

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

# Kampagnenleitfaden zur Gesundheitspolitik

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Vorwort

Diese Publikation soll allen, die aktiv werden wollen, eine Hilfestellung liefern. Was ist eine Kampagne? Welche Materialien wird es geben? Wo finde ich diese? Sie bietet Ideen und Anregungen der anderen Art wie virales Marketing über Facebook und Aktionsideen vor Ort.

Ebenso zeigt euch der Leitfaden einige strategische Ansätze zur Gesundheitskampagne wie Dramaturgie und Zielgruppen auf, an denen ihr euch orientieren könnt. Ein wichtiges Ziel innerhalb der Gesundheitskampagne ist die Mitgliedergewinnung. Ihr findet hier auch eine Anleitung für die Planung der Kampagne vor Ort.

Dieses Heft soll als Kopiervorlage angeboten und online verschickt werden, so dass es schnell verbreitet und ergänzt werden kann. Sammelt Ideen und erweitert den Leitfaden, so dass eure Aktionen auch anderen Genossinnen und Genossen als Beispiel dienen können.

Anregungen an:

Julia Marg

[gesundheitskampagne@die-linke.de](mailto:gesundheitskampagne@die-linke.de)

Tel. 030/24009-275, Fax 030/24009-777

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Inhalt

Eine Kampagne.....	4
Politische Ziele der Kampagne	4
Maßstäbe für eine erfolgreiche Kampagne	5
Anfang und Ende der Kampagne – Dramaturgie	6
Zielgruppen	7
Einheit und Vielfalt – Der Kampagnenslogan	8
Materialien	9
Planung vor Ort	10
Beispiele für Aktionen vor Ort	12
Im Internet	14
Die Presseerklärung	16
Hintergrundinformationen und weiterführende Links	18
Parlamentarische Initiativen	20

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Eine Kampagne ...

- ... hat Ziele, die breit geteilt werden,
- ... und die erreichbar und messbar sind,
- ... hat Anfang und Ende,
- ... braucht Planung,
- ... hat Verantwortlichkeiten
- ... braucht Einheit im Erscheinungsbild und Vielfalt in Aktionen
- ... kostet Geld

## Politische Ziele der Kampagne

- die Einführung einer Kopfpauschale als Grundprinzip zur Finanzierung des Gesundheitssystems zusammen mit einem breiten Bündnis verhindern;
- ein breites gesellschaftliches Bündnis zur Einführung einer Solidarischen Bürgerinnen- und Bürgerversicherung herstellen und diese als Alternative zur Kopfpauschale auf die politische Agenda setzen;
- in regionalen und lokalen Bündnissen zur Verbesserung der gesundheitlichen Vorsorge und Versorgung als öffentliches Gut beitragen.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Maßstäbe für eine erfolgreiche Kampagne

1. In Umfragen sind die **Kompetenz-Werte** der LINKEN zum Thema Gesundheit gestiegen.
  - DIE LINKE ist mit Gesundheitsthemen stärker in den Medien;
  - wenn das Thema Gesundheit in den Medien ist, wird immer ein/e Politiker/in der LINKEN zugezogen;
  - Journalistinnen und Journalisten wissen (können in einem Satz sagen), wie sich die Position der LINKEN von der der SPD unterscheidet.
2. DIE LINKE ist **Bündnispartner** (für DGB, CAMPACT, Ver.di und viele andere) und zwar auch auf möglichst vielen regionalen und lokalen Ebenen.
  - unsere Mitglieder sind motiviert, Infostände und Veranstaltungen zum Thema Gesundheit zu machen und/oder auf Veranstaltungen Dritter (mit)aufzutreten.
  - in mindestens [zehn] von 16 Landesverbänden gibt es Beschlüsse, wie die Gesundheitskampagne im Land umzusetzen ist.
  - in mindestens [50] von 352 Kreisverbänden gibt es regionale/lokale Aktionsbündnisse (z. B. für Schulesen, gegen Krankenhausprivatisierung o.a.m.
3. DIE LINKE gewinnt politische **Handlungs- und Kampagnenfähigkeit im Gesundheitssektor** hinzu.
  - Die Zahl der Neueintritte von Bürgerinnen und Bürger, die im Gesundheitsbereich arbeiten und gesundheitspolitisch in der Partei aktiv sind, steigt deutlich.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Anfang und Ende der Kampagne

### Dramaturgie

Juni 2010:	Auftakt, Planung
Juli/August:	Vorbereitung der Mitgliedschaft, Produktion von Werbemitteln
Nach der Sommerpause:	Start der Kampagne
September:	Aktionstag der Partei
Oktober:	Beteiligung an den Gewerkschaftsaktionen Ver.di-Aktionswoche 18.-22.10. 2010
Jahresende:	Zwischenbilanz, weitere Planung

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Zielgruppen

1. **Die unmittelbar Betroffenen:** Zielgruppen, mit denen wir unsere politischen Forderungen formulieren, gemeinsame Proteste mobilisieren und gegen die gleichen politischen Gegner agieren können. Dazu gehören zum Beispiel Gewerkschaften, Sozialverbände und Patientinnen- und Patientenvertretungen, aber auch Versicherte, Väter, Mütter, Sportlehrerinnen und pflegebedürftige Menschen u.a. Alle können potentielle Mitglieder, Wählerinnen und Wähler und Multiplikatoren sein
2. **Beschäftigte im Gesundheitsbereich:** Diese sind direkt oder indirekt von Kürzungen im Gesundheitsbereich betroffen, sie erleben die Auswirkungen des politischen Handelns der Bundesregierung mit und sind kompetente Ansprechpartnerinnen und -partner sowie potentielle Mitglieder, Wählerinnen und Wähler und Multiplikatoren. Zum Beispiel Ärztinnen und Ärzte, Therapeutinnen und Therapeuten, Arzthelferinnen und Arzthelfer, Studierende und Auszubildende im Gesundheitsbereich u.a.
3. **Interne Zielgruppen:** Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, also Mitgliedschaft, Angestellte, Fraktionen, Senatorinnen und Senatoren
4. **Adressaten unseres politischen Handelns,** politische Gegner
5. **Medien**

In den Zielgruppen 1 bis 3 sind Frauen überdurchschnittlich stark vertreten.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Einheit und Vielfalt

### Der Kampagnenslogan

- Tragfähig  
über die aktuelle Debatte zur Kopfpauschale hinaus
- Anschlussfähig  
an die Forderungen der LINKEN und die Kampagnen der Bündnisse
- Glaubwürdig  
die Sorgen und Lebenssituationen der Bürgerinnen und Bürger ansprechen
- Die Botschaft ist bekannt, teilweise schon gelernt
- Unter diesem Motto können alle Aspekte linker Gesundheitspolitik kommuniziert werden
- Konkrete Botschaften und Forderungen lassen sich damit verknüpfen
- Das Motto trägt bis zu den Wahlen 2011 und 2013
- Ist anschlussfähig an die Kampagnen auf regionaler und lokaler Ebene
- Die Aussage spiegelt den gesunden Menschenverstand, sie bildet den größten gemeinsamen Nenner aller Betroffenen, sie ist Konsens

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Materialien

- Kampagnenplakat zum Auftakt der Kampagne
- Broschüre zur Gesundheitspolitik zum Auftakt der Kampagne
- Bildungsheft ab Juni 2010
- Kampagnenleitfaden ab Juni 2010
- Themenseite auf der Homepage ab Juni 2010
- Flyer 10-Punkte-Programm ab September
- Giveaways, Postkarten, Aufkleber, Buttons...

Alle Materialien werdet ihr unter [www.die-linke.de/gesundheit](http://www.die-linke.de/gesundheit) finden.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Planung vor Ort

- Wo sind soziale Brennpunkte?
- Wo gibt es Gesundheitseinrichtungen?
- Unsere Mitgliederzahl zurzeit?
- Wo ist DIE LINKE stark? Wo sind unsere Hochburgen?
- Wo wohnen/arbeiten unsere Mitglieder? (med. Berufe)
- Gibt es prominente Unterstützerinnen und Unterstützer?
- Struktur der Region? (Arbeitslosigkeit? Arbeitgeber? regierende Parteien? etc.)

### **Ziele vor Ort:**

- Welche gesundheitspolitischen Ziele, z.B. Versorgung im ländlichen Raum, Schulessen, Krankenhausschließungen?
- Wie viele neue Mitglieder bis zum Termin xy?  
Wie viele Frauen?
- neue Ortsverbände?
- neue, stärkere Bündnisbeziehungen? Bürgerinitiative?
- Ziele für die Kommunalfraktion, den/die MdL oder MdB?

### **Vorbereitung:**

- Verantwortliche vor Ort benennen
- Zielgruppen orten
- Besuch in Gesundheitseinrichtungen

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

- Kontakt mit Bündnispartnerinnen und Bündnispartnern , Gewerkschaften
- Mitmachangebote vorbereiten
- Mitglieder anrufen und mobilisieren
- Bildungsveranstaltung organisieren
- kommunalpolitische Initiativen planen
- ersten Höhepunkt und erste Zwischenbilanz planen

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Beispiele für Aktionen vor Ort

Zusätzlich zu den klassischen Infoständen, Veranstaltungen und Presseerklärungen

- **Sprühschablonen**  
„Gesundheit ist keine Ware! DIE LINKE“.  
Schablone, Kreidespray
- **Bodentransparent**  
eine Papierbahn mit Forderungen beschriften, ausrollen und Passantinnen und Passanten bitten, ihre Meinung zur Gesundheitspolitik aufzuschreiben
- **Schluckimpfung gegen die Kopfpauschale**  
Füllt Becher mit einem farbigen, alkoholfreien Getränk, stellt diese auf ein Tablett und bietet diese den Passantinnen und Passanten an. Authentischer wirkt es, wenn ihr die Impfung in einem Arztkittel verteilt.
- **Bittere Pille**  
Verteilt Bonbons als die „bittere Pille“ die jede Bürgerin und jeder Bürger in Zukunft schlucken muss. Dazu braucht ihr nur ein paar bunt eingewickelte Bonbons und schon habt ihr den Anfang zu einem Gespräch.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

- **Flashmob**  
Ein kurzer, scheinbar spontaner Menschaufmarsch auf öffentlichen oder halböffentlichen Plätzen. Hier eine Aktion gegen die Kopfpanschale in Bielefeld
- **Straßentheater**  
Überlegt euch kleine thematische Sketsche und spielt sie in der Fußgängerzone vor. Gut sind auch pantomimische Stücke. Auffällige, aber einfache Kostüme sind dabei ein Blickfang.
- **Fotoaktion „Sprechblase“**  
aus Papier eine Sprechblase (wie in Comics) basteln: „Ich bin gegen die Kopfpanschale, weil....“. Wer möchte, kann den Satz ergänzen und sich mit der Sprechblase fotografieren lassen. Die Fotos werden dann im Internet oder auf einer Wandzeitung veröffentlicht.
- **Tauschbörse**  
„Biete Niere – suche Leber!“ Meldet im Einkaufszentrum einen Stand an, spielt eine Tauschbörse nach und spricht die Passantinnen und Passanten auf ihr „Wunschorgan“ an.
- **Fußstreife**  
Zu zweit Material verteilen – am besten in knallroten Westen oder mit Taschen.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Im Internet

- Auf der Seite [www.die-linke.de/gesundheit](http://www.die-linke.de/gesundheit) gibt es aktuelle Informationen, Downloads und Fotos.
- Ebenso werdet ihr über den thematischen **Newsletter** der Fraktion zu Gesundheit, Pflege und Behindertenpolitik über Aktivitäten der Regierung und neue politische Entwicklungen informiert. Hier könnt ihr euch anmelden: <http://www.linksfraktion.de/Newsletter>. Dieser Newsletter wie auch der Parteinewsletter (<http://die-linke.de/nc/service/newsletter/>) sind nicht nur für euch interessant. Bewerbt sie auf Veranstaltungen, an Ständen und in Parteigliederungen.
- Das „**Social Web**“ ist ein Instrument der Öffentlichkeitsarbeit, das besonders, aber nicht ausschließlich jüngere Zielgruppen anspricht. Vorteile sind, dass für Aktivitäten auf sogenannten „Communities“ nur ein geringes bis gar kein Budget benötigt wird und die Inhalte sich schnell verbreiten. Die neue und günstige Technik wie Foto- und internettaugliche Handys, Digitalkameras und Notebooks macht jeden Menschen zur Journalistin oder zum Journalist vor Ort. Produziert kleine Videos, macht Fotos oder ruft zu spontanen Aktionen auf. Je kreativer eure Eigenproduktionen sind und umso größer und vielseitiger euer Kreis von Adressaten und Adressatinnen ist, desto schneller werden sich eure Beiträge von ganz alleine verbreiten.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

- An erster Stelle soll ihr die **eigene Community** der Partei [www.linksaktiv.de](http://www.linksaktiv.de) genannt werden. Hier können in Diskussionsforen Erfahrungen und Ideen ausgetauscht und Anregungen gesammelt werden. Ihr könnt Kontakt zu anderen Aktiven aus eurer Region herstellen und gemeinsame Veranstaltungen planen.

DIE LINKE ist außerdem auf weiteren öffentlichen Plattformen aktiv:

- **Facebook:** interaktive Plattform, auf der man eigene Profile und Gruppen erstellt, Statements, Bilder, Videos und Links einstellen und diese kommentieren kann – [www.facebook.com](http://www.facebook.com), Gruppe des Parteivorstandes ist „Hier ist DIE LINKE“
- **Youtube:** hier werden ausschließlich Videos eingestellt und kommentiert – [www.youtube.com](http://www.youtube.com), auf dem Kanal „DIE LINKE“ werden Podcasts der Parteiprominenz und Reden von Bundestagsabgeordneten angeboten.
- **Flickr:** diese Plattform dient ausschließlich zum Austausch von Fotos – [www.flickr.com](http://www.flickr.com), auf dem Fotostream von „Hier ist DIE LINKE“ finden Journalisten und alle Interessierten Fotos von Aktionen und Veranstaltungen.
- **meinVZ** (studiVZ, schülerVZ): ähnlich wie Facebook – [www.meinvz.net](http://www.meinvz.net), DIE LINKE ist hier als Partei, aber auch mit verschiedenen „Edelprofilen“ von Politikerinnen und Politikern vertreten.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Die Presseerklärung

- die Überschrift muss das Interesse wecken. Zum einen sachlich, d.h. die wirklich interessante Neuigkeit muss bereits in der Überschrift klar werden. Zum anderen stilistisch, d.h. griffig-aussagekräftig, vielleicht auch etwas frech oder humorvoll.
- für Journalisten schreiben, nicht für die spätere Leserschaft
- objektiv bleiben. Von den Medien wird eine sachliche und kritische Berichterstattung erwartet. Genau deshalb ist ein objektiver Text für Journalisten besonders leicht zu verarbeiten und als Meldung geeignet.
- Klare Sprache. Nicht jeder versteht Fachausdrücke. Vermeidet diese ebenso wie überflüssige Füllwörter. Achtet auf einen logischen Aufbau und kurze, verständliche Sätze.
- Das Wichtigste zuerst. Niemand will sich durch einen langen Text quälen, um erst am Ende festzustellen, ob die Mitteilung überhaupt einen Nachrichtenwert hat. Stellt im ersten Absatz klar, wer was wann wo wie und warum getan hat (die sechs W-Fragen).
- Auf das wesentliche konzentrieren. Keine Nebenstorys erzählen. Länger als eine halbe Seite sollte die PE nicht sein.

### **Textbausteine für eine Presseerklärung zur Gesundheitskampagne:**

Die verschiedenen Bundesregierungen der letzten Jahrzehnte sind mit ihren Gesundheitsreformen gescheitert. Nach wie vor gibt es keine stabile und gerechte Finanzierungsgrundlage. Die Pläne der schwarz-gelben Bundesregierung lassen Schlimmstes befürchten.

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

Union und FDP steuern auf das Ende der Solidarität zu. Sie wollen die Kopfpauschale, wenn auch schrittweise. Die Beiträge der Arbeitgeber sollen eingefroren werden, die Versicherten müssten künftige Kostensteigerungen alleine tragen. Weitere Leistungskürzungen kündigten Schwarz-Gelb bereits an. Wie schon beim Zahnersatz sollen weitere Leistungen - ganz oder teilweise - durch die Versicherten anteilig finanziert werden.

Für DIE LINKE bleibt es dabei: Gesundheit ist keine Ware!

Dies ist die zentrale Aussage der LINKEN. Gesundheit muss allen zugänglich sein und darf nicht als Wachstumsmarkt der Zukunft verstanden werden.

DIE LINKE will gemeinsam mit einem breiten Bündnis aus Gewerkschaften, Sozialverbänden, Patientinnen- und Patientenvertretungen und anderen Parteien die Einführung der Kopfpauschale verhindern. Eine Solidarische Bürgerinnen- und Bürgerversicherung muss als Alternative gesellschaftlich verankert und die gesundheitlichen Vor- und Versorgung zum öffentlichen Gut werden.

Zwei-Klassen-Medizin ist mit uns nicht zu machen. Alle medizinisch notwendigen Leistungen müssen wieder von der Krankenkasse bezahlt werden. Krankheit ist ein Lebensrisiko, das jeden Menschen treffen kann. Mit der solidarischen Bürgerinnen- und Bürgerversicherung will DIE LINKE daher für soziale Gerechtigkeit sorgen und die Krankenversicherung fit für die Zukunft machen.

## Hintergrundinformationen und weiterführende Links

Positionspapiere der Fraktion:

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

Solidarische Bürgerinnen- und Bürgerversicherung

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1789240103](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1789240103)

Kopfpauschale

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1791018064](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1791018064)

Arzneimittel

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1763357465](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1763357465)

Gesundheitsfonds

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1703242236](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1703242236)

Gesundheitsförderung und Prävention

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1705253067](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1705253067)

Gesundheitsforschung

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1722901675](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1722901675)

Gesundheitspolitik

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1739988718](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1739988718)

Gesundheitsreform

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1726009472](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1726009472)

Gendiagnostik

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1774226572](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1774226572)

Pflegereform 2008

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1727564402](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1727564402)

Pflegeversicherung

[http://www.linksfraktion.de/thema\\_der\\_fraktion.php?artikel=1733160049](http://www.linksfraktion.de/thema_der_fraktion.php?artikel=1733160049)

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

Extern:

Verdi: <http://gesundheitspolitik.verdi.de/>

DGB: <http://www.stoppauschale.de/>

Campact: <http://www.campact.de/gesund/home>

**GESUND  
HEIT IST  
KEINE  
WARE.**

## Parlamentarische Initiativen

Die zentralen Parlamentarische Initiativen der Fraktion DIE LINKE. im Bundestag zum Thema Gesundheit:

Solidarische Bürgerinnen- und Bürgerversicherung in Gesundheit und Pflege einführen:

[http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7788265306\\_1701238.pdf](http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7788265306_1701238.pdf)

Praxisgebühr und andere Zuzahlungen abschaffen - Patientinnen und Patienten entlasten:

[http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7793408842\\_1700241.pdf](http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7793408842_1700241.pdf)

Keine Kopfpauschale – für eine solidarische Krankenversicherung:

[http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7727263202\\_1700240.pdf](http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7727263202_1700240.pdf)

Für eine solidarische Gesundheits- und Pflegeabsicherung:

[http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7727698195\\_1612846.pdf](http://dokumente.linksfraktion.net/drucksachen/7727698195_1612846.pdf)

Weitere Parlamentarische Initiativen sind hier zu finden:

[http://www.linksfraktion.de/suchergebnis\\_initiativen.php?suchstring=gesundheit&suchstringzwei=&deep=20&start\\_monat=09&start\\_jahr=2005&ende\\_monat=05&ende\\_jahr=2010](http://www.linksfraktion.de/suchergebnis_initiativen.php?suchstring=gesundheit&suchstringzwei=&deep=20&start_monat=09&start_jahr=2005&ende_monat=05&ende_jahr=2010)