

Reiches Land – Arme Kinder? Einkommen zum Auskommen!

Druck aufbauen – Gewinnen wollen!

– Arbeits- und Entscheidungshilfe zur Ausgestaltung der Druckphase der Kampagne (Langfassung) –

Vorbemerkung

Mit diesem Arbeitspapier möchten wir euch bei der Vorbereitung und Ausgestaltung der „Druckphase“ der Kampagne unterstützen. Es enthält Empfehlungen und Tipps insbesondere zu folgenden Fragen:

- **Wie können wir die Forderung „Extra-Leistungen für Kinder“ in eine vor Ort durchsetzbare Forderung konkretisieren?**
(Auswahl einer konkreten „Lösegeldforderung“, bis zu deren Erfüllung wir keine Ruhe geben)
- **An welche leibhaftige(n) Person(en) richten wir diese Forderung?**
(Auswahl des Adressaten, Personalisierung)
- **Mit welchen aufeinander aufbauenden, „eskalierenden“ Aktionen können wir Druck ausüben, um die Forderung durchzusetzen?**
(Auswahl und Abfolge der Aktionsformen, Spannungsbogen)

Vorab werden zum besseren Verständnis einige zentrale Eckpunkte der Kampagne skizziert.

Bielefelder Verabredung: Druckkampagne und Personalisierung!

Wir wollen mit der Kampagne informieren, aufklären und für ein „armutsfestes“ ALG II werben. Aber wir wollen noch mehr: Wir wollen idealerweise über vielfältige Formen des sozialen Protestes so viel Druck aufbauen, dass wir tatsächlich einzelne, beispielhafte Verbesserungen für ALG-II-Bezieher durchsetzen können. So die Verabredung auf der Kampagnen-Tagung im September in Bielefeld. Die Kampagne zielt (schwerpunktmäßig) auf vor Ort gegebene Handlungsspielräume ab, auf Forderungen, die im „Hier und Jetzt“, im Rahmen des geltenden SGB II umsetzbar sind – wenn die Entscheider vor Ort den wollten. Hintergrund für diese Festlegung war das Ziel, im Rahmen der Kampagne kleine Erfolge möglich zu machen. Und die Einschätzung, dass wir mit unseren begrenzten Kräften eher in der Auseinandersetzung mit den Verantwortlichen vor Ort Erfolge organisieren können – statt gegenüber dem Gesetzgeber auf Bundesebene. Dazu setzt die Kampagne auf eine Personalisierung: Entscheidungen haben Namen und Adressen, Politik (und das Hartz-IV-Elend) wird von Menschen gemacht. Wir wollen leibhaftige Personen, die vor Ort „das Sagen haben“, mit unseren Forderungen konfrontieren und unter Druck setzen. Diese Kampagnen-Konzeption hatten wir in Bielefeld vereinbart.

Zuspitzung in der Druckphase

Vielerorts wurden im Rahmen der Kampagne Infotische gemacht und Flugblätter verteilt (bzw. solche Aktivitäten finden noch in der Vorweihnachtszeit statt). Nach diesen Aktivitäten, die auf Sensibilisierung, Information und Aufklärung abzielten,

steht nun die Planung und Ausgestaltung der „Druckphase“ der Kampagne im Frühjahr 2007 an.

Dazu müssen wir Vorschläge für konkrete Aktionsformen entwickeln, mit denen wir tatsächlich Druck aufbauen: Aktionsformen, bei denen wir die örtlichen Entscheider mit unseren Forderungen konfrontieren, ihnen „auf die Pelle rücken und auf die Füße treten“, in ihren politischen Alltag störend eingreifen und ihnen „auf die Nerven gehen“ (siehe S. 10, Aktionsformen).

Vor der Aktionsplanung empfehlen wir jedoch noch eine *inhaltliche Konkretisierung und Zuspitzung der Forderungen*. Ziel ist, die Erfolgsaussichten der Kampagne zu erhöhen und zu vermeiden, dass „unser Gegenüber“ unsere Forderungen ins Leere laufen lassen. Es stellt sich die Frage,

Wie können wir die Forderung „Extra-Leistungen für Kinder“ in eine vor Ort durchsetzbare Forderung konkretisieren?

„Wir würden ja gerne, aber wir können nichts tun!“, „Hartz IV ist ein Bundesgesetz, uns sind die Hände gebunden!“, „Das liegt nicht in unserer Macht, wir sind nicht zuständig!“ - diese Reaktionen sind absehbar, wenn wir die vor Ort Verantwortlichen mit unseren Forderungen konfrontieren.

Damit unsere Forderungen überzeugen, zustimmungsfähig sind und ins Schwarze treffen ist es hilfreich, dass

- wir uns die bestehenden, „kommunalen“ Entscheidungsspielräume vergegenwärtigen
(Was geht vor Ort im Rahmen bestehender Gesetze?),
- wir uns über Zuständigkeiten klar werden, um den richtigen Adressaten zu treffen
(Wer kann über was entscheiden?).
- wir die allgemeine Forderung „Extra-Leistungen für Kinder für alles, was sie brauchen“ noch einmal konkretisieren und in eine vor Ort umsetzbare „Maßnahme“ übersetzen
(Wir machen solange Spektakel und geben keine Ruhe, bis diese konkrete Forderung erfüllt ist!).

Damit keine Missverständnisse entstehen: Die Kampagne muss und soll auch künftig mit einfachen, allgemeinverständlichen Botschaften und Forderungen arbeiten. Die nachfolgenden Überlegungen sind lediglich als *interne Arbeitshilfe* gedacht, um die Druckphase möglichst Erfolg versprechend auszugestalten.

Zeitraster: Grober Ablaufplan

Bitte verständigt Euch intern möglichst bald - spätestens jedoch bis Mitte Februar auf eine vor Ort umsetzbare Konkretisierung der Forderung „Extra-Leistungen für Kinder“. Hier ist etwas Eile geboten, um im Zeitraum März bis Mai aktionsfähig zu sein:

Ablaufplan Kampagnen-Schritte 2007			
	Wann?	Was?	
1. Schritt	Ab sofort, spätestens bis Mitte Februar	Konkretisierung der Forderung nach Extra-Leistungen für Kinder, Adressat für die Forderung festlegen	
2. Schritt	Aktionswoche 5. – 11.	Forderung an Adressat übergeben, Forderung öffentlich machen	Wenn zeitlich realisierbar kann die Forderung auch schon im Vorfeld übergeben werden und die Aktionswoche für eine erste Aktion, die Druck aufbaut, genutzt werden
3. Schritt		Bündnispartner / Unterstützter für die Forderung gewinnen	
4. Schritt	Mitte März bis Ende Mai	Über öffentliche Aktionen (und Pressearbeit) Druck aufbauen und verschärfen; Forderung „nachdrücklicher“ stellen	Siehe ausführlich Seite 10
5. Schritt	Ende Mai	Gewinnen!	
6. Schritt	30.5. bis 1.6.	Kampagne auswerten (KOS-Tagung in Lage-Hörste)	

Konkretisierung der Forderung nach „Extra-Leistungen“

Die politischen Forderungen der Kampagne stehen fest. Sie sollen hier nicht in Frage gestellt werden und nicht geändert werden. Der Vorschlag ist aber, für die Auseinandersetzung mit den Entscheidern vor Ort in der Druckphase, eine vor Ort mögliche Umsetzung der Forderung nach „Extra-Leistungen“ auch konkret zu benennen und in den Vordergrund zu stellen.

Wir empfehlen, eine der nachfolgenden Forderungen auszuwählen:

- Kostenlose Schulbücher für „ALG-II-Kinder“ (Lernmittelfreiheit)
- Extra-Leistungen für Anziehsachen und Schuhe für „ALG-II-Kinder“
- Extra Leistungen bei Einschulung bzw. für den Schulbedarf

Alle diese genannten Konkretisierungen sind „gut“: Sie sind selbsterklärend, unmittelbar einleuchtend und zustimmungsfähig.

Je nach dem für welche Zuspitzung man sich vor Ort entscheidet, ergibt sich aufgrund gegebener Zuständigkeiten ein anderer Adressat für die Forderung (Kommune oder Arbeitsagentur).

In der nachfolgenden Tabelle sind die Zuständigkeiten und die „technische Umsetzung“ (als Hintergrundinformation) sowie einige Vor- und Nachteile der Alternativen dargestellt.

Inhaltliche Forderung	Zuständigkeiten (= Adressat der Forderung)	Auf welchem Weg zu realisieren? „Verwaltungs-technische“ Umsetzung	Vorteile	Nachteile	Sonstiges
Kostenlose Schulbücher für „ALG-II-Kinder“	Kommune	Freiwillige (Sozial)Leistung der Kommune Kostenübernahme / Kostenerstattung Beschluss des Stadtrats erforderlich		Nicht bundesweit relevant sondern „nur“ in Bundesländern, die keine kostenfreien Lernmittel (mehr) haben. Schwierig (aber nicht unmöglich) in überschuldeten Kommunen einzuführen, die einem Haushaltssicherungskonzept unterliegen (z.B. viele Städte in NRW)*** Thema ist etwas allgemeiner und nicht unmittelbar mit unseren großen Thema „ALG II“ verknüpft	

*** Viele überschuldete Kommunen unterliegen der „Haushaltssicherung“: Das heißt, sie dürfen ihre Haushalte nicht mehr politisch frei gestalten. Vielmehr muss die kommunale Aufsichtsbehörde die Haushalte prüfen und genehmigen bzw. die Aufsichtsbehörde bestimmt einzelne Haushaltspositionen von oben. Das macht die Einführung neuer „freiwilliger“ Leistungen schwieriger. (Aber nicht unmöglich: So hat die Stadt z.B. Bielefeld trotz Haushaltssicherung die Kostenübernahme von Schulbüchern für ALG-II-Kindern eingeführt. Außerdem schließen die Aufsichtsbehörden ja auch nicht alle Stadttheater, die auch eine freiwillige kommunale Leistung sind...). Die „Haushaltssicherung“ macht aber in überschuldeten Kommunen sicherlich die politische Auseinandersetzung schwieriger, da die Kommunalpolitiker mit der Pleite der Kommune argumentieren können. Wichtig zu wissen: Einer großzügigen Auslegung von Kommunalen Ermessensspielräumen im Rahmen des SGB II steht die „Haushaltssicherung“ nicht im Wege. Die Ausgaben sind immer als Pflichtaufgaben anzusehen und können von den Aufsichtsbehörden nicht „gedeckelt“ werden

Inhaltliche Forderung	Zuständigkeiten (= Adressat der Forderung)	Auf welchem Weg zu realisieren? „Verwaltungs-technische“ Umsetzung	Vorteile	Nachteile	Sonstiges
Extra-Leistungen für Anziehsachen und Schuhe für „ALG-II-Kinder“	ARGE vor Ort, Träger d. Leistung: Kommune Bzw. Optionskommunen	„Großzügige“ Auslegung der „Erstausstattung für Bekleidung“ nach § 23 Abs. 3 Nr.2 SGB II Ermessensspielraum in der Verwaltungspraxis (siehe Erläuterungen)	„Einfache“ Personalisierung: (Tonangebende Kommunalpolitiker sind bekannt, Gestaltungs-Kompetenz „offensichtlich“)	Thema lässt sich im Herbst/Winter (wie bei Aktionen geschehen „Winterjacke“, „Winterstiefel“) anschaulicher darstellen als im Frühjahr / Frühsommer 2007	
Extra Leistungen bei Einschulung (Grundausrüstung) bzw. für Schulbedarf jeweils zu Beginn des Schuljahres	ARGE vor Ort, Träger d. Leistung: Arbeitsagentur, BA Ausnahme: Optionskommunen:	Gewährung eines Darlehens für „unabweisbare Bedarfe“ nach § 23 Abs. 1 und Erlass der Darlehensschuld nach § 44 SGB II (= faktischer Zuschuss) Ermessensspielraum in der Verwaltungspraxis (siehe Erläuterungen)	Mehrkosten fallen zu Lasten des Bundeshaushalts an Passt zeitlich gut zum Höhepunkt der Kampagne: Vorfeld Einschulungen 2007	Personalisierung eventuell wg. BA-Zuständigkeit schwieriger (Bekanntheitsgrad d. „Chefs“ der Arbeitsagentur?; „Ausrede“: „ Bin nur „weisungsgebundener“ Behördenleiter, kein gestaltender Politiker)	Anmerk: Schulbedarf ist hier beispielhaft genannt. Das Instrument („erlassenes Darlehen“) geht bei allen Bedarfen, die die Regelleistung (theoretisch vom Anspruch her) umfasst.

Exkurs: Erläuterungen zu den „Wegen der Umsetzung“:

„Großzügige“ Auslegung der „Erstausstattung für Bekleidung“ nach § 23 Abs. 3 Nr.2 SGB II

Zusätzlich zur Regelleistung kennt das SGB II nur drei Anlässe für Extra-Beihilfen: Neben (den hier zu vernachlässigenden) mehrtägigen Klassenfahrten sind dies:

- Erstausstattungen für die Wohnung (einschließlich Elektrogeräte)
- Erstausstattungen für Bekleidung (einschließlich Schwangerschaft und Geburt)

Dabei gilt folgende Logik: Dinge die erstmals benötigt und angeschafft werden müssen, sind eine Erstausstattung und werden zusätzlich bewilligt. Dinge, die schon besessen wurden, kaputt gehen und ersetzt werden müssen sind hingegen keine Erstausstattung und müssen aus der Regelleistung gezahlt werden.

In der Rechtsprechung gibt es (weitgehende) Einigkeit darüber, dass „erstmals benötigt“ nicht rein zeitlich sondern vielmehr bedarfsbezogen zu verstehen ist (Beispiel Umzug: In der alten Wohnung gab es eine Einbauküche, die nicht mitgenommen werden kann. Küchenmöbel und Elektrogeräte für die neue Wohnung sind dann eine Erstausstattung).

Nach Wortlaut und Sinn der Regelung spricht vieles dafür, wachstumsbedingte Neuanschaffungen für Kinder (Schuhe, Bekleidung) als Erstausstattung zu werten; schließlich sind diese ja primär nicht verschlissen sondern zu klein. Hatte ein Kind bisher Schuhgröße 30, dann sind die benötigten Sportschuhe in Größe 32 oder die Jacke in Größe „M“ statt bisher „S“ unbestreitbar tatsächlich eine Erstanschaffung.

Jedenfalls steht (rechtlich) nichts im Weg, wenn eine ARGE die Regelung großzügig im hier vorgeschlagenen Sinn anwenden würde.

Extra-Leistungen in Form eines faktischen Zuschusses:

Gewährung eines Darlehens für „unabweisbare Bedarfe“ nach § 23 Abs. 1 und Erlass der Darlehensschuld nach § 44 SGB II

Nach § 23 Abs. 1 ist für einen „unabweisbaren Bedarf“ ein Darlehen zu gewähren (Bedingungen: Nachweis erforderlich; die Regeleistung umfasst diesen Bedarf; kein ausreichendes Ansparvermögen nach § 12 Abs. 4 vorhanden).

Das Darlehen wird durch „Aufrechnung“ getilgt, d.h. in den Folgemonaten behält das Amt bis zu 10 % der Regelleistung ein. Die Aufrechnung ist äußerst problematisch und kritikwürdig: Für „unabweisbare Bedarfe“ sind nach unserem Sozialstaatsverständnis natürlich Beihilfen und keine Darlehen zu gewähren. Außerdem „raubt“ die Aufrechnung in den Folgemonaten Teile der Regelleistung, die dann für den Lebensunterhalt fehlen.

Aber in Kombination mit § 44 SGB II kann die Darlehensregelung als Öffnungsklausel genutzt werden, die zusätzliche Leistungen ermöglicht: Denn nach § 44 kann das „Amt“ Darlehen erlassen und dies auch schon bei der Bewilligung des Darlehens. Die Darlehensgewährung kann somit – wenn die örtlichen Entscheider den wollen – die Form eines Zuschusses annehmen.

Diese Rechtsauffassung wird auch von den Sozialgerichten gestützt, die bereits mehrfach den Weg des erlassenen Darlehens aufgezeigt haben, um das SGB II

verfassungskonform anzuwenden. So beispielsweise das Landessozialgericht Berlin-Brandenburg:

„Zum anderen ist insbesondere § 44 SGB II zu berücksichtigen, wonach der Träger der Leistungen nach dem SGB II Ansprüche erlassen kann, wenn deren Einziehung nach Lage des einzelnen Falles unbillig wäre. Verbleibenden oder im Einzelfall auftretenden verfassungsrechtlichen Bedenken kann vorrangig, d.h. bevor die Regelleistung insoweit als verfassungswidrig beurteilt wird, mit einer verfassungskonformen Auslegung des § 23 Abs. 1 SGB II i.V.m. § 44 SGB II in Form einer großzügigen Auslegung der einzelnen Tatbestandsmerkmale und/oder Ausgestaltung der Rückzahlungsmodalitäten (Ratenhöhe bzw. Erlass) begegnet werden.“ (Az: L 10 AS 1093/05, Entscheidung vom 09.05.2006)

Fazit und Empfehlung zur Konkretisierung der Forderung

Für jeden der drei Vorschläge gibt es gute Argumente (und berechnigte Einwände):

„Bestechend“ an der Forderung „Extra-Leistungen für Anziehsachen und Schuhe für „ALG-II-Kinder“ ist die eindeutige *kommunale Zuständigkeit*.

Bestechend an der Forderung „Extra Leistungen bei Einschulung bzw. für den Schulbedarf“ ist der Bezug zum Thema Bildungschancen (und der Ausblick auf die im Mai 2007 „bevorstehenden“ Einschulungen im Spätsommer).

Tipp: Wenn ihr Euch für diese Forderung entscheidet und vor Ort der Kopf/die Leitung der Arbeitsagentur als Adressat der Forderung ungeeignet (weil z.B. keine bekannte Person des öffentlichen Lebens) ist, empfehlen wir, die eigentliche Zuständigkeit zu vernachlässigen und diese Forderung an tonangebende Kommunalpolitiker zu stellen: Wir erwarten, dass die Kommune die Forderung in der Praxis der (gemeinsam mit der Arbeitsagentur betriebenen) ARGE durchsetzt.

Das Thema „kostenlose Schulbücher/Lernmittelfreiheit“ ist wahrscheinlich in einigen Städten der Renner und in anderen völlig irrelevant.

Tipp: Spielt die Varianten mal durch. Welche leibhaftigen Adressaten ergeben sich je nach Forderung? Welche Aktionen fallen Euch zu welcher Forderung ein? Welche Forderung ist besser aktionsmäßig darzustellen?

Die endgültige Entscheidung sollte insbesondere örtliche Gegebenheiten berücksichtigen.

Auswahl kommunale Adressaten für unsere Forderungen / Abfolge Druckaufbau (Eskalationsstrategie)

Auswahl der Adressaten ist abhängig von der gewählten Forderung (siehe oben):

- Kommune (kommunaler Träger nach SGB II) *oder*
- Örtliche Agentur für Arbeit (BA als Träger des SGB II)

Personalisierung der zuständigen Ebene/Struktur (Auswahl leibhaftiger und greifbarer Personen):

Auswahlkriterien:

- Bekanntheitsgrad vor Ort
- Image
- Verfügbarkeit von Informationen (etwa öffentliche Termine)
- politische oder persönliche Angriffsflächen der Adressaten
- Öffentlichkeit / „Sichtbarkeit“ symbolischer Orte
(so sind z.B. Parteibüros im Regelfall als Ladenlokale im Stadtbild bekannter und erkennbarer als und somit für öffentlichkeitswirksame Aktionen besser geeignet als „unsichtbare“ Fraktionsbüros im Rathaus)

Stellvertretend für Kommune z.B.

- Parteivorsitzende(r) der „tonangebende(n)“ Partei(en) vor Ort
- Fraktionsvorsitzende(r) der „tonangebende(n)“ Partei(en) vor Ort
- (Ober)Bürgermeister(in)
- Vorsitzende(r) Sozialausschuss
-

Stellvertretend für Arbeitsagentur:

- Leiter der Arbeitsagentur
- Vertreter der Arbeitsagentur in der Leitung der ARGE (z. B. Geschäftsführer)

Tipp: Im Regelfall sind die Kommunalpolitiker bekannter als die Spitzen der Arbeitsagentur und von daher als Adressaten für die Forderung und als Gegenüber bei Aktionen besser geeignet.

„Good Guy“ oder „Bad Guy“?

Die Art der Ansprache und der „Umgangston“ beim Stellen der Forderung, sollte sich auch danach richten welches Image der Adressat vor Ort hat: Gilt er als harter Hund und Scharfmacher gegen Erwerbslose? Oder als sozialpolitisches Gewissen, als der örtliche „Norbert Blüm“ oder „Heiner Geißler“? Im letzten Fall kann es für die öffentliche Auseinandersetzung hilfreich sein, erst einmal „Wohlwollen“ zu unterstellen und bei der „Übergabe“ der Forderung nicht aggressiv zu fordern, sondern erstmal (sinngemäß) „zu erwarten, dass das Anliegen unterstützt wird“.

Mögliche Aktionsformen zum Druckaufbau (Eskalationsstufen)

Zeit	Eskalationsstufen	Beispiel(e) (zur Verdeutlichung des Charakters der Aktionsform)
(spätestens) Aktions- woche 5.-11.3.	1. Übergabe der Forderung an Adressat; Forderung begründen und öffentlich machen im Rahmen einer öffentlichkeitswirksamen Aktivität	Offener Brief an Adressat, Übergabe bei „Besuch“, Gesprächstermin oder einer (selbstorganisierten) Veranstaltung zum Thema „ALG II und arme Kinder in Musterstadt“
März bis Mai, insbe- sondere Aktionsw oche im Mai (voraussi chtlich 21.-27. 5.)	<i>Ab hier bis Kampagnen-Ende</i> 2. „Niedrigschwellige“, unaufwändige Möglichkeit (für Otto-Normal-Verbraucher), die Forderung zu unterstützen	Postkartenaktion an Adressaten, Unterschriftenlisten, Aufkleber mit Forderung o. Ä.
	3. Forderung „eindrücklicher“ stellen	Mahnwachen / „amerikanische“ Demonstrationen / Spektakel vorm Büro des Adressaten (z.B. Parteibüro)
	4. Forderung sehr „eindrücklich“ stellen	Begleitung (mit Trillerpfeifen, Transparenten) des Adressaten bei (öffentlichen) Terminen, Mahnwache / Demo am Privathaus des Adressaten, personenbezogene Plakate (Adressat ist verantwortlich für (Nicht)Erfüllen der Forderung) im öffentlichen Raum oder Wohngebiet des Adressaten

Anmerkung:

Unsere Forderung sehr „eindrücklich“ zu stellen kann auch gewaltfreie Aktionen beinhalten, die auf begrenzte Regelverletzungen (z.B. symbolische/temporäre „Besetzungen“ und „Belagerungen“ von Parteibüros oder Straßenkreuzungen) beinhaltet – muss es aber nicht zwingend.

Wesentlich für die Aktionsformen der Druckkampagne ist, dass

- der Adressat (immer wieder) mit der Forderung direkt konfrontiert wird,
- die Aktionen gesteigert werden (Spannungsbogen),
- die Aktionen den Adressaten stören, „ihm auf die Nerven gehen“

und

- unsere Forderung in der Öffentlichkeit bekannt ist und (möglichst große) Teile der Öffentlichkeit ihr zustimmen. Idealerweise geht es darum eine Stimmung zu erzeugen, die sagt: „Die Erwerbslosen haben doch Recht mit ihrer Forderung und deshalb sind ihre Proteste auch legitim. Die Politiker sollen das mal machen und die Forderung der Erwerbslosen erfüllen!“