



Protokoll

impuls 2011

Die Kreativkonferenz für den
Landtagswahlkampf der SPD

Leitung: Marten Jennerjahn, Landesgeschäftsführer SPD Baden-Württemberg
Moderation: Kathinka Kaden, ev. Akademie Bad Boll
Protokollant: Jonathan Führer, ev. Akademie Bad Boll

impuls 2011

Die Kreativkonferenz für den Landtagswahlkampf der SPD

Was ist die Open – Space – Methode?

Die Open – Space – Methode ist eine neue, aber inzwischen vielfach eingesetzte unkonventionelle Tagungsmethode. Open Space bedeutet „offener Raum“ und funktioniert nach dem Prinzip der Selbstorganisation. Es wird mit möglichst wenigen Strukturen und sehr effektiv mit größeren Gruppen gearbeitet.

Die Idee des Harrison Owen

Der Organisationsberater Harrison Owen bereitete in den achtziger Jahren sehr aufwendig eine Konferenz mit Vorträgen und Workshops vor. Bei der Auswertung und Befragung der Teilnehmenden stellte er fest, dass die Konferenz zwar gut angekommen war, die Pausen und informellen Gesprächsrunden bei weitem aber beliebteste und am positivsten bewertete Ereignisse waren.

Owen begann, diese völlig unstrukturierten Kaffeepausen nun darauf hin genauer zu untersuchen. Er entwickelte eine Methode, die die Energie, die Menschen dabei zusammenbringt, und die die lebendige Kommunikation für die Gestaltung effektiver Seminare nutzt. Diese neue Form von Konferenzen nannte er „Open-Space-Technology“. Dabei wird auf viele Kontrollfunktionen verzichtet, statt dessen aber ein einfacher Rahmen und eine zeitliche Struktur vorgegeben.

Open-Space während dieses Tages

- Welche Interessen haben die Mitglieder der SPD in ihren jeweiligen Wahlkreisen?
- Welche Fragen, Probleme und Wünsche wollen sie behandelt wissen?
- Welche Themen möchten sie ansprechen?
- Was interessiert Sie alle oder jeden einzelnen?
- Wo wollen sie Kooperation oder Unterstützung und wo schlägt Ihr Herz?

Wir möchten mit dieser Konferenz ermöglichen, dass möglichst viele Interessen und Themen vorgebracht werden können. Es geht darum, dass Sie **Ihre Themen** einbringen und mit anderen darüber sprechen können. Dafür ist es nicht nötig, dass Sie schon selbst sehr viel über ein Thema wissen, sondern es ist nötig, dass sie selbst Lust und Interesse haben, darüber mit anderen zu sprechen und sich auf den Weg machen.

Während dieses Tages wird mit der Open- Space - Methode gearbeitet. Statt ein festes Programm vorzugeben, **wird mit wenigen Regeln ein dynamischer Prozess angestoßen**, der die Begegnung und die Zusammenarbeit der Teilnehmerinnen steuert. Das **Leitthema** bietet Rahmen und Schwerpunkte. Open Space gibt den Raum für einen offenen und engagierten Austausch.

- Voraussetzung dafür ist die **Freiwilligkeit der Teilnahme, die Verantwortung und das Engagement seitens der Teilnehmerinnen**.
- Zunächst gibt es einige wenige "**Prinzipien**", "**Regeln**" und "**Gesetze**", die die Zusammenarbeit strukturieren. In diesem Rahmen ist der "offene Raum" zu nutzen, bzw. dieser Raum wird durch die Spielregeln hergestellt.

- Nach der Einführung wird im Plenum die **Agenda**, d.h. der Verlauf und die Zeitplanung für die Workshops entwickelt. Dies wird dann öffentlich sichtbar gemacht.
- Jeder Workshop wird gebeten, **seine Ergebnisse zu dokumentieren**. Die **Initiatorinnen** übernehmen die Verantwortung für den Start des Workshops und dafür, dass ein schriftlicher Bericht zustande kommt.

Vier Leitgedanken/Regeln für die Arbeit in Workshops

- Wer immer kommt, ist die richtige Person!
- Es beginnt, wenn es beginnt! Oder: Es fängt zur richtigen Zeit an!
- Vorbei ist vorbei!
- Offen sein, für das, was passiert! Oder: Was geschieht, ist okay. Es ist das, was jetzt gerade passieren kann.

"Gesetze"

- Gesetz der zwei Füße:

kann ich etwas beitragen oder lernen?

- "Hummeln" und "Schmetterlinge":

...verweilen, weiterziehen, vertiefen, berühren, weggehen, wiederkommen...

Was die Methode nicht ist:

Sie ist

- keine Lebensphilosophie
- kein politisches Konzept
- und keine ethische Begründung für Handeln allgemein
- Die Regeln und Setzungen wirken sehr allgemeingültig. Wir verwenden sie als **Spielregeln zur Strukturierung der Kommunikation** während dieses Tages.

Was die Methode sein kann:

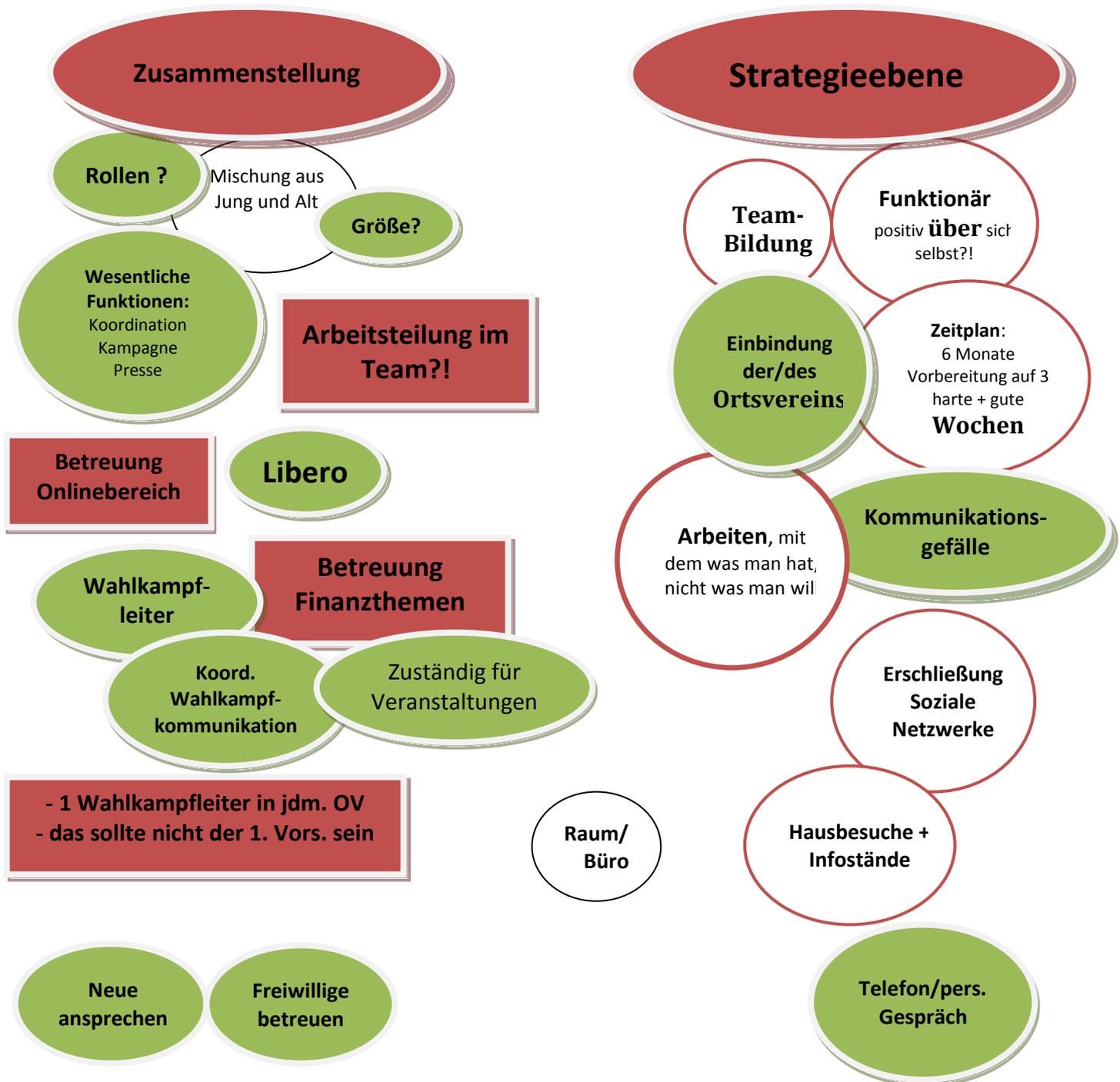
So verstanden haben wir die Erfahrung gemacht, dass Energien, Kreativität und Ressourcen aller Anwesenden in hohem Maße eingebracht werden können. Die für uns Nordeuropäerinnen eher ungewohnten Spielräume eröffnen manchmal auch unerwartete Lösungen. Die Interessen kommen auf den Tisch, sie werden sichtbar, es können Vernetzungen entstehen und **es wird deutlich, wo zur Zeit die Energien hinfließen**.

Kathinka Kaden (ev. Akademie Bad Boll)

Marten Jennerjahn

Wie sieht ein gutes Wahlkampfteam aus?

(Peter Friedrich)



Wie sieht ein gutes Wahlkampfteam aus?

Wahlkampfteam:

- Rollen/Zusammensetzung
 - wie viele versch. Rollen sind notwendig? - Einen Libero?
 - einen eigenen Bereich für neue Freiwillige & Beratung von Freiwilligen
 - Strukturen bei den Ortsvereinen
 - versch. Ebenen
 - Arbeitszuweisung/-organisation des Teams
 - Teambildung
 - priv. Anlässe
 - Kommunikation zw. dem Team
 - Vernetzung
 - Zeitplan
 - wann anfangen und wie?
 - Leitfaden schreiben: Teamaufbau und Vernetzung zwischen den Mitgliedern
 - Rollenverständnis: wer macht was wie?
 - Handbuch schreiben (Herr Krug und Frau Brücke?)





**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Wie sieht ein gutes Wahlkampfteam aus?	
Anbieter/in: Peter Friedrich	
Zeit: 11:00 – 12:45	Raum: 7
Teilnehmer/innen	
<p>Ergebnisse:</p> <ul style="list-style-type: none">- Definierte Rollen- Regeln für Arbeitsweisen- Offenheit für Neue- Zeit für Teambildung- Strategie/Kommunikationsebene	
<p>Maßnahmen/ Wünsche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Handbuch "Teambildung"- Schulung	

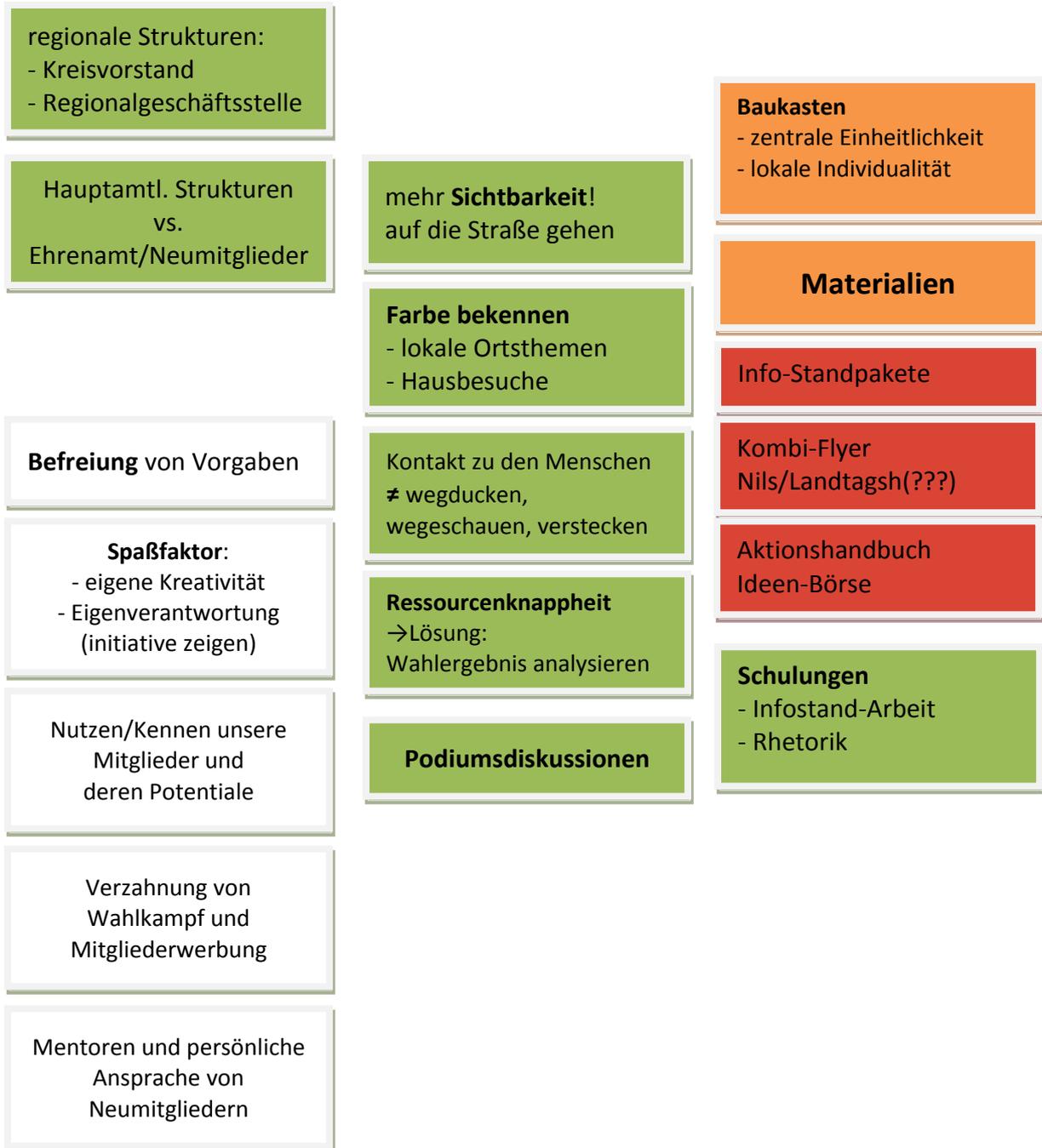


**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Wahlkampf im ländlichen Raum	
Anbieter/in: Danny Multani	
Zeit: 11:00 - 12:45	Raum: 5
Teilnehmer/innen	
Ergebnisse: <ul style="list-style-type: none">– Finanzierung<ul style="list-style-type: none">○ bilaterale Absprachen○ Serviceleistungen zentral auf landesebene zur Verfügung stellen○ Großplakatflächen optimieren und reduzieren – Grundausrüstung:<ul style="list-style-type: none">○ Flyer/Plakate/Give-Aways -> zuerst Hausaufgaben erledigen, dann I-Phone-Apps○ Plakatierung in der Diaspora mit Kunststoff – Veranstaltungen<ul style="list-style-type: none">○ z.B. "Lisette"○ längerfristige Veranstaltungsreihen, evtl. auch kontroverse Veranstaltungen – Teams<ul style="list-style-type: none">○ wo keine Teams möglich, auf höhere Ebenen dezentrale Teams → "rote Busse"○ Wahlkampfhandbuch, Ideenbörse	

Wahlkampforganisation und Kampagnenfähigkeit

(Herr Jäckel)



Wahlkampforganisation und Kampagnenfähigkeit:

- Baukasten für Kampagne
 - o lokal anpassen
 - o Medienkit, soll einheitlich sein
- Themenstrukturierend
 - o Infostandpakete zu einem Thema
 - o Kombiflyer
 - o Ideenbörse
 - o Schulungen anbieten (z.B. Rethorik)
- mehr Sichtbarkeit, mehr Kontakt zu den Menschen suchen
 - o offensiver an die Öffentlichkeit gehen
 - o Farbe bekennen
 - o mehr lokale Ortsthemen
- Ressourcenknappheit
 - o mehr Wahlanalysen
- ehrenamtlicher Wahlkampf
 - o Neumitglieder einbinden?
 - o Spaßfaktor
 - o die Mitglieder und ihre Fähigkeiten kennen
 - wer kann was?
 - Personenbezug herstellen
 - Mitgliederkontaktdaten für die Ortsvereine





**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Aus NRW lernen	
Anbieter/in: Peter Auer	
Zeit: 11:00 - 12:45	Raum: 6
Teilnehmer/innen:	
<p>Ergebnisse:</p> <ul style="list-style-type: none">- Nils bekannt machen (langfristig)<ul style="list-style-type: none">o Bsp. Hannelore Kraft<ul style="list-style-type: none">▪ Mitmachtour▪ Kompetenzwerte ausbauen▪ Medienpräsenz- Finanzen<ul style="list-style-type: none">o Kommunalfinanzeno Landesfinanzen⇒ faire Verteilung der Mittel<ul style="list-style-type: none">o Finanzmarktregulierung- Gewerkschaftszusammenarbeit<ul style="list-style-type: none">o Unterstützen in Betriebsräten	
<p>Maßnahmen/ Wünsche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Volunteers-Aktion (Jusos)!- Betriebstour mit Nils	

Neue Veranstaltungsformen

(Adrian Gillmann)

Grundmotivation

Wichtigkeit von Politik: Planspiele!
Wirtschaft, Parlament
Problembezogen Themen platzieren

Unterschied Stadt/Land

z.B.: Festivals mit anderen Parteien
zusammen (Aak(?) -> "Unterwegs
und Umsonst"- Festival)
"Double A"

Wurzeldemokratie

hin zu demokratischen Themen:
z.B: "Deine Stadt der Zukunft"
→ regelmäßige Präsenz
→ Kontakterzeugung und Begegnung

Vernetzung

→ Bündnisse mit Organisationen und
der "freien Jugendarbeit"
→ Überparteiliche Aktionen,
Anknüpfung an Strukturen

Gründung eigener Plattform:

überparteilich
→ neue Kompetenzen erschließen
(Multiplikatoren)
→ gezielte Aktionen

Aktuelles "Fishbowlen":

→ Terminbezogen
→ Ortsbezogen
→ Praxisbezogen

* innerparteiliche Veranstaltungen

* Generationen übergreifende
Veranstaltungen
→ **Kommunikation**

→ Kulturspaziergang mit MdB &
Stadtrundgang
→ Mal "Hinter den
Kulissen"/Gebäuderundgang

Saisonaler Wahlkampf

→ Faschingsaktionen
→ richtige Gimmicks &
zielgruppenspezifisch

Neue Veranstaltungsformen

- Grundmotivation
 - o Wichtigkeit von Politik
- Differenz
 - o jung & alt; Stadt & Land = Ressourcen fragen
- Jungwähler einfangen
 - o Interesse schaffen
- Planspiele veranstalten in Zusammenarbeit mit anderen Parteien und Organisationen

- Wurzeldemokratie
 - o "Deine Stadt der Zukunft"
 - o Raum bieten um kreativ sein zu können
 - Personal haben
 - regelmäßige Präsenz zeigen
 - Vernetzung aufbauen/Kontakte pflegen
 - o Ortsverein/Faschingswagen/in Richtung Spaßpolitik?
 - o praxisbezogener arbeiten
- als Möglichkeit der Kommunikation zwischen den Generationen



Neue Kommunikation

(Bernd Daferner, Claudia Eichert)

Ziele:

Kompetenz vermitteln - Langzeitthema (ab $\frac{1}{2}$ Jahr vor der Wahl)

z.B. Wirtschafts- und Finanzkrise

- bestraft die Schuldigen
- verhindert Spekulation
- rettet unser Geld

Die Position der SPD

...im Dialog

Außen-Kommunikation
von der "Kür zur Pflicht
machen

SPD-interne
Kommunikation?!

Essenz der Info-Vielfalt
& Mail-Flut

Zielgerichtete
Ansprache

Wie erreichen wir
Menschen wieder
besser?

Sparten ansprechen -
nicht immer nur
"unsere" Klientel

① Mitgliederinfo vom LV visuell vorbereitet (DVD)

- Filmbeispiele
- Infos
- Mitgliederargumente

"Umschlagplatz für
Themen"

Offenheit im Dialog

② Neue Veranstaltungsform

- "Hart aber gerecht"
 - Moderator: SPD-Fachmann
 - "Betroffene
 - andere Parteien!
 - (Sieger/Verlierer)
- "Bewegung" schaffen
 - emotionale Einbindung
 - individuelle Beispiele
 - Chance mitzumachen

Mut, Frechheit ist
gefragt

Botschaften originell
verpacken

Zeitgemäße
Kommunikation

Neue Kommunikation

- Kompetenz vermitteln
 - Kompetenz insgesamt
 - Mitglieder einbinden und an der Kommunikation beteiligen - leidenschaftlicher, begeisternder
 - Definition von Wirtschaftskompetenz, soziale Kompetenz vermitteln
 - Mitglieder besser informieren
 - eine eigene "Talkshow" und andere Parteien einladen, aber von der SPD organisiert
 - Menschen erreichen
- "neue" Offenheit/Dialoggesellschaft

- Kommunikation nach außen
- Informationsflut bedenken
- emotionale Begrifflichkeit:
 - Themen, Bevölkerungsgruppen, bestimmte Gruppen ansprechen
 - mutige/freche Auftritte vs. Versachlichung

NEUE KOMMUNIKATION ZIELE: KOMPETENZ VERMITTELN
LANGZEITTHEMA (ab 1/2 Jahr vor Wahl)

Z.B. WIRTSCHAFTS UND FINANZKRISE

- BESTRAFT DIE SCHULDIGEN
- VERHINDERT SPEKULATION
- RETTET UNSER GELD

DIE POSITION DER SPD

① MITGLIEDERINFO
 VOM LV VISUELL VORBEREITET (DVD)

- FILMBEISPIELE
- INTOS
- MITGLIEDERAFKUNDE

② NEUE VERANSTALTUNGSFORM
 "HART ABER GERECHT"

Moderator
 SPD-FACHMANN
 "BETROFFENE"
 ANDERE PARTEIEN!
 (SIEGER/VERLIERER)

BEWEGUNG SCHAFFEN

- EMOTIONALE EINBRINGUNG
- INDIVIDUELLE BEISPIELE
- CHANCE MITZUMACHEN

*Essenz der Info-Vielfalt
 Mail-Flut*

*Zielgerichtete
 Ansprache*

*Wie erreichen
 wir Menschen
 wieder besser?*

*Sparten ansprechen
 nicht immer nur
 "unsere" Klientel*

*Offenheit im
 Dialog*

*Umsatzplätze
 für Themen*

*Mut, Fröhlichkeit
 ist gefragt*

*Zeitgemäße
 Kommunikation*

*botische
 aufhellend*

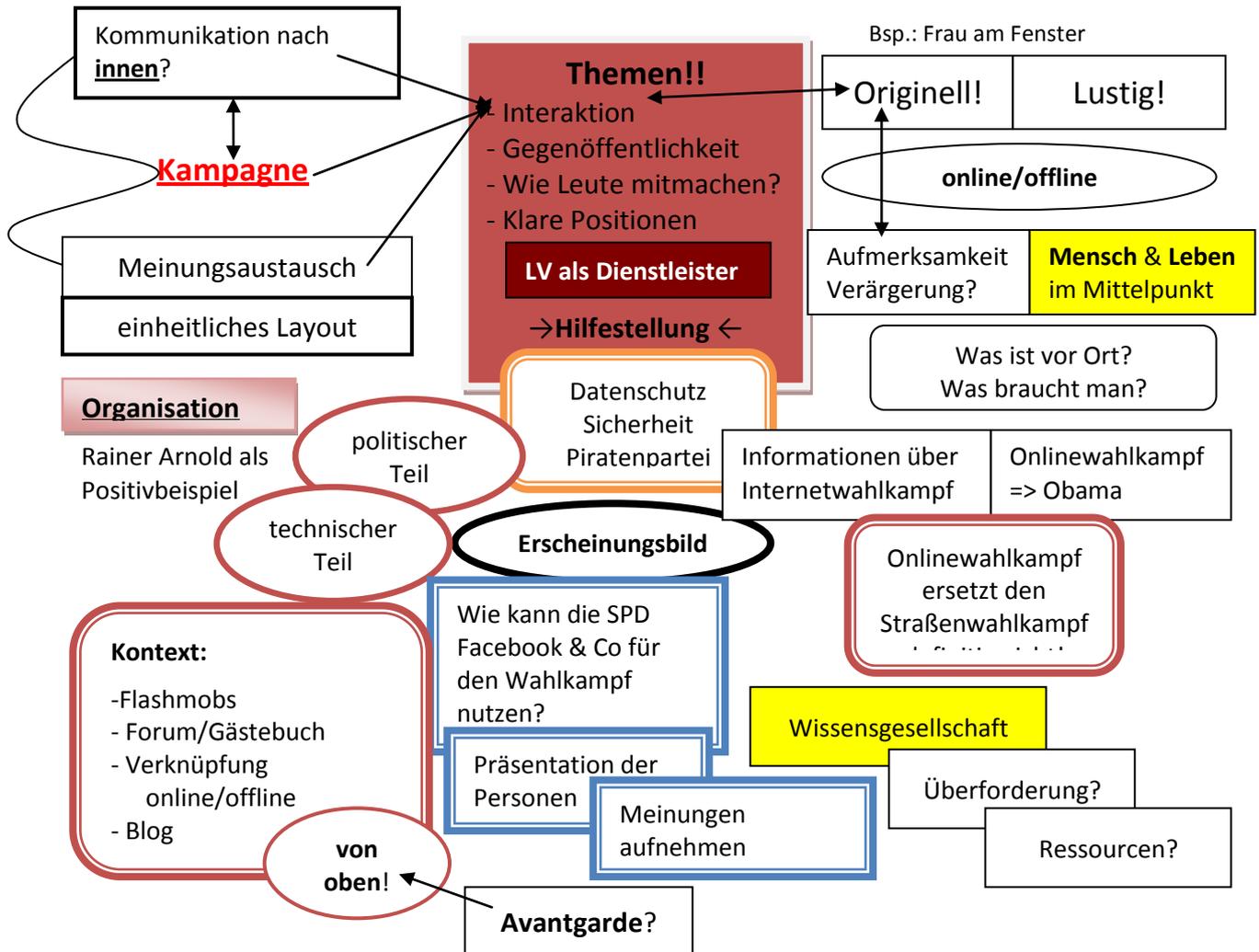
im Dialog

*SPD -
 interne Kommunikation
 ?!*

*Aufbau
 Kommunikation von
 der "Kor" zur
 "Pfeil" machen*

Internet, Web 2.0, Onlinewahlkampf

(Christian Söder, Sarah Pawlowski)



Internet, Web 2.0, Onlinewahlkampf

- drei Bereiche
 - o Interaktion, Kommunikation, Organisation
- Interaktion
 - o interaktive Mitgestaltungsmöglichkeiten anbieten, wie?
 - o Gegenöffentlichkeit wahrnehmen
 - Blogs/"breite" Masse
 - o Agentur
 - etwas lustiges/witziges schaffen
 - o Online verstärken/unterstützen
- Kommunikation
 - o interne vs. externe Kommunikation
 - o besser, schneller, effektiver
 - o Kampa-Fähigkeit hängt davon ab

- Organisation
 - o einheitl. Layout/Hilfestellung/Internetpräsenz
 - soll denn Ressourcen & Notwendigkeiten vor Ort anpassbar sein
 - hohe Flexibilität
 - o konkrete Mittel
 - Blogs/
 - Motivation wichtig



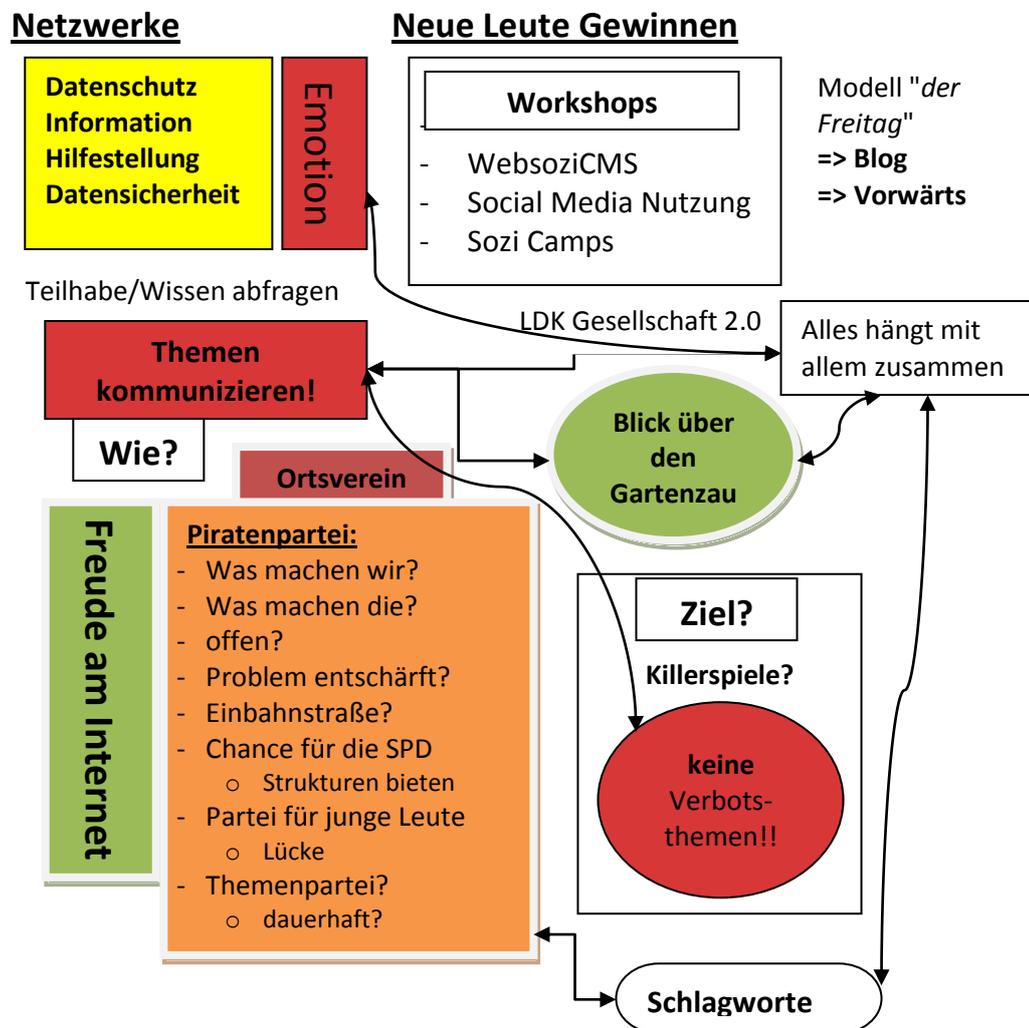


**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Internet / Web 2.0 / WebSoziCMS	
Anbieter/in: Sarah Pawlowski, Christian Soeder	
Zeit: 11:00 - 12:45	Raum: 2
Teilnehmer/innen	
<p>Ergebnisse:</p> <ul style="list-style-type: none">- Interaktion soll im Mittelpunkt stehen- Dabei originell/witzig/lustig sein<ul style="list-style-type: none">o Aufmerksamkeit erregen (auch Verärgerung)- Mehr Meinungs Austausch ermöglichen- Gegenöffentlichkeit schaffen- Schranken überwinden- Organisation verbessern- Mitglieder sollen nicht überfordert werden- Parteiführung muss <u>voran</u> gehen- Themen im Mittelpunkt werden von Partei & Menschen verwirklicht (G8)<ul style="list-style-type: none">o Welches Thema ist für Baden-Württemberg interessant?- Internet als zeitnahes Medium nutzen- Unmittelbare Interessenslage muss berührt werden- Positivbeispiel: Radfalle- Aufwand/Ressourcen <p>Maßnahmen/ Wünsche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Chat/Forum/Blog/Gästebuch/Umfra gen- Verknüpfung offline/online- Einheitliches Layout/Erscheinungsbild- Weitere <u>Tools</u>?- <u>Parteiführung</u> muss als <u>Avantgarde</u> vorangehen- Nutzer interessieren – wie?- Rückmeldung/Evaluationen	

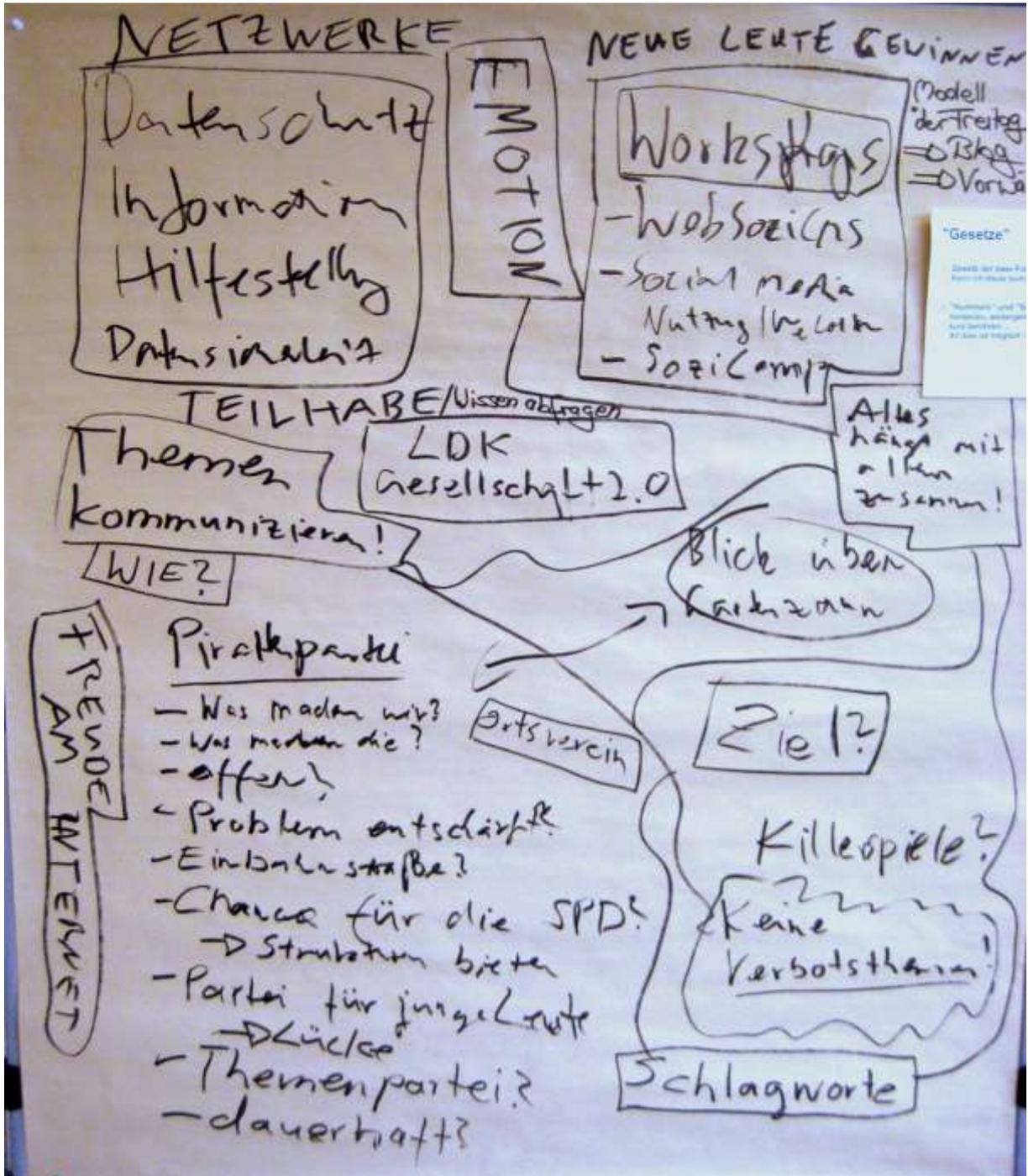
Internet, Web 2.0, Social Media

(Christian Soeder, Sarah Pawlowski)



Internet, Web 2.0, Social Media

- Piratenpartei:
 - o wie & wo anders? was für Strukturen?
- emotional gestalten, keine Technokratie
- keine Verbotsthemen
- Datenschutz
- Internettechnik: Hilfestellung durch Workshops/Social Media
- Rückbindung zwischen Print- und Onlinemedien



**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Internet / Web 2.0 / Piratenpartei	
Anbieter/in: Sarah Pawlowski, Christian Soeder	
Zeit: 13:30 - 14:45	Raum: 2
Teilnehmer/innen	
Ergebnisse: <ul style="list-style-type: none">- Piratenpartei<ul style="list-style-type: none">○ Was machen die?○ Was machen wir?○ Problem für uns?○ Chance für die SPD?○ Partei für junge Leute/Themenpartei?- Trends im Internet- Teilhabe/Wissen/Hintergrundwissen- Nutzen von sozialen Netzwerken ausbauen- Informationshoheit- Themen:<ul style="list-style-type: none">○ Datenschutz○ Information○ Hilfestellung○ Datensicherheit○ Keine Verbotsthemen- Workshops:<ul style="list-style-type: none">○ WebSoziCMS○ Social Media○ SoziCamps- Emotion ist wichtig- LDK Gesellschaft 2.0- Alles hängt mit allem zusammen- Teilhabe über Internet	
Maßnahmen/Wünsche: <ul style="list-style-type: none">- „Blog“-Einträge in den „Vorwärts!“ übernehmen- Workshops- Layout für das WebSoziCMS- Themen verdeutlichen/kommunizieren	



**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Pressearbeit	
Anbieter/in: Dirk Baranek	
Zeit: 11:15 - 12:45	Raum: 1
Teilnehmer/innen: 5	
Ergebnisse: <ul style="list-style-type: none">- Presseverteiler pflegen<ul style="list-style-type: none">o Leute suchen, die was machen- Pressemitteilungen schreiben.- Beschlusslage kommunizieren!!- Blumenthemen entwickeln.	
Maßnahmen/ Wünsche: <ul style="list-style-type: none">- Wir können es nicht- Wir verstecken uns- Das kriegen wir nicht hin- Wir haben keine Leute dafür- Die drucken uns nicht- Themen kriegen wir nicht auf den Punkt	

Sachthemen

(Herr Richter, Andreas Brecht)

- (Sachthemen)
- ① Energieversorgung (erneuerbare Energie ^{+ auch ökonomisch})
→ Dezentralisierung durch die Kommunen
 - keine Negativformulierungen
 - innere Sicherheit
 - Dezentralisierung
- (kürzere Wege, bürgernah, flexible Verwaltung)
- ortsnahe Polizei, Schlichtungsstellen
- ~~Stärkung~~ des ländl. Raums / Infrastruktur
 - Studiengebühren sind „abwählbar“ -
 - Kindergartengebühren ganztätigig -
 - Feldversuch „Verkehrsbetriebe Esslingen“ +
- www.blueboxx.de ~
 - Bekämpfung der Steuerkriminalität +
 - ① Exportschlager „Erneuerbare Energie“ darf nicht
3 Kupff gestrichelt werden +
 - Stärkung der Kommunalfinanzen
- Sportvereine, kulturelle Vereine, ...
 - Tariffreie Gesetz! +
- für 4. - „Euro gehe ich ins Kino und nicht arbeiten“ -
 - Schulabschluss für alle -
- „Nigantida“
 - Justiz stärken → kürzere Verfahren -

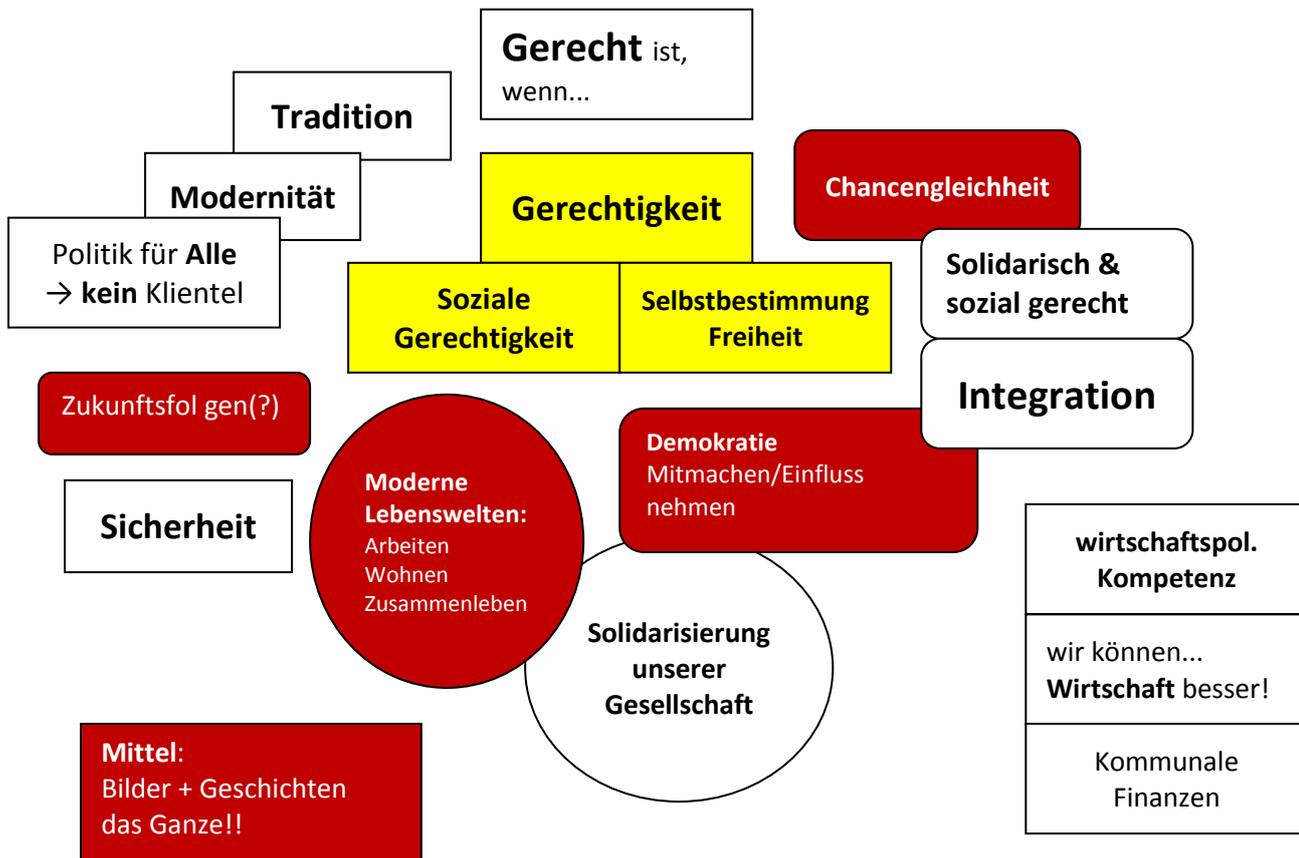
Sachthemen

Energieversorgung

- erneuerbare Energie & auch ökonomisch
- Dezentralisierung durch die Kommunen
- keine Negativformulierungen
- innere Sicherheit
- Dezentralisierung
 - kürzere Wege, bürgernah, flexible Verwaltung, ortsnahe Polizei, Schlichtungsstellen
 - Stärkung des ländlichen Raums/Infrastruktur
- Studiengebühren sind "abwählbar"
- Kindergartenbetreuung ganztägig
- Feldversuch "Verkehrsbetriebe Esslingen"
- www.blueboxx.de
- Bekämpfung der Steuerkriminalität
- Exportschlager "Erneuerbare Energien" darf nicht kaputt gemacht werden
- Stärkung der Kommunalfinanzen
 - Sportveranstaltungen, Vereine, kulturelles Programm, etc.
- Tariftreuegesetz
 - "Für 4€ gehe ich ins Kino und nicht arbeiten."
- Schulabschluss für Alle (Migration)
- Justiz stärken => kürzere Verfahren

SPD - eine politische Marke

(Herr Jäckel)



SPD - eine politische Marke

- Begrifflichkeiten die mit der SPD identifiziert werden
- Markenidentität?
 - Nutzenversprechen
- Tradition vs. Modernität => Vereinbarkeit der Beiden?
- Politik für Alle, keine Klientelpolitik
- SPD steht für...
 - Gerechtigkeit als Kernbegriff
 - solidarisch & sozial gerecht?
 - Solidarisierung vs. Entsolidarisierung?
 - soziale Gerechtigkeit vs. Selbstbestimmung/Freiheit vs. Partizipation?
- modernes Leben?
- Begriffe neu mit SPD-Inhalten füllen
- was sind die Kompetenzen der SPD? Wirtschaft?
- durch Bilder und Geschichten vermitteln

SPD - eine politische Marke

Tradition

Kohäsivität

Politik für alle
↳ kein Teilzeit

Gerecht ist, wenn
.....

Gerechtigkeit

Chancengleichheit

Solidarität
+ sozial gerecht

Soziale
Gerechtigkeit

Selbstbestimmung
Freiheit

Demokratische
Mitwirkung / Einfluss

Andere Lebenswelten:
- Arbeit
- Wohnen
- Zusammenleben

Zukunftsfähigkeit

Integration

Solidarisierung
unserer Gesellschaft

Sicherheit

wirtschaftspolitische
Kompetenz

Wir können ...
Wirtschaft besser !!!

Kommunale
Finanzen

Aktive:
Zukunft + Geschichte
das Ganze!



**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Schulgerechtigkeit	
Anbieter/in: Walter Bauer	
Zeit: 11:00 - 12:45	Raum: 4
Teilnehmer/innen:	
Ergebnisse: <ul style="list-style-type: none">- Orientierungsstufe neben G8	
Maßnahmen/ Wünsche: <ul style="list-style-type: none">- Ziel:<ul style="list-style-type: none">o Zweigliedriges Schulsystem mit Binnendifferenzierung und massiven Fördermaßnahmen	
G8	G9 – mit Differenzierung und massiven Fördermaßnahmen

Soziale Bilanz von Unternehmen

(Christine Brendle, Uwe Hengherr)



Soziale Bilanz von Unternehmen:

- wie wird ein Produkt hergestellt?
- die Position des Menschen im System
 - Kinderarbeit
- Bewertung eines Produktes (evtl. durch ein "Gütesiegel")
 - Lohnspanne
 - Arbeitszeiten
 - kleine Unternehmen stehen unter einem Preisdruck
 - Ausbildungsplätze
 - die Anzahl von qualifizierten Arbeitskräften nimmt ab
 - das Ausbildungssystem in Deutschland ist wichtig
 - soziale Leistung
 - Familienfreundlichkeit
 - Möglichkeiten der Kinderbetreuung, usw.
 - Mitbestimmung
 - freiwilligen Leistungen
 - Urlaubsgeld
 - Weihnachtsgeld
- Hartz IV umbauen
 - von einem Sanktionierungs- zu einem motivierenden Fördersystem (Belohnung statt Strafe bzw. Kürzung)
- Gütesiegel (evtl. SPD-Siegel)
 - Arbeitsplatzbedingungen
 - bringt negative/positive PR
 - in Belgien und Frankreich vorhanden(?)
 - als politisches Ziel definierbar





**Open-Space-Tag
impuls 2011
Kreativkonferenz
15. Mai 2010**

Workshop-Titel: Soziale Bilanz von Unternehmen, Arbeit = Menschenwürde	
Anbieter/in: Christine Brendle, Uwe Hengherr	
Zeit: 11:00 - 12:45	Raum: 8
Teilnehmer/innen	
Ergebnisse: <ul style="list-style-type: none">- soziale Bilanz von Unternehmen<ul style="list-style-type: none">○ Lohnspanne○ Arbeitszeit & Arbeitsdichte○ Leiharbeit○ Mitbestimmung○ Mitarbeiterbeteiligung○ Soziale Leistungen○ Familienfreundlichkeit○ Qualifikation & Weiterbildung⇒ ein „Gütesiegel“ - Umbau von Hartz IV<ul style="list-style-type: none">○ Von einem Sanktionierungs- zu einem motivierendem Fördersystem (Belohnung statt Strafe bzw. Kürzung)	