wird zentral über die Partei ausgebaut.
  - Gemeinsame Aktionen ausbauen (wie Pflanzaktion oder Fahrrad-Demo)
  - Schwerpunktthemen: Demokratiewerk in Stadt und Region, Klima und Umwelt
  - Kreisvorstand als zentraler Ansprechpartner und Koordinator gemeinsamer Aktionen, Pressemitteilungen und Demonstrationen
  - Grüne Vernetzungsanlässe schaffen (über Mandatsträger:innen zu inhaltlichen Anlässen, als Thementreffen)
  - Sichtbarkeit der Aktivitäten des Kreisverbands auf Newslettern anderer Organisationen vergrößern
2. Die Vernetzung mit den zivilgesellschaftlichen Gruppen wird dezentral über die Mitglieder ausgebaut.
  - Mitglieder aufrufen, sich in Chemnitzer Verbänden und Bündnissen einzubringen
  - Prüfung einer datenschutz-konformen Dokumentation der Mitgliedschaften (bevorzugt in Sherpa)
  - Regelmäßige Kontaktabfrage über die Geschäftsführung und Auswertung
  - Grüne Präsenz bei Veranstaltungen und Ereignissen vergrößern (bei Nicht-Teilnahme Vertretung organisieren, Stadträt:innen in Begleitung von Parteimitgliedern)
3. Die Vernetzung mit den anderen demokratischen Parteien wird ausgebaut.

## **5. KOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

Öffentlichkeitsarbeit ist ein wesentlicher Teil der Parteiarbeit. Der ansprechende Informationsfluss sollte über vielfältige Möglichkeiten transparent und strukturiert erfolgen.

### **5.1 Interne Kommunikation**

Die interne Kommunikation findet aktuell vorrangig über den Newsletter statt. Dieser wurde vor Kurzem überarbeitet und wird von Mitgliedern viel genutzt. Diese Arbeit sollte fortgesetzt werden

## **5.2 Digitale Kommunikation**

Zentrale digitale Kommunikationsmedien sind die Webseite und die Social-Media-Kanäle. Sie dienen als 24/7 Infostand in der digitalen Welt. Sie werden vom Social-Media-Team konsequent und professionell bespielt. Gerade für den Wahlkampf spielen sie inzwischen eine große Rolle.

Ziele:

1. Die Webseite wird überarbeitet und konsequenter bespielt.
  - Überarbeitung unter Einbindung der Mitgliedschaft (Ziele: Neues, frisches Layout, Übersichtlichkeit, Barrierefreiheit)
  - Umsetzung der beschlossenen Trennung der Webseiten von Fraktion und Kreisverband
  - Wiederverwendung vorhandenen Materials der Social-Media-Kanäle
2. Die Social-Media-Arbeit wird fortgesetzt und weiter verbessert.
  - Interaktion mit Follower:innen verstärken
  - Geschäftsführung als Koordinator im Kommunikationsteam beibehalten, ehrenamtliche Mitarbeit verstärken
  - Zahlung von Geldmitteln an Social-Media-Konzerne immer wieder kritisch prüfen
  - Social-Media-Arbeit mit klassischer Kommunikation und Präsenzformaten weiter verschränken (Bewerbung, Doku, parallele Kampagnen)
  - Youtube-Kanal erwägen
  - Digitale Netzwerkarbeit z.B. über Kooperationen mit Vereinen
  - Professionalisierung über Budget, insbesondere im Wahlkampf (z.B. Fotografie, Filme)
  - Wissen über die zur Verfügung stehende Technik vermitteln

## **5.3 Klassische Kommunikation**

Lokale Pressearbeit liegt in der Verantwortlichkeit der KV-Sprecher:innen und findet in Absprache mit Mandatsträger:innen anlassbezogen statt. Pressemitteilungen werden normalerweise gut aufgenommen. Publikationen werden aktuell keine erstellt.

Ziele:

1. Presse-Nennungen werden nachverfolgt
  - Mindestens 2-3 Nennung Chemnitzer Grüner pro Woche in lokaler Presse
  - 1-2 Nennungen Chemnitzer Grüne pro Jahr in überregionaler Presse, mittelfristigen Plan entwickeln
  - Pressespiegel (wenn möglich durch Bürorunde) mit Nennungen datenschutzkonform dokumentieren und regelmäßig auswerten
  - Highlights der Presse der Mitgliedschaft zugänglich machen (MV, Newsletter)
2. Die Pressearbeit wird weiter verbessert.
  - Persönliche Kontakte zu Journalist:innen halten bzw. stärken
  - Prozess für die Pressearbeit bei dezentralen Aktionen entwickeln (z.B. Aktionen von AGs)
3. Eine jährliche Publikation über grüne Themen wird angestrebt.
  - Zielgruppe: (Ältere) Menschen, die digital schwerer erreichbar sind
  - Stadteilspezifische Themen aufgreifen
  - Anzeigen für Publikation gewinnen

- Best-of-Social-Media-Beiträge wiederverwenden