



**WIR**

**NEHMEN**

**UNSERE**

**ZUKUNFT**

**IN DIE**

**HAND!**

**ORTSGRUPPENREADER**

**GRÜNE  
JUGEND**

# INHALTSVERZEICHNIS

Warum braucht es uns besonders in 2019?	3
Unsere Ziele für den Europawahlkampf	3
Die Wahlkampfstories	4
I. Hauptstory	4
II. Soziales und Solidarisches Europa	4
III. Klimafreundliches Europa	4
IV. Weltoffenes Europa ohne Grenzen	4
Die Aktionsformate und Pakete	5
I. Soziales und Solidarisches Europa	5
II. Klimafreundliches Europa	6
III. Weltoffenes Europa ohne Grenzen	7
Der Bundesweite Zeitplan	8
Der Zeitplan für die Ortsgruppen	9
Auftakt in den Ortsgruppen	9
Tipps für Social Media und Kommunikation	10
Feminist Fight Club – besondere Veranstaltung	10
Ziele	10
Inhaltliches	11
Organisatorisches	11
Ablauf	12
Vorbereitung	12
Was wir zur Verfügung stellen	12
Referent*innen	13
Referent*innen für den Podiumsteil	13
Slammer*innen	13

## WARUM BRAUCHT ES UNS BESONDERS IN 2019?

Liebe Aktive, liebe Ortsgruppen, liebe Interessierte,

Dieses Frühjahr kommt es drauf an. Wir stehen vor der bisher wichtigsten Europawahl und vor der Frage, ob sich die Rechten weiter durchsetzen oder ob wir Mehrheiten für ein humanitäres Europa, in dem jede\*r ohne Angst verschieden sein kann, mobilisieren können. Verweilen wir bei einer Verwaltung des Status Quo, der unser Recht auf Zukunft untergräbt, oder schaffen wir eine Politik, die sich den Herausforderungen unserer Zeit, wie der Klimakrise, annimmt und endlich etwas verändert?

Wir wollen in diesem Frühjahr die gesellschaftliche Auseinandersetzungen rund um die Klimastreiks oder die Seebrücke und die damit einhergehende Mobilisierung nutzen, um viele junge Menschen dafür zu begeistern, mit uns gemeinsam für echte Veränderung in Europa auf die Straße zu gehen.

Denn vieles muss sich ändern und es muss jetzt anfangen. Wir machen Schluss mit einer Politik, die unsere Zukunft aufs Spiel setzt. Wir beenden das Sterben im Mittelmeer, überwinden das Zeitalter der Kohle und schaffen Perspektiven für unsere Generation – in ganz Europa.

Dabei trifft uns als wachsende Organisation eine besondere Verantwortung. Diese Verantwortung sehen wir als Chance und werden durch eine eigenständige und mobilisierende Kampagne unseren Teil zur Wende in Europa beitragen. Dafür stärken wir unsere Ortsgruppen, arbeiten zusammen, unterstützen uns gegenseitig und ermöglichen so eine Kampagne, die mit klaren Storys und politischen Forderungen im ganzen Bundesgebiet junge Menschen dafür gewinnt, nicht nur Grün zu wählen, sondern selbst aktiv zu werden, und Europa zu verändern.

Doch das schaffen wir nur mit euch. In diesem Reader findet ihr alle Informationen, die ihr zur Durchführung unserer Europawahlkampagne braucht. Wenn trotzdem irgendwelche Fragen aufkommen, meldet euch immer gerne beim Bundesvorstand ([buvo@gruene-jugend.de](mailto:buvo@gruene-jugend.de)) oder der Bundesgeschäftsstelle ([buero@gruene-jugend.de](mailto:buero@gruene-jugend.de)).

Wir freuen uns auf einen großartigen Wahlkampf mit euch. Gemeinsam lassen wir uns nicht aufhalten. Wir nehmen unsere Zukunft in die Hand!

Eurer Wahlkampfteam

## UNSERE ZIELE FÜR DEN EUROPAWAHLKAMPF

Wahlkampf ist mehr für uns, als möglichst viele grüne Stimmen zu gewinnen. Wahlkampf ist die Zeit, in der Medien und Gesellschaft uns und unseren Forderungen besonders viel Aufmerksamkeit schenken. Wahlkampf ist aber auch die Zeit, in der wir uns als Verband unglaublich entwickeln können, Neumitglieder gewinnen und einbinden können und unsere Strukturen insgesamt ausbauen. Auch im EU-Wahlkampf wollen wir also wieder viele junge Leute erreichen & neue Aktivist\*innen gewinnen, in Zahlen: Wir wollen mit 1100 Aktiven Mitgliedern auf die Straße, dort 120.000 Kontakte haben, also Flyer verteilen, dies soll in mindestens 120 Ortsgruppen passieren, die sich an unserem Wahlkampf beteiligen. So wollen wir 1200 Neumitglieder gewinnen und die Grünen zur stärksten Kraft bei allen Menschen unter 25 und bei Frauen unter 35 machen.

## **DIE WAHLKAMPFSTORIES**

Für den Wahlkampf wird es eine Hauptstory geben, die die Dringlichkeit dieser Wahlen aufzeigt und ebenfalls betont, wie wichtig es ist, dass wir gegen den Rechtsruck kämpfen. Die drei Themenstories werden auf unsere drei Schwerpunkte eingehen: Soziale Gerechtigkeit, ein klimafreundliches Europa und ein humanitäres Europa. Die Stories sind wie folgt:

### **I. HAUPSTORY**

Vieles muss sich ändern und es muss jetzt anfangen. Wir machen Schluss mit einer Politik, die unsere Zukunft aufs Spiel setzt. Wir beenden das Sterben im Mittelmeer, überwinden das Zeitalter der Kohle und schaffen Perspektiven für unsere Generation – in ganz Europa. Dafür brauchen wir dich. Gemeinsam lassen wir uns nicht aufhalten.

Wir nehmen unsere Zukunft selbst in die Hand!

### **II. SOZIALES UND SOLIDARISCHES EUROPA**

Wir sind in der Schwebelose und hangeln uns vom unbezahlten Praktikum zur befristeten Stelle. In Deutschland können junge Menschen ihre Miete kaum bezahlen, in Spanien werden sie mit unsicheren Hilfsjobs im Stich gelassen. Wir beenden diese Politik, die unsere Zukunft kaputtspart. Wir lassen uns nicht gegeneinander ausspielen und kämpfen gemeinsam für eine Zukunft ohne Angst! Es fehlt nicht an Geld. Es fehlt an guter Politik.

### **III. KLIMAFREUNDLICHES EUROPA**

Die Klimakrise wartet nicht. Wir werden nicht zuschauen, wie unsere Zukunft in Kohlekraftwerken verheizt wird. Wir beenden die Zerstörung und machen Energie in ganz Europa erneuerbar. Gemeinsam krempeln wir das System um, denn es geht ums Ganze. Dafür kämpfen wir.

### **IV. WELTOFFENES EUROPA OHNE GRENZEN**

Jeder Mensch ist gleich viel wert, egal ob aus Aleppo oder Augsburg. Jeder Tote im Mittelmeer war der Lieblingsmensch eines anderen. Wir beenden das Sterben und retten Menschenleben. Doch es geht um mehr. Niemand darf gezwungen werden, sein Leben auf einem Schlauchboot zu riskieren.

Wir kämpfen für ein grenzenloses Europa und eine Zukunft ohne Stacheldraht.

## DIE AKTIONSFORMATE UND PAKETE

### I. SOZIALES UND SOLIDARISCHES EUROPA



Es gibt ein großes vordesigntes Banner (3x0,5 m o. ä.). Zwei unserer Aktivist\*innen halten es so, dass es vertikal zu sehen ist, alternativ wird es auf dem Boden ausgerollt.

Die Passant\*innen sehen dieses große bunte Banner mit Forderungen und können dazukommen, sich Putzhandschuhe anziehen, ihre Hand in Farbe tauchen und unter eine der Forderungen auf das Banner drücken.

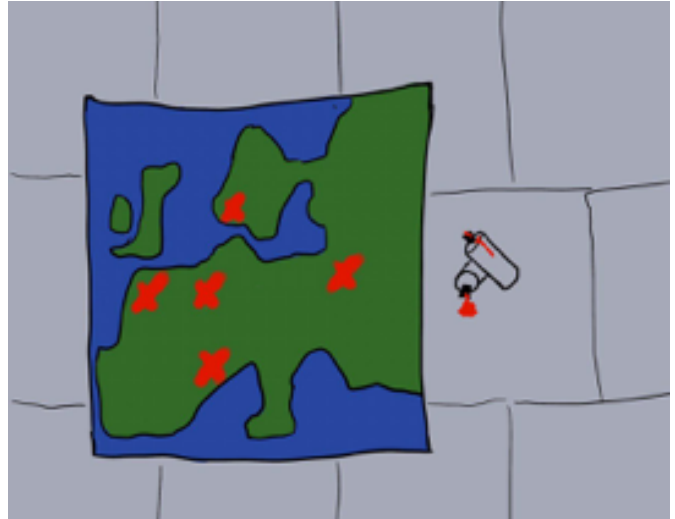
Währenddessen kann man mit ihnen über die einzelnen Forderungen ins Gespräch kommen, zum Beispiel in dem man fragt, warum sie sich entschieden haben, ihre Hand unter eine der Forderungen zu setzen.

Natürlich sollen auch gute Fotos entstehen!

Die Fotos sollten auf einzelne Personen „in Action“ fokussiert sein und sie mit einer der Forderungen zeigen. Am Ende der Aktion kann man das bunte Banner fotografieren, während es von Aktiven Eurer Ortsgruppe gehalten wird.

In der letzten Woche des Wahlkampfes werden unsere Sprecher\*innen Max und Ricarda die Banner gesammelt in Brüssel während einer großen Highlightaktion abgeben, das soll dann bildlich so in etwa aussehen, wie eine große Petition für ein soziales Europa!

## II. KLIMAFREUNDLICHES EUROPA



Auf einem großen Plakat (ungefähr 3x3 Meter) werdet ihr vorgedruckt die Umrisse einer Europakarte finden. Ebenfalls werden auf dieser Karte die größten (30) CO<sub>2</sub>-Kohle Quellen Europas erkennbar sein.

Ihr werdet in Schutzanzügen, wie sie auch bei Ende Gelände Aktionen getragen werden, auf die Passant\*innen zugehen und sie ansprechen, ob sie Lust haben, gemeinsam mit euch die Kohlekraftwerke auszuschalten. Es kann dann mit Sprühkreide ein Kreuz über die Kohlekraftwerke gesprüht werden, damit ist die Tat dann auch schon vollbracht.

Danach gibt es die Möglichkeit mit einem Instagram-Frame (der ebenfalls in dem Paket zu finden ist) mit einem passenden Hashtag (#Klimaretterin) ein Foto zu machen und sich dann auf Social Media als Klimaretter\*in zu deklarieren. Das Ziel ist, das durch die Aktion so viele Menschen wie möglich diese Bilder auf ihre privaten Profile hochladen und so automatisch für uns geworben wird. Danach könnt ihr den interessierten Menschen natürlich noch Flyer mitgeben oder euch mit ihnen über das Thema unterhalten.

## III. WELTOFFENES EUROPA OHNE GRENZEN



Ihr werdet orange Schwimmwesten und Rettungsdecken im Paket finden, die ihr dann an öffentlichen Orten, wenn geeignet auch vor Orten, die symbolisch Orte von politischer Entscheidung sind, auslegen.

Im Vordergrund soll in großer Schrift die Zahl der im Mittelmeer Ertrunkenen / auf der Flucht gestorbenen Menschen mit Sprühkreide daneben geschrieben werden. Dieses Aktionspaket wird vor allem die Passant\*innen aufschrecken und zielt darauf, sie aufzurütteln.

Während der Aktion werden Flyer und Sticker verteilt. Ebenfalls wird es ein großes Icon geben, das aussieht wie ein großer Rettungsring, womit man Fotos machen kann.

Ebenfalls werden in dem Aktionspaket noch Postkarten zu finden sein, auf welchen ein Beschwerdebrief vorgedruckt ist, der erkennbar macht, was alles in der europäischen Immigrationspolitik falsch läuft. Ihr könnt die Passant\*innen dann aufmuntern, diesen Brief zu unterschreiben und diesen dann an die genannte Institution zu schicken (Europäische Kommission oder CSU / CDU Fraktion im Europäischen Parlament).

## DER BUNDESWEITE ZEITPLAN

DATUM	TERMIN	DATUM	KAMPAGNENPLANUNG
<b>22.-24. Februar</b>	Europakonferenz: Europas Zukunft anders machen	Januar	<b>Materialzusammenstellung</b>
<b>9.-10. März</b>	Get-Readys Hamburg, NRW, Bayern	Januar + Anfang Februar	<b>Besuch Landesvorstände</b>
<b>16.-17. März</b>	Get-Readys Sachsen	Bis Mitte Februar	<b>Zeitplan und Zielsetzung fertig</b>
<b>22.-23. März</b>	Presse- und Podientraining für Landesvorstände	Februar + März	<b>Besuch Ortsgruppen</b>
<b>März und Anfang April</b>	Vorprogramm zum Bundeskongress	Februar	<b>Materialdesign</b>
<b>5.-7. April</b>	52. Bundeskongress & Wahlkampfauftakt	Ende Februar / Anfang März	<b>Materialbestellung</b>
<b>April + Mai</b>	Kampagnenzeitraum	Februar + März	<b>Planung Auftakt + Veranstaltungen</b>
<b>20.-26. Mai</b>	Countdowntour	März	<b>Vorprogramm</b>
<b>26. Mai</b>	Europawahlen + Kommunalwahlen + Bürgerschaftswahl in Bremen		



## DER ZEITPLAN FÜR DIE ORTSGRUPPEN

DATUM	TERMIN
Bis Anfang April	Vorbereitungs- und Planungsphase
<b>Startphase</b> 5.-7. April	Bundesweiter Auftakt in Leipzig
Direkt danach	Social-Media-Kanäle auf Wahlkampfdesign umstellen
Drei Wochen danach	Eine Auftaktveranstaltung in eurer Ortsgruppe Jetzt startet der Wahlkampf auch in eurer Ortsgruppe Im Anschluss: einzelne Aktionen
<b>Aktive Phase</b> Ab Anfang Mai	Mindestens eine Aktion aus den Aktionspaketen pro Woche, Zusätzlich mehrmals die Woche Verteilaktionen  Ggf. in diesem Zeitraum ein Feminist Fight Club (siehe Veranstaltungsformat) Einmal die Woche Stammtisch für Aktive und Interessierten
<b>Heiße Phase</b> Ab 19. Mai	mehrmals die Woche Aktionen aus Aktionspaketen , Tägliche Verteilaktionen  Hier mit dem Kneipenwahlkampf starten
<b>Endspurt</b> Ab 24. April	hier nochmal alles geben! Für diesen Zeitraum kommt noch ein Konzept vom Bundesverband

## AUFTAKT IN DEN ORTSGRUPPEN

Um den Wahlkampf ins Laufen zu bringen, könnt ihr einen Wahlkampfauftakt in eurer Ortsgruppe veranstalten. Dieser sollte in den drei Wochen nach dem Wahlkampfauftakt auf Bundesebene (5.–7. April) stattfinden.

Er kann folgendermaßen aussehen:

- Startet mit einer Aktion aus den Aktionspaketen (produziert auch gleich gute Bilder für Social Media)
- Ladet im Anschluss alle interessierten in euer Büro / euren Tagungsort ein
- Beginnt mit einer politischen Rede, die die Europawahlen und die Dringlichkeit unseres Engagements einordnet (durch Ortsgruppensprecher\*innen)
- Stellt danach die Kampagne vor (nutzt dafür die Wahlkampfpräsentation für Ortsgruppen)
- Sorgt für Verpflegung für Vernetzung und lockerem Austausch im Anschluss
- Hängt dafür Flyerlisten für die Wochen der Aktiven und Heißen Phase aus, so dass sich Aktive und Interessierte gleich vor Ort gemeinsam eintragen können

## TIPPS FÜR SOCIAL MEDIA UND KOMMUNIKATION

Wir haben was zu sagen, und das muss auch online sichtbar sein. Instagram und Co. spielen für uns eine zunehmend zentrale Rolle, und sollten deshalb auch entsprechend hohe Priorität in unserer Arbeit haben. Nicht vergessen: Unsere Social Media-Kanäle dienen der Außenkommunikation – um unsere eigenen Aktiven zu informieren, haben wir andere Mittel. Wir zeigen dort also das politische Leben, das unsere Zielgruppe gerne hätte und kommunizieren unsere Inhalte und Ziele – so, dass möglichst viele Menschen Lust haben, bei uns aktiv zu werden. Dazu braucht es gute Bilder und motivierende Texte mit politischer Relevanz. Es geht nicht darum, protokollartig unsere Aktivitäten 1:1 wiederzugeben, sondern das hervorzuheben, was uns politisch wichtig ist und Aufmerksamkeit erregt.

Aktionen auf dem Dorfplatz sind nach wie vor unersetzlich – werden aber erst durch ansprechende „Vermarktung“ auf Social Media die Reichweite bekommen, die sie verdienen. Alle unsere Aktionspakete haben deshalb online-taugliche Elemente, die euch helfen, unsere Botschaften nicht nur im Reallife in die Debatte einzuwerfen. Achtet also unbedingt darauf, bei all euren Aktionen gute Fotograf\*innen dabei zu haben!

Insbesondere auf Instagram haben wir ein enormes Potential, das unbedingt genutzt werden will. Versucht hier, Gruppenbilder mit Nahaufnahmen abzuwechseln, sprich: Nicht nur Wimmelbilder, auch Gesichter (im Idealfall eurer Sprecher\*innen)! Eine Grundregel, mit der nur in Ausnahmefällen gebrochen werden sollte, lautet: Kein Post ohne politische Botschaft oder Forderung. Die darf gern auch mal kurz und knapp ausfallen („Gegen dreckige Kohle“ o. ä.), Hauptsache es gibt sie. Beispiel: Selbst das Selfie vom Barabend hat deutlich mehr Relevanz, wenn das „Juhuu, so viele Neumitglieder!“ noch um ein „...die mit uns für ein grenzenloses Europa ohne Kohle kämpfen wollen!“ ergänzt wird.

Tipps und Tricks, wie ihr eure Social Media-Kanäle ordentlich pusht, werden wir euch zur Vorbereitung auf den Europawahlkampf in Webinaren vermitteln, Details dazu folgen. Stay tuned!

## FEMINIST FIGHT CLUB – BESONDERE VERANSTALTUNG

Zusätzlich zu den Aktionen aus den Aktionspaketen wollen wir mit den feministischen Slams den Ortsgruppen ein Format für größere Veranstaltungen an die Hand geben, die sowohl die bestehenden Mitglieder mobilisieren als auch neue Interessierte ziehen. Dabei haben wir uns für ein Format rund um das Thema Feminismus und Frauenrechte entschieden. Damit wollen wir bestehende gesellschaftliche Debatten aufgreifen, an erfolgreiche feministische Mobilisierung anknüpfen und junge Frauen empowern.

### ZIELE

- Großveranstaltung für größere Ortsgruppen und Landesverbände
- junge Frauen als Aktive und Wähler\*innen gewinnen
- junge Frauen in den eigenen Strukturen empowern
- Rechtsruck und autoritären Umbau auf konkrete Lebensrealität von jungen Menschen unterbrechen + in empowernde Botschaft umwandeln (gemeinsam kämpfen wir für unsere Rechte)
- Veranstaltung mit Pressebegleitung

## INHALTLICHES

In ganz Europa erleben wir im Rahmen des autoritären Umbaus Angriffe auf die Rechte von Frauen. Im Rahmen der feministischen Slams wollen wir uns damit beschäftigen, was diese Angriffe konkret bedeuten (Eingriffe in das körperliche Selbstbestimmungsrecht), auf Erfahrungen Hate Speech und alltäglichem Sexismus (insbesondere Bodyshaming) eingehen und darauf aufbauend gemeinsame Handlungsperspektiven für feministische Kämpfe entwickeln. Der Fokus soll dabei auf dem Blick in die Zukunft und die Potenziale von feministischer Solidarität liegen, so dass die Veranstaltung eine empowernde Wirkung auf die Anwesenden hat.

## ORGANISATORISCHES

**Ort:** Wählt statt eurem Büro einen externen Ort (z. B. Bar, Veranstaltungsraum, Club etc.) der ein gemütliches Ambiente hat (keine Workshopstimmung) und bei dem die Möglichkeit besteht, auch nach der Veranstaltung noch zu bleiben und den Abend bei Musik und Getränken ausklingen zu lassen.

**Zeit:** Abendveranstaltung; am Besten innerhalb der drei Wochen vor der Wahl, wo die Aufmerksamkeit für Wahlkampfveranstaltungen groß ist.

**Finanzen:** Gerade wenn ihr bekanntere Slammer\*innen einladen (ist aber kein Muss) und einen schönen Ort buchen wollt, kostet die Veranstaltung Geld. Sucht deshalb nach Möglichkeiten der Ko-Finanzierung. Fragt zum Beispiel euren Grünen Kreisverband, ob er sich beteiligen kann. Denn von einer erfolgreichen Veranstaltung, die junge Frauen mobilisiert und junge Wähler\*innen zieht, profitieren auch die Kreisverbände.

**Referent\*innen:** Ladet euch Prominente ein, damit eure Veranstaltung viele Interessierte zieht. Hierbei bietet es sich an, zum einen bekannte Personen aus der Partei für die Diskussion als auch professionelle Slammer\*innen einzuladen. Gerade zweitäre können auch nochmal Leute außerhalb der Grünen Bubble auf eure Veranstaltung aufmerksam machen.

**Einbindung:** Bei der Veranstaltung sollen jedoch nicht nur bekannte Slammer\*innen zu Wort kommen, sondern auch Mitglieder und Interessierte. Gerade das Format des Slams motiviert viele Menschen, mitzumachen und sich einzubringen. Deshalb sollen auch Mitglieder der Grünen Jugend die Möglichkeit haben, einen Text vorzutragen.

Dafür müsst ihr diese Möglichkeit frühzeitig bewerben (über eure eigenen Gruppen und social Media). Interessierte, die einen Text vortragen wollen, sollen sich bis eine Woche vor der Veranstaltung bei euch mit ihrem Thema und der Stoßrichtung melden. So könnt ihr die Menge der Texte und die Aufteilung im Vorhinein planen. Außerdem könnt ihr im Vorlauf einen Slam-Workshop in eurer Ortsgruppe anbieten und so eigene Mitglieder empowern, mit zu machen.

## ABLAUF

- **Begrüßung** durch Person aus Ortsgruppe / Landesverband  
5 Minuten
- **Diskussion Part 1: Wo stehen wir**
  - Angriffe auf die Rechte von Frauen?  
15 Minuten
- **Moderation:** entweder Person aus der Ortsgruppe oder professionelle Moderation (informiert euch dafür über lokale Slam-Moderator\*innen) wenn finanziell möglich
- **2 Teilnehmer\*innen:** Grüne Promis, Europakandidat\*innen, bekannte Feminist\*innen (siehe Liste unten für Inspiration)
  - gerne Fragen von Social Media oder aus dem Publikum einbauen
- **Slam Teil 1:** (mit Fokus auf rechte Angriffe, Hate Speech, Absurditäten der Geschlechterverhältnisse)  
10-15 Minuten
- **Diskussion Teil 2:** Perspektiven für feministische Kämpfe  
gerne Fragen von Social Media oder aus dem Publikum einbauen  
15 Minuten
- **Slam Teil 2:** (mit Fokus auf feministische Kämpfe)  
10-15 Minuten
- **Abschluss** (motivierendes Plädoyer für den Wahlkampf)  
5 Minuten
- **Musik**

## VORBEREITUNG

**Anfragen Referent\*innen:** Wenn ihr bekannte Gesichter auf eurem Slam haben wollt, ist es wichtig, dass ihr frühzeitig anfragt. Sucht also so früh wie möglich nach einem Termin und fragt sowohl Diskussionsteilnehmer\*innen als auch Slammer\*innen an. Die detaillierte Programmplanung könnt ihr dann ausgehend von den Zusagen machen.

**Mobilisierung:** Bewerbt das Event über eure Social-Media-Accounts. Dafür stellen wir euch die Materialien zur Verfügung. Außerdem könnt ihr in eurer Stadt Plakate für die Veranstaltung hängen oder gemeinsam flyern gehen. Beginnt frühzeitig (einen Monat vorher) mit der Bewerbung, setzt euren Fokus aber auf die letzte Woche vor der Veranstaltung.

**Social-Media-Begleitung:** Achtet darauf, dass gute Fotos von der Veranstaltung gemacht werden. Wenn möglich, organisiert einen Livestream der Veranstaltung über euren Social-Media-Kanäle. Gebt in diesem Fall die Möglichkeit, dass auch über Social Media Fragen für den Diskussionsteil gestellt werden können.

## WAS WIR ZUR VERFÜGUNG STELLEN

- Vorlage Ankündigungstext
- Vorlage Facebook-Header
- Vorlage Share Pic
- Vorlage Plakat
- Vorlage Flyer
- Vorlage Presseinvitation
- Verteilmaterialien (feministische Sticker und Tattoos)

## REFERENT\*INNEN

Unsere Bundessprecherin Ricarda kommt sehr gerne zu eurer Veranstaltung. Meldet euch dafür einfach unter [ricarda.lang@gruene-jugend.de](mailto:ricarda.lang@gruene-jugend.de).

Bei allen Empfehlungen gilt: das sind keine abschließenden Listen, sondern Inspirationen. Sowohl bei den Teilnehmer\*innen für die Podiumsdiskussion als auch bei den Slammer\*innen macht es Sinn, euch zu informieren, wen es bei euch lokal so gibt und zum Beispiel lokale Europakandidat\*innen oder Kommunalwahlkandidat\*innen dazu einzuladen.

## REFERENT\*INNEN FÜR DEN PODIUMSTEIL

### Grüne

- Jamila Schäfer
- Ska Keller
- Terry Reintke
- Katha Schulze
- Claudia Roth
- Eva Lettenbauer
- Aminata Touré
- Nina Eisenhardt
- Imke Byl
- Alexandra Werwath
- Annalena Baerbock
- Gesine Avena

### Extern

- Margarete Stokowski
- Stephanie Sargnagel
- Kristina Hänel
- Sookee
- Susanne Klingner  
Lila Podcast
- Katrin Rönicke  
Lila Podcast
- Koschka Linkerhand
- Kristina Lunz
- Magda Albrecht

## SLAMMER\*INNEN

- Ninia LaGrande  
Hannover
- Tanasgol Sabbagh  
Berlin
- Felicia Brembeck  
Fee
- Tarik Tesfu
- Nhi Le  
Leipzig
- Svenja Gräfen  
Leipzig
- Meral Ziegler  
Leipzig
- Tabea Farnbacher
- Lucia
- Sarah Bosetti  
Berlin
- Kaleb Erdmann  
Frankfurt
- Leonie Warnke  
Leipzig
- Darryl Kiermeier  
München
- Letitia Wahl  
Gießen
- Sim Panse  
Berlin
- Slamalphas  
Kollektiv von feministischen Slammer\*innen: [slamalphas.org](http://slamalphas.org)  
dort gibt es auch eine Karte, wo man direkt nach Slammer\*innen in seiner Nähe suchen kann