

Steigerung der Öffentlichkeitsarbeit der ver.di

1 **Die Bundesjugendkonferenz beschließt**

dass ver.di, insbesondere die ver.di Jugend sich in der Öffentlichkeitsarbeit steigern muss, um die Gewerkschaft bekannt und präsent zu machen. Hierzu sollen sämtliche Marketingmaßnahmen ausgeschöpft werden.

Begründung

Die Kollegen der IG Metall machen es vor. Werbung im Kino, Plakatierung an ICE Bahnhöfen. Genau das ist es, was eine Gewerkschaft für unsere Gesellschaft präsent macht. Gerade in der Jugend ist es wichtig, die Gewerkschaft so zu platzieren, dass sie sichtbar ist. Viele Jugendliche kennen die ver.di nur durch Streiks, wissen aber nicht, was sie sonst noch tut. Um den Gedanken und die Vorurteile der „Nichtwissenden“ zu verändern, muss auch ver.di sich mit verändern und auf die Medien und gestalterischen Möglichkeiten der heutigen Zeit eingehen. Im Netz (z.B. im Social Media Bereich), oder wie die Kollegen der IG Metall es vormachen, Werbung im Kino, Plakatierung und Teilnahme an sämtlichen Veranstaltungen mit der Zielgruppe „Jugend“ (z.B. Konzerte oder Festivals), kann ver.di zeigen und beweisen was sie ausmacht. Vor allem, dass es nicht nur darum geht, Streikaktionen zu machen sondern um die Rechte jedes Einzelnen im Betrieb und Gesellschaft zu stärken. Die logische Schlussfolgerung wäre, dass sich mehr Menschen und Jugendliche für Gewerkschaft interessieren, informiert sind und mitwirken wollen. Die Gemeinschaft würde wachsen an der Anzahl der Mitglieder und Aktiven.

Empfehlung der Antragskommission

25 Ablehnung

Entscheidung der Bundesjugendkonferenz

wie Empfehlung

abweichend von Empfehlung

C 017 Bundesfachbereichsjugendkonferenz 9

(Lfd.-Nr. 1188)

Stand: 30.03.2015

Steigerung der Öffentlichkeitsarbeit der ver.di Jugend

1 **Die Bundesjugendkonferenz beschließt**

ver.di, insbesondere die ver.di Jugend, müssen sich in der Öffentlichkeitsarbeit steigern, um die Gewerkschaft bekannt und präsent zu machen. Hierzu sollen sinnvolle Marketingmaßnahmen ausgeschöpft werden.

Begründung

Die Kolleginnen und Kollegen der IG Metall machen es vor. Werbung im Kino, Plakatierung an ICE-Bahnhöfen. Genau das ist es, was eine Gewerkschaft für unsere Gesellschaft präsent macht. Gerade in der Jugend ist es wichtig, die Gewerkschaft so zu platzieren, dass sie sichtbar ist. Viele Jugendliche kennen die ver.di nur durch Streiks, wissen aber nicht, was sie sonst noch tut. Um die Gedanken und die Vorurteile der "Nichtwissenden" zu verändern, muss auch ver.di sich mitverändern und auf die Medien und gestalterischen Möglichkeiten der heutigen Zeit eingehen. Im Netz (zum Beispiel im Social-Media-Bereich) oder wie die Kolleginnen und Kollegen der IG Metall es vormachen, Werbung im Kino, Plakatierung und Teilnahme an sämtlichen Veranstaltungen mit der Zielgruppe "Jugend" (zum Beispiel Konzerte oder Festivals), kann ver.di zeigen und beweisen, was sie ausmacht. Vor allem, dass es nicht nur darum geht, Streikaktionen zu machen, sondern um die Rechte jedes Einzelnen im Betrieb und der Gesellschaft zu stärken. Die logische Schlussfolgerung wäre, dass sich mehr Menschen und Jugendliche für Gewerkschaft interessieren, informiert sind und mitwirken wollen. Die Gemeinschaft würde wachsen an der Anzahl der Mitglieder und Aktiven.

Empfehlung der Antragskommission

Ablehnung

Entscheidung der Bundesjugendkonferenz

wie Empfehlung

abweichend von Empfehlung

Keine Künstler_innen mit politisch fragwürdigem Hintergrund in der Serie #vjonair

1 **Die Bundesjugendkonferenz beschließt**

Die ver.di Jugend Bayern spricht sich gegen ein Interview von Künstlern mit politisch fragwürdigem Hintergrund in der Serie #vjonair (ver.di Jugend on air) der Bundesjugend aus. Sexistische Aussagen in Form von Liedpassagen beschädigen trotz der individuellen Interpretation das Ansehen und die Außenwirkung unserer Organisation. Sexismus geht mit den Grundsätzen unserer politischen Ausrichtung nicht konform. In Zukunft soll bei der Auswahl der Künstler_innen der politische Hintergrund näher beleuchtet werden und ggf. hinterfragt bzw. im Interview aufgearbeitet werden.

10

Begründung

Kitty Kat (bürgerlich Katharina Löwel) arbeitet in ihren Liedern Sexismus und Rollenverhalten in einer sehr bestimmten Weise auf.

15

Verse 1:

"ich wette wär ich 'n Typ wärst du jetzt an meinem Schwanz!

Manchmal denk' ich warum bin ich kein Mann?

Die ganzen Chick's, alle woll'n sie mal ran.

20 Und dafür tun sie alles, sie stehn sogar an!

Jap - Und die Hallen sind voll,
mit lauter Eulen die n guten Fick wollen.

Die sagen "Bitte, bitte bang mich!"

Rappen alles mit und verstehn' kein Englisch!

25 Shit! Wieso bin ich kein Typ`

10.000 Frauen wären in mich verliebt!

Die würden immer nett grinsen, für mich kochen und mich immer cool finden"

Refrain:

30 "Wenn du 'ne Bitch bist, dann fick dich! (Oh!)

Die Welt braucht dich nicht! (Oh!)

Wenn du 'ne Bitch bist, dann fick dich! (Oh!)

Du weißt das ist nicht richtig!"

35 Verse + Hook: Biatch - Kitty Kat (Dirty MixTape 2012)

Diese Inhalte sind trotz dem Ansatz von Satire für die Außenwirkung und der politischen Ausrichtung der ver.di Jugend unbrauchbar bzw. nicht vertretbar.

40 Zusätzlich wurde am 20. Dezember 2014 die ver.di Jugend Facebookseite für ein Gewinnspiel/ Promotion für Kitty Kat's Album genutzt. Eine Identifizierung mit der ver.di Jugend ist somit nicht mehr zu leugnen.

45

Bundesjugendkonferenz

50 _____
Empfehlung der Antragskommission

Erledigt durch Praxis/Zeitablauf

55 _____
Entscheidung der Bundesjugendkonferenz

wie Empfehlung

abweichend von Empfehlung