PIRATEN PARTEI Brandenburg

ICH WÄHLE: PIRATEN PARTEI

Handbuch

Bundestagswahlkampf 2017

Die Wahlkampfcrew

Liebe Piraten und Piratinnen,

ihr habt entweder gerade das gesamte, sehr umfangreiche Handbuch zum Bundestagswahlkampf 2017 in der Hand oder eines der darin enthaltenen Handbücher zu den einzelnen Schwerpunktthemen.

In jedem Fall basiert das Handbuch auf Informationen, die im Netz unter dem Stichwort „Wahlkampagnenplanung“ allgemein zugänglich zu finden sind.

Wir haben versucht konzentriert und gesammelt darzustellen, was es unter den verschiedenen Topics im Wahlkampf alles zu beachten gibt.

Herausgekommen sind deshalb eigentlich mehrere Handbücher zu den unterschiedlichen Stufen eines erfolgreichen Wahlkampfes:

- Strategie und Werkzeuge
- Kosten, Budget und Fundraising
- Vom Programm zu Projekten
- Aktionen und Veranstaltungen
- Kandidaten
- **Die Wahlkampfcrew**
- Der Online Wahlkampf
- Plakate & Co.
- Pressearbeit

Ergänzt werden die Handbücher durch den

- Styleguide Piratenpartei Deutschland

Natürlich gehen wir nicht auf jedes Detail ein. Wir wollen nur Anregungen und eine Hilfestellung bei der Planung und Durchführung der verschiedenen Projektstufen eines Wahlkampfes geben.

Deshalb erheben wir auch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr sollen eure eigenen Erfahrungen im Bundestagswahlkampf und euer Feedback zu den einzelnen Projektstufen dazu beitragen, weitere Handlungsfelder zu erkennen und die vorhandenen Grundlagen auszubauen.

Wir haben die Darstellung als PDF-Dokument gewählt, um einen möglichst barrierefreien Zugriff zu gewährleisten.

Wir wollen am 23. September 2017 in den Bundestag einziehen. Etwas schaffen, was uns keiner zutraut. Die widerlegen, die uns PIRATEN für tot erklärt haben.

Sie haben sich getäuscht. Wir PIRATEN sind nicht tot, wir fangen gerade erst an richtig zu leben. Denn PIRATEN sind nicht national ausgerichtet. Nein, PIRATEN sind Teil einer internationalen Bewegung für Bürgerrechte, Transparente Politik, Zukunftsfähige Sozial- und Bildungspolitik sowie Datenschutz.

Wir stehen in vielen Staaten der Welt für eine neue Art der Politikgestaltung, wir stehen für

Gesellschaft 4.0

Wir wünschen euch viel Spaß beim Wahlkampf. Denn kämpfen müssen wir, um am Wahlabend um 18.00 Uhr jubeln und Deutschland verbessern zu können. Das ist unser gemeinsames Ziel.

Euer Landesvorstand

Inhaltsverzeichnis

Wahlkampfcrew 4
Das Wahlkampfmanagement 4
Regeln und Arbeitsteilung 4
Transparenz und Aufgabenverteilung 5
Crewbesprechungen 5
Mitglieder aktivieren: Zusammenarbeit mit Mitgliedern und anderen Freiwilligen 7
Krisenkommunikation 10

Wahlkampfcrew

Die Wahlkampfcrew bildet sich in der AG Wahlkampf. Der organisatorische Part innerhalb der AG wird von den Koordinatoren geleistet.

Für die Arbeit in der Wahlkampfcrew werden Freiwillige gebraucht. Bei unseren verfügbaren personellen Ressourcen ist es wichtig, dass möglichst viele der Kandidierenden sich in der Crew mit einbringen. Idealerweise können sie aus ihren Kreis- oder Regionalverbänden weitere Mitglieder oder Sympathisanten dafür begeistern, für uns Wahlkampf zu machen.

Eine Grundvoraussetzung für einen funktionierenden und erfolgreichen Wahlkampf ist gut abgestimmte **Teamarbeit** in der Crew. Einzelkämpfer haben keine Chance, nur gemeinsam kann man die anstrengende Zeit des Wahlkampfes „unbeschadet“ und vor allem erfolgreich bestehen.

Das Wahlkampfmanagement

Es braucht neben den Koordinatoren immer einen weiteren Kern aus der Wahlkampfcrew, das Wahlkampfmanagement, bei dem alles zusammenläuft. Um effektiv zu arbeiten, besteht das Wahlkampfmanagement idealerweise aus je einem Mitglied der jeweiligen Unterarbeitsgruppen. Dieser Kern ist das Herz des Wahlkampfes. Hier laufen Informationen zusammen, werden Fehlentwicklungen erkannt und Entscheidungen mit größerer Tragweite gefällt.

Es koordiniert und leitet den Wahlkampf, ist Ansprechpartner sowohl für Mitglieder als auch für „Externe“ (Dienstleister, ggf. Presse, Unterstützer), es hält den Kontakt zu den Kandidaten und verantwortet die Umsetzung der Strategie. Und im Zweifelsfall muss sie auch eilige Entscheidungen treffen.

Aber auch ein Kern braucht Regeln und Strukturen.

Regeln und Arbeitsteilung

Es muss festgelegt werden, wer in Crew und Wahlkampfmanagement welche Entscheidungsbefugnis hat und wer wofür zuständig ist: Presseverantwortliche, Website- und Social-Media-Verantwortliche, Materialverantwortliche usw. (Unterarbeitsgruppen)

Unklare Aufgaben führen nicht nur zu Doppelarbeit, sondern auch zu Frustration und dazu, dass am Ende etwas unbearbeitet bleibt. Gerade Doppelarbeit führt dazu, dass die wenig vorhandenen Ressourcen unnötig belastet werden und Zeit verschwendet wird.

Wir müssen daher auch klare Vertretungsregeln aufstellen. Es kann immer mal passieren, dass jemand nicht da ist oder krank wird. Dann muss klar sein, wer wen vertritt.

WICHTIG: Kandidierende sollten niemals im Wahlkampfmanagement mitmachen. Sie sind Teil der Kampagne und persönlich involviert.

Transparenz und Aufgabenverteilung

Wichtig für die Crew ist, dass sich alle als Teil des Wahlkampfes verstehen. Dazu ist es vor allem wichtig, alle Wahlkämpfer immer umfassend zu informieren und einzubeziehen.

Gerade bei großen Crews und in stressigen Zeiten ist das schwierig, aber trotzdem essenziell für das Gelingen, da Frustration und das Gefühl, außen vor zu bleiben, die Arbeit negativ beeinflussen.

Dazu gehört, dass

- jedes Crewmitglied das Gesamtkonzept und die Zeitplanung des Wahlkampfes kennt,
- jedes Crewmitglied sich mit den Zielen der Kampagne identifiziert,
- jedes Crewmitglied seine Aufgabe und die der anderen Crewmitglieder kennt, am besten mittels schriftlicher Fixierung,
- jede Aufgabenzuteilung nach fachlicher Eignung, nicht nach Alter oder Position erfolgt,
- alle Informationen, die ein Crewmitglied erhält, die jedoch auch für andere Crewmitglieder von Bedeutung sind, selbstverständlich weitergeleitet werden,
- es ein systematisches Ablage- und Informationssystem gibt, so dass alle jederzeit Zugriff auf alle relevanten Informationen haben,
- das Wahlkampfmanagement die einzelnen Mitglieder und deren Fähigkeiten unterstützt und den Informationsfluss sowie die Kommunikation koordiniert.

Crewbesprechungen

Um die Arbeit der Woche zu strukturieren, sind Crewbesprechungen gerade zu Beginn einer Woche hilfreich. Hier sollten aber nicht nur Informationen und Aufgaben verteilt, sondern auch Feedback und Ideen von allen eingebracht werden, denn es entstehen hier oftmals die besten Wahlkampfideen.

Dazu solltet ihr folgende Punkte beachten:

- Es gibt regelmäßige Crewbesprechungen zum Informationsaustausch,
- zur gemeinsamen Prüfung und Weiterentwicklung von Zielen, zur Planung und Entwicklung neuer Ideen sowie zum gegenseitigen Feedback.
- Es wird vorher eine Tagesordnung erstellt. Punkte, die nicht auf der Tagesordnung stehen, werden nur in dringenden Fällen besprochen.
- Es wird ein Protokoll erstellt und nach der Sitzung so schnell wie möglich an alle Crewmitglieder versendet. „Wer macht was bis wann mit wem?“ sollte im Protokoll konkret festgehalten werden.
- Konflikte werden offen angesprochen und gemeinsam gelöst – je früher, desto besser.
- Positives Feedback, Lob und Motivation sind im Wahlkampf überlebenswichtig.

- Crewbesprechungen finden in einem regelmäßigen Rhythmus statt. Dabei gilt: so wenige wie möglich, aber so viele wie nötig.
- Mindestens zu Beginn des Wahlkampfes sind „Crewbuildingmaßnahmen“ wichtig und sinnvoll, wenn sie sich nicht von selbst ergeben. Dazu gehören z. B. Kino, Sport, Picknick, Kneipenbesuch – Hauptsache, es schweißt zusammen.
- Das Wahlkampfmanagement sollte regelmäßig Realtreffen durchführen. Auf einem Flipchart können dann schnell Dinge visualisiert und festgehalten werden.

Auch ein Zeitstrahl **(ganz wichtig!!)** lässt sich so gut festhalten und ist immer wieder präsent.

Informationsfluss

Crewbesprechungen sind – so wichtig sie auch sind – nicht dafür geeignet, einen permanenten und schnellen Informationsfluss herzustellen. Ein paar Tipps dazu:

- Eröffnet eine Twitter- oder Mattermost-Gruppe, so seid ihr auch schnell und mobil untereinander vernetzt. Kurze Infos, Fragen oder dringende Nachrichten gehen am besten hierdrüber. Dank Push-Mitteilung ist jeder sofort auf dem Laufenden.
- Über die interne Mailingliste werden längere Infos, wie Pressemitteilungen, Angebote oder fertige Texte verschickt.
- Projektmanagement-Tools wie redmine lassen sich mobil bedienen und Aufgaben konkret nachverfolgen. Wenn man sie diszipliniert nutzt, ist jeder up-to-date und man sieht den Fortschritt der Kampagne.

Motivation

Wenn alle an einem Strang ziehen und gemeinsam etwas bewegen wollen, macht der Wahlkampf Spaß und Hindernisse wie Rückschläge werden leichter bewältigt.

Um den Crewgeist zu stärken, bietet es sich an, auch jenseits des Arbeitsalltags mal gemeinsam etwas zu unternehmen.

Ein gemeinsames Abendessen, ein Fest, ein Kneipenbesuch oder sportliche Unternehmungen von Bowling bis Hochseilgarten lockern die Stimmung und schweißen zusammen.

Mitglieder aktivieren:
Zusammenarbeit mit Mitgliedern und anderen Freiwilligen

Unsere Stärke sind unsere Mitglieder und unsere Sympathisanten. Sie sind der Schlüssel für unsere Wahlkampagnen und für unsere Politik. Sie und die Freiwilligen sind Multiplikator für piratige Botschaften, sie bringen inhaltliches Wissen, individuelle Fähigkeiten und fachliche Kenntnisse mit ein und besitzen die Fähigkeit, Andere zu motivieren und von PIRATEN-Politik zu überzeugen. Die Vielfalt und Kreativität der Freiwilligen steigern den Wert unserer Kampagnen.

Das Ziel der Freiwilligenarbeit besteht darin, Freiwillige zu werben, ihnen individuelle Angebote für ihr Engagement zu unterbreiten, sie dauerhaft von piratiger Politik zu überzeugen und eventuell auch als neue Mitglieder zu gewinnen.

Um die Gewinnung und Einbindung von Freiwilligen nicht dem Zufall zu überlassen, sind eine Reihe von Voraussetzungen zu klären und Rahmenbedingungen zu sichern, die im Folgenden erläutert werden. Folgende solltet ihr beachten:

Erwartungen von Freiwilligen

Freiwillige Wahlkämpfer haben unterschiedliche Erwartungen an ihre freiwillige Arbeit. Ihr solltet stets die Erwartungen und Motive der Freiwilligen beachten und durch spezielle Angebote bestätigen.

Die Haupterwartungen und Motive für freiwillige Arbeit sind im Allgemeinen Spaß an der Tätigkeit, Kontakt mit neuen, sympathischen Menschen und das Unterstützen anderer Menschen oder des Gemeinwohls.

Erwartungen, die Freiwillige an ihre Mitwirkung bei uns stellen, sind vor allem eine langfristige Planung bzw. frühzeitige Ansprache in Bezug auf ihre Aufgaben, ein überschaubarer und definierter Zeitraum für ihren Einsatz, Wertschätzung und Anerkennung, Feedback sowie ein gewisses Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht.

Gewinnung von Freiwilligen

Ob ihr sie am Infostand auf der Straße findet, auf einer spannenden Veranstaltung zum Thema Industrie 4.0 oder mittels Flyer, die ihr in Briefkästen werft: Menschen, die unsere Inhalte unterstützen und sich für unsere Themen engagieren wollen, gibt es überall.

Der erste und wichtigste Schritt ist die Ansprache potenzieller Freiwilliger und Mitglieder. Sprecht in euren Familien, im Freundeskreis, auf der Arbeit, auf Veranstaltungen oder auf der Straße mit Menschen über PIRATEN-Politik und überzeugt sie davon, sich zu engagieren.

Weist immer darauf hin, dass man nicht gleich Mitglied werden muss, sondern sich auch auf freiwilliger Basis engagieren kann.

Zur Gewinnung von Freiwilligen können unterschiedliche Maßnahmen eingesetzt werden:

- Alle Informationsmaterialien sollten eine Komponente der Aktivierung beinhalten. Dies bedeutet, dass eine Aufforderung, etwas zu tun, sowie die Erläuterung, warum dies wichtig ist bzw. was das Mitmachen für eine Auswirkung hat, fester Bestandteil der Materialien sein muss. Außerdem sollte

unbedingt hervorgehoben werden, welchen Eigennutzen die Freiwilligen durch ihr Engagement haben.

- Die Ansprache sollte persönlich erfolgen. Dies erhöht den Erfolg. Auch ein Kontaktangebot in Form einer E-Mail-Adresse und ggf. Kontaktdaten einer Ansprechperson dürfen nicht fehlen.
- Auf jeder Veranstaltung muss ein Hinweis auf das Mach-mit-Angebot gegeben werden.
- Spitzenkandidaten sollten bei ihren Auftritten potenzielle Freiwillige direkt ansprechen.
- In Newslettern sollte es einen Hinweis auf die Möglichkeit der freiwilligen Tätigkeit geben.
- Auf PIRATEN-Homepages muss ein „Mitmachen"-Banner platziert werden.

Angebote

Es ist notwendig, Mitmachangebote so konkret wie möglich zu umreißen. Es sollte dabei darauf geachtet werden, dass die Aufgaben auch mit einem knappen Zeitbudget bewältigt werden können.

Bei jeder Aufgabe solltet ihr folgende Punkte aufführen:

- Art und Beschreibung der möglichen Tätigkeitsfelder,
- Beschreibung von Sinn und Zweck der Aufgaben bzw. deren konkrete Ziele,
- möglichst konkrete Beschreibung der verschiedenen Aufgaben.

Wenn ihr für einen konkreten Termin Freiwillige sucht, dann nehmt Folgendes unbedingt in die Beschreibung auf:

- Ort und Zeit mit Angabe des genauen Treffpunktes und Wegbeschreibung,
- Zeitumfang (Beginn und Ende der Aktion),
- Anforderungen an Freiwillige (ggf. Beschränkungen),
- konkrete Angabe, wie viele Freiwillige und Arbeitsstunden für welche Aufgaben nötig sind,
- ggf. benötigtes Material und Anreize,
- Ansprechpartner vor Ort mit Kontaktdaten

Betreuung

Grundsätzlich solltet ihr die folgenden Punkte bei der Betreuung von Freiwilligen bzw. der Zusammenarbeit mit ihnen beachten:

- Zeigt Wertschätzung und Respekt, zollt besondere Anerkennung für besondere Leistung.
- Nach der Aktion bzw. Fertigstellung der Aufgabe solltet ihr euch bei den Freiwilligen bedanken. Meist reicht ein einfaches Dankeschön schon aus.
- Bietet Gelegenheiten, Erfolge zu feiern.
- Ermöglicht Gedanken- und Erfahrungsaustausch.
- Berücksichtigt so weit wie möglich individuelle Interessen, Ideen und Anregungen.

- Vermittelt Spaß.
- Schafft Zusammengehörigkeitsgefühl und Teamgeist.
- Beachtet die Größen von Gruppen. Freiwillige dürfen sich nicht überfordert oder alleingelassen fühlen.
- Je weniger attraktiver die Aufgabe ist, desto höher sollte der Ausgleich in Form von Anerkennung und Würdigung sein.

Anerkennung und Motivation

Freiwillige opfern einen Teil ihrer Freizeit, ohne dafür eine Bezahlung zu erhalten. Sie brauchen jedoch die Gewissheit, dass ihre Arbeit sinnvoll und wichtig ist.

Freiwillige erwarten Bestätigung, Feedback und Anerkennung. Wichtig zur Förderung der Freiwilligen ist es, dass den Freiwilligen ihre Tätigkeit Spaß machen sollte, sie ihre Kenntnisse und Fähigkeiten erweitern können, notwendige Arbeits- und Informationsmaterialien bereitgestellt sind, ihnen positive Erlebnisse geboten werden und sie mit netten Menschen zusammengebracht werden.

Ideen für Motivation und Anerkennung:

- Persönliches Dankeschön und Dankschreiben (E-Mail/Post/wahlweise Telefonat)
- Geburtstage beachten (falls bekannt z. B. Geburtstagskarten vom Vorstand)
- Kleine Geschenke (z. B. T-Shirts, Tickets für Sport- und Kulturveranstaltungen)
- Fotos mit Kandidaten
- Direkter Kontakt mit Piratenprominenten (z. B. Begleitung von Promiaktionen bzw. Promitour oder ein Tag mit dem Spitzenkandidaten)
- Artikel mit Würdigung in Newslettern
- Ehrungen auf Parteitagen oder Wahlkampfevents (z. B. beim Wahlkampfabschluss)
- Zertifikate, Zeugnisse (Praktikumsbescheinigungen) oder Empfehlungsschreiben
- Fahrtkosten- und/oder Materialkostenerstattung
- Dankeschön-Event für Freiwillige nach der Wahl (z. B. Cocktailparty, Grillfest)

Krisenkommunikation

Der Fremdwörterduden beschreibt die Krise als “Wende- und Höhepunkt einer gefährlichen Entwicklung”.

Die Krise kann also gefährlich werden und das Management der Krise entscheidet, ob sich die Situation beruhigt oder es zur Katastrophe kommt.

Für die Krisenkommunikation unterscheiden wir in zwei Arten der Krisen:

- **Personenkrise:** Betrifft Menschen. Fehlverhalten, Klüngelkumpel. Alltägliche Sünden, die für Normalbürger nie gefährlich werden – aber die Vorbildfunktion und Promifaktor des Politikers geben der Sache Brisanz.
- **Ereigniskrise:** Einsturz, Brand, Unglück, Rassistischer Angriff. Sämtliche nicht-persönliche Ereignisse.

WICHTIG in allen Krisen: Schnell reagieren, aber nicht überhastet.
Grundlage dafür ist eine klein CREW an Vertrauten.
So viele wie nötig, so wenig wie möglich!

Abstimmungsschleifen mit 8, 9, 10 oder noch mehr Menschen können nicht funktionieren.

Die zehn Regeln der Krisenkommunikation:

- Niemals Lügen und niemals versuchen die Wahrheit zu biegen.
- Keine Häppchen-Informationen. Alles kommt sofort auf den Tisch, ohne Einschränkung.
- Nur das Versprechen, was man auch wirklich halten kann.
- Niemals auf einen AB oder eine Mailbox sprechen.
- Niemals die Schuld auf andere schieben. Schuldzuweisungen übernehmen andere.
- Wenn sich eine Medienwelle anbahnt: Initiative ergreifen und von sich aus zum Pressegespräch einladen. Das schafft früh Vertrauen.
- Solange kein Staatsanwalt ermittelt, gibt es kein Verfahren. Also taugt bei Sünden gegen den guten Geschmack das Argument als Verweigerung einer Aussage nicht.
- Totalverweigerung ist die größte Kommunikationssünde. Wenn es ganz wichtige Gründe gibt, warum man nicht kommuniziert, erklärt man zumindest die Gründe. Persönlich.
- Details werden von Fachleuten erklärt.
- Beschwerden über unsaubere journalistische Arbeit gehen direkt an den Betroffenen. Erst bei Uneinsichtigkeit an die nächste Ebene.