



Handbuch Bundestagswahlkampf 2017

Kandidaten



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

Die Kandidaten	4
Crew und Ressourcen	7
Pressearbeit	7
Zweitstimmen-Wahlkampf versus Erststimmen- Wahlkampf.....	7
Haustürwahlkampf.....	8

Die Kandidaten

Die Kandidaten sind das Aushängeschild im Wahlkampf: Sie müssen sich nahezu jederzeit und zu allem äußern können, auf jeder Veranstaltung gleichzeitig sein und dabei nach Möglichkeit immer lächeln. Damit all das gelingt und sie auch noch im Wahlkampfendspurt fit sind, sind hier ein paar wichtige Punkte genannt.

Kandidatenaufstellung

Die Kandidatenaufstellung sollte im Grundsatz natürlich in erster Linie aufgrund der jeweiligen Kompetenzen erfolgen. Dennoch kann es nicht schaden, wenn darauf geachtet wird, dass verschiedene Themen und gesellschaftliche Gruppen abgedeckt werden, aber auch darauf, dass es sowohl ältere als auch jüngere Kandidaten gibt.

Themenprofilierung

Kandidaten müssen oftmals in vielen Debattenrunden Generalist sein, auch wenn sie eigentlich Fachpolitik machen wollen.

Sie sollten sich deshalb ihrer eigenen **inhaltlichen Stärken und Schwächen** bewusst sein und die eigene **Fachkompetenz bei Terminzusagen** beachten.



In einigen Fällen kann es für einen Sozialpolitiker sinnvoll sein, sich mit anderen Kandidaten abzustimmen und den Termin von einem Wirtschaftspolitiker wahrnehmen zu lassen, wenn es um ein dezidiertes Wirtschaftsthema geht. So kann sich jeder auf dem eigenen Fachgebiet profilieren, anstatt sich neben anderen Experten auf deren Fachgebiet **mit Halbwissen zu blamieren**.

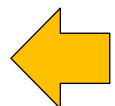
Für den Fall, dass Kandidaten doch einmal zu Terminen mit einem Thema gehen müssen, das ihnen weniger liegt, wollen wir für den Bundestagswahlkampf und für Landtagswahlkämpfe im Wiki **Musterbriefe, Arguhilfen und Textbausteine für alle Hauptthemen des Wahlkampfes** zur Verfügung stellen. **Hierzu werden aber noch freiwillige Helfer gesucht.**

In dem Fall, dass es mehrere Fachpolitiker eines Themas gibt, sollte eine klare **Themenaufteilung und -abgrenzung** stattfinden, denn vor allem im Wahlkampf sollten Kandidaten einer Partei **nicht miteinander konkurrieren**.

Termine

Vor allem allgemeine, kurzfristige Terminanfragen werden mit voranschreitendem Wahlkampf zunehmen, insbesondere bei bekannteren Kandidaten.

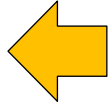
Um so viel **Planungssicherheit** wie möglich zu haben, sollte bei den **Untergliederungen** daher frühzeitig abgefragt werden, wie **deren** Wahlkampf- und Terminplanungen aussehen, damit rechtzeitig **Termine und Routen koordiniert** werden können.



Vor allem in großen Flächenländern sollte darauf geachtet werden, dass ein Kandidat nicht mehrere Stunden **Reisezeit** für nur einen Termin aufbringen muss. Auch deshalb sollte bei benachbarten Untergliederungen immer angefragt werden, ob für den jeweiligen Zeitraum weitere Termine geplant sind.

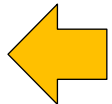
Denkbar wäre auch, dass seitens des Kandidaten ein Tag „pro Region“ vorgegeben wird und die Untergliederungen unter sich eine mögliche Tour absprechen.

Neben angefragten und von der Partei organisierten Terminen sollten auch **relevante Veranstaltungen im Wahlkreis** recherchiert und geprüft werden. Des Weiteren sollte geprüft werden, ob man diese nur besuchen oder dort auch offiziell sprechen kann, insbesondere dann, wenn Kandidat anderer Parteien dort als Redner vorgesehen sind.



Teil der Terminplanung ist es auch, die Termine nach ihrer Relevanz zu gewichten. Verhindert werden sollte allerdings, einen Termin wegen eines (vermeintlich) wichtigeren kurzfristig abzusagen.

Wenn sich dies nicht vermeiden lässt, sollte unbedingt eine **Ersatzperson** angeboten werden.



Alle offiziellen Termine sollten öffentlich angekündigt werden. Dabei sollten sowohl die Presse informiert als auch „Frau Musterfrau kommt nach Musterdorf“-Plakate geklebt werden.

Unbedingt müssen die **Mitglieder vor Ort** informiert werden, damit sie ihren Kandidaten bei der Veranstaltung unterstützen können.

Tourenfahrzeug und Branding

In Flächenländern ist die Nutzung eines Wahlkampfautos nicht immer vermeidbar.

Zudem bietet ein Fahrzeug zwischen den Terminen einen ungestörten Rückzugs- und Erholungsort. Häufig sind Gepäck und Wahlkampfmateriale zu transportieren.

Sollte ein Wagen eingesetzt werden, empfiehlt sich ihn mit dem Bild des Kandidaten, dem Wahlkampfmotto und dem Parteilogo zu bekleben, da dies zusätzliche Aufmerksamkeit erzeugt und ein gutes Bildmotiv darstellt.

Materialien

Neben den **Themenflyern** der Partei sollten die Kandidaten, insbesondere, wenn sie Direktkandidat in einem Wahlkreis sind, eigene Materialien wie Flyer oder Postkarten haben, die den **Kandidaten vorstellen** und dessen Schwerpunkte und Kernaussagen beinhalten.

Plakate machen nur dann Sinn, wenn sie eindeutig für die **Zweitstimme** werben (es sei denn, es gibt eine realistische Aussicht auf das Direktmandat, was bisher nur in seltenen Fällen so ist). Siehe hierzu „Zielsetzung“.



Bei allen **Fotomaterialien** sollten die Kandidaten authentisch wirken. Es ist legitim, mittels Bildoptimierung das Bild hier und da ein bisschen aufzuhübschen, allerdings im **Rahmen des Realistischen**. Fotos, auf denen die Kandidaten kaum noch zu erkennen sind, können die Glaubwürdigkeit der Kandidaten beschädigen.

Noch drei Tipps für das optimale Kandidatenplakat:

- Köpfe immer mit Schultern und einem kleinen Teil der oberen Brust abbilden. Ein Kopf alleine kann auf die Betrachter bedrohlich und aufdringlich wirken.
- Auch wenn es mal Mode war und für Manche heute noch witzig ist: Gesichter, die zur Hälfte abgeschnitten sind, wirken vielleicht unterhaltsam, werden aber nicht ernst genommen.
- Köpfe immer mittig oder rechts (aus der Betrachtungsperspektive) platzieren. Die meisten Menschen sind Rechtshänder und nehmen rechts positionierte Personen deshalb als stimmiger wahr.

Online-Präsenz

Längst spielt sich der Wahlkampf nicht mehr nur im „Offline-Leben“ ab. Eine eigene Website und die sozialen Netzwerke sind wichtige Medien, um mit den Zielgruppen schnell und direkt zu kommunizieren und eine Informationsplattform zu bieten.

Dies bringt viele Vorteile mit sich, bedeutet aber natürlich auch neue Arbeit (siehe hierzu auch „Online-Wahlkampf“).

Die Kandidaten sollten haben:

- eine **E-Mail-Adresse** (unverzichtbar),
- eine **eigene Website** (sinnvoll bis wichtig),
- einen **Facebook-Account** (sinnvoll bis wichtig),
- ein **Profil bei Abgeordnetenwatch** (wichtig mindestens für bundes- und landesweite Wahlkämpfe),
- einen **Twitter-Account** (nett).

Neben ihrer privaten E-Mail-Adresse sollten Kandidaten sich eine **zweite E-Mail-Adresse einrichten, die ausschließlich politisch genutzt wird.**

Es ist wichtig, diese E-Mail-Adresse regelmäßig abzurufen und E-Mails zeitnah zu beantworten – sonst wird der Kandidat als Dialogpartner nicht ernst genommen.

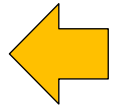
Je nachdem, wie bekannt ein Kandidat ist oder welchen Listenplatz er hat, können das E-Mailaufkommen und der damit verbundene Aufwand stark variieren.

Die Website sollte leicht verständlich aufgebaut und barrierearm sein, sowie alle wichtigen Informationen über den Kandidat beinhalten.

Facebook und Twitter sind aus modernen Wahlkämpfen nicht mehr wegzudenken. Aber vor allem hier gilt:

Ganz oder gar nicht, denn ein nicht genutzter Facebook- oder Twitter-Account ist kontraproduktiv, wenn gleich die Freunde und Follower auch nicht mit Fotos vom Mittagessen oder regelmäßigen Wetterupdates überschüttet werden sollten.

Der politische Twitter- und Facebook-Account sollte **kontinuierlich und informativ politisch** genutzt werden. Dabei ist vor allem für weniger bekannte Kandidaten ein Facebook-Profil wichtiger als ein Twitter-Account, da sich bei Facebook schneller eine große Zahl an „Freund“ finden lässt als bei Twitter. Siehe hierzu „Soziale Medien“.



Abgeordnetenwatch ist ein etabliertes Portal, bei dem Kandidaten ein kostenloses Profil erhalten und sich hierüber den Fragen ihrer Wähler stellen. Wie bei E-Mails von Wähler, ist es auch hier wichtig, dass die eingestellten Fragen schnell und freundlich beantwortet werden.



Abgeordnetenwatch bietet einige kostenpflichtige Zusatzoptionen an. Ob diese in Anspruch genommen werden müssen, sollte jeder Kandidat für sich entscheiden, gerade aber für Direktkandidaten und Kandidaten vorderer Listenplätze empfiehlt sich dies.

Crew und Ressourcen

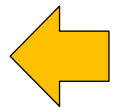
Gerade Kandidat, die vordere Listenplätze belegen, bereits ein Mandat haben oder für einen Wahlkreis direkt kandidieren, brauchen im Wahlkampf Unterstützung durch eine Crew, das frühzeitig aus Freiwilligen und Mitgliedern zusammengestellt werden sollte. Siehe hierzu „Wahlkampfcrew“.

Doch unabhängig von der Crew sollten Kandidaten immer auch **Ruhephasen** für sich einplanen. Das ist insbesondere wichtig, da sie in den entscheidenden letzten zwei Wochen fit sein müssen. Siehe hierzu „Schlussmobilisierung“.

Pressearbeit

Die Pressearbeit im Wahlkampf ist unerlässlich.

Direktkandidaten sollten daher zu Beginn des Wahlkampfes einen Presseverteiler erstellen, der die wichtigsten Medien ihres Wahlkreises beinhaltet.



Für Themen, die über den Wahlkreis hinaus relevant sind, sollte die Pressearbeit mit der Landes- oder Bundesebene abgestimmt werden. Siehe hierzu „Pressearbeit“.

Zweitstimmen-Wahlkampf versus Erststimmen- Wahlkampf

Es gibt immer mehr Direktwahlkreise auf Bundes-, Landes und Kommunalebene und die Zahl potenzieller Direktmandate nimmt zu.

Daher sollten Listenkandidaten vor Terminen in Wahlkreisen nachfragen, ob im besuchten Wahlkreis auch ein Erststimmenwahlkampf geführt wird und wie realistisch die Chancen sind, den Wahlkreis direkt erringen zu können.

Auf die Zweitstimme kommt es (meistens) an

In Wahlkämpfen auf Bundesebene und auch in den Bundesländern kommt es entscheidend auf die Zweitstimme an. Das Zweitstimmenergebnis entscheidet am Ende, wie stark PIRATEN-Fraktionen in den Parlamenten sind. Dies schließt nicht aus, dass Erststimmenergebnisse im Einzelfall von großer Bedeutung sein können. Die Freien Wähler sind über Direktmandate in den Landtag Brandenburg eingezogen.

Trotzdem sind erfolgversprechende Erststimmen-Wahlkämpfe bis heute die Ausnahme von der Regel, so dass im Allgemeinen **die Zweitstimme** zählt.

Das müssen wir unseren Wählern auch sagen.

Denn mehrere Umfragen haben ergeben, dass ein relevanter Teil der Wähler den Unterschied zwischen Erst- und Zweitstimme nicht kennt.

Empfehlungen für einen konsequenten Zweitstimmenwahlkampf:

- einen Zweitstimmenstörer auf allen Plakaten,
- einen Text auf der Website zur Bedeutung der Zweitstimme
- einen Hinweis in allen Printprodukten und auf allen Anzeigen,
- einen Satz im Abbinder von Radio- und TV- bzw. Kinospots.

Haustürwahlkampf

Haustürwahlkampf, Canvassing genannt, also das Besuchen von Wähler, ist eine effektive Methode, um mit Menschen ins Gespräch zu kommen (siehe hierzu „Haustürwahlkampf“).

Wenngleich die Erfahrungen mit Haustürwahlkampf überwiegend positiv sind, erfordert das Klingeln an fremden Haustüren auch viel Mut und Überwindung von Hemmschwellen, denn natürlich reagieren nicht alle Personen freundlich und aufgeschlossen und haben Zeit und Muße für ein Haustürgespräch.

Daher empfiehlt sich dringend ein **Training**, wie mit verschiedenen Reaktionen umzugehen ist, aber auch, wie man Gespräche wieder beendet.

Außerdem sollten zu diesen Touren keine Medien mit Kameras mitgenommen werden, da dies auf die Angesprochenen abschreckend wirken und einen nachteiligen Effekt haben kann.

