

The show must go on !

Liebe Piraten,

wie ihr alle wisst, ging es unserer Partei schon einmal deutlich besser: Wir hatten mehr Wähler, wir hatten mehr Mitglieder, wir hatten mehr Geld, wir bekamen mehr mediale Aufmerksamkeit und konnten unsere Themen deutlich besser in die Öffentlichkeit tragen. All diese Punkte sehen momentan nicht allzu rosig aus. Aber wenn wir uns die aktuellen Geschehnisse in der Welt, in Deutschland, in Schleswig-Holstein und auch in deiner Gemeinde anschauen, stellen wir leider noch immer fest, dass die Piraten mehr gebraucht werden denn je. Es stellt für die anderen Parteien noch immer eine große Hürde dar, an die Souveränität des erwachsenen Bürgers zu glauben, die Unschuld des durchschnittlichen Smartphone-Besitzers anzuerkennen und Bildung nicht nur als die Basis von allem zu betrachten sondern auch dementsprechend zu handeln und für jeden zugänglich zu machen.

Freiheit, Bürgerbeteiligung, Transparenz, Datenschutz, Sozialpolitik und viele weitere Themen sind in unserer Partei verdammt gut ausgearbeitet und es wäre eine Verschwendung, wenn unser Wissen, unsere Partei, aber vor allem unsere Einstellungen wieder im Nichts verschwinden. Wir müssen weiterhin dafür kämpfen, dass das Vertrauen in die Bürger, Menschenwürde, Umweltschutz, direkte Demokratie, etc. nicht nur in Gesetzen festgehalten sondern eine Selbstverständlichkeit im Kopf eines jeden Mitmenschen ist.

Um dies zu erreichen, wollen wir Piraten in Schleswig-Holstein nicht nur bestehen bleiben. Wir wollen wieder auferstehen. Und diesmal haben wir auch einen Plan. ;)

Ungefähr 35 Basispiraten haben sich am „Projekt Zukunft“ beteiligt: Alte Baustellen aufgearbeitet, Probleme analysiert, neue Ideen eingebracht, Lösungen ermittelt. Das Ergebnis ist dieses Dokument.

Auf in die Zukunft! - **The Show must go on**

Innenkommunikation

Priorität 1

- Mögliche Ressourcen -Bestandsaufnahme
- Ermittlung wichtiger Aufgaben
- Definition der benötigten Ressourcen
- Personal: Liste der Piraten
- materielle Ressourcen
- Termin! Ersatz der Funktionen der LGS – Term
- Kommunikationsstrukturen bewerten
- Teilnahmehürden beseitigen
- Opt-In für Mitglieder (einfach und schnell) - (Neu-)Mitglieder in Selbstarbeit bringen (sie sollen selber wählen, was sie an Infos sehen, erhalten, woran sie mitarbeiten wollen, usw.) -> Teilprojekt <https://piratenpad.de/p/SHIT-Piratenportal>
- Hinweise: Engelsystem des CCC / Newslettertool von WordPress
- Piratenportal

Priorität 2:

- Ermittlung der Aufgaben durch zu die verwendenden Werkzeuge (Lastenheft)
- Erstellen einer Liste mit notwendigen Arbeitsanweisungen (wie geht was)
- Personenungebundene Kontaktierungsmöglichkeiten für "Untergruppierungen" (Regionen, Kreise, Gemeinden, ...) des Landesverbands

- kurzfristige Empfehlungen im Hinblick auf die kommenden/laufenden Wahlkämpfe (pragmatisch!)
- Kommunikationsstrukturen verbessern
- "Schutzräume" schaffen
- Treffen von Piraten (auch ohne LPT usw)

Priorität 3:

- Dokumentation der nicht zu verwendenden Werkzeuge (mit klarer Begründung)
- Mailinglisten
- Aufstellen von Regeln bzw. Arbeitsanweisungen (erst grob - Verfeinerung später)
- Ermittlung der Aufgaben durch zu die verwendenden Werkzeuge (Lastenheft)
- Maßnahmen festlegen, um die Einhaltung der Regeln zu gewährleisten(?)
- Verbindlichkeiten festlegen
- Informationen als veraltet markierbar bekommen (bspw. fürs Wiki) - Aktualität der Informationen festhalten

Außenkommunikation

1. Vorrangiges Ziele der Außenkommunikation ist es Wahlkämpfe und Mitglieder zu Gewinnen
2. Pressarbeit ist kein effektives Mittel der Außenkommunikation
 - Bundespresse ist kein realistisches Ziel
 - Der Einfluss der Landespresse ist stark begrenzt
 - Kommunikation sollte auf Kanäle konzentriert werden die unter der Kontrolle der Partei stehen
 - Facebook, Twitter, Landesportal, Breitseite, (...)
 - Neuigkeiten/Ankündigungen sind auf allen Kanälen zu verbreiten
3. Informationsseiten für die Öffentlichkeit (Landesportal, Wiki) sind um jeden Preis aktuell zu halten
 - Im Zweifelsfall lieber keine als falsche Informationen
4. Materialschlachten sind auch im Wahlkampf zu vermeiden
 - Plakat
 - Gesamtstückzahl entsprechend reduziert
 - Genügt um Präsenz zu schaffen – für mehr sind Plakate ohnehin nicht gut
 - Flyer
 - Kurzwahlprogramm oder ähnliches – Mehr wird ohnehin selten nachgefragt
 - Verlagerung des Geldmitteleinsatzes auf social-media Plattformen
5. "Earned Media" schafft Momentum im Wahlkampf
 - Die Planung und Durchführung von Aktionen sind ein wichtiges Merkmal eines erfolgreichen Wahlkampfes
 - Guerilla-Marketing für die Aufmerksamkeit

- Vorträge/ klassische Infostände/ etc um fachlich zu überzeugen und seriös zu bleiben
 - Über erfolgreiche Aktionen berichtet die Presse
 - Von erfolgreichen Aktionen berichten potentielle Wähler potentiellen Wählern
6. Präsenz zu zeigen ist auch außerhalb von Wahlkämpfen wichtig
- Aktionen sind zu aktuellen Anlässen durchzuführen wenn möglich
 - Unterstützung von BI's weiterhin wichtig. Zum Beispiel beim Unterschriften sammeln - mit Parteiflagge!
7. 10 kommunale Ämter sind ab 2018 drin,
- wenn sich solide, zuverlässige Anwärter finden.
 - Lieber nicht antreten als Leute zu entsenden die das Wählermandat im Nachhinein missbrauchen (z.B. indem sie überlaufen)

Zukunft

1. Zukünftige Kernthemen der Piratenpartei SH

- Digitaler Wandel
- Bildung
- Soziale Absicherung
- Freiheit
- Umweltschutz/E-Mobilität/Energie
- Transparenz

2. Mitglieder

a) Neue Mitglieder

- Aufwärtsspirale, sobald coole Aktionen umgesetzt werden
- Lechs Drachenbootrennen am 9.9. ist ein guter Beginn
- weitere Guerilla-Aktionen (Eigtl. Team AK: <https://presse-sh.piratenpad.de/772>)
- keine Leute in die Partei überreden/sich aufdrängen
- Verwaltung der Mitgliedsanträge muss auf mehrere Schultern
- Patenschaften für Neupiraten
- Prüfung, ob Hochschulgruppen möglich sind

b) Alte Mitglieder aktivieren

- leichten/größer gefächerten Zugriff auf die Mitgliedsdatenbank
- Inaktive anrufen/anschreiben, gleich Werbung für nächsten Stammtisch machen
- Im Eintrittsformular Interessenfeld zum Ankreuzen initiieren, zu denen man dann Rundmails generieren kann, wenn irgendwo eine Aktion startet.

c) Mitglieder erhalten

- Mitgliedschaft in der Piratenpartei muss Mehrwert haben

- zB Parteitreffen alle drei Monate (Team IK?)
- Einreichung von Anträgen nur durch Mitglieder

d) Nichtmitglieder

- Interessierte/Aktive, aber kein Mitglied, kein Mitgliedswunsch
- dies respektieren
- Infomaterial dabei haben, Mitmachmöglichkeiten geben (Newsletter, Discourse, Veranstaltungseinladungen?)
- Dankbarkeit für Hilfe nicht vergessen, gilt auch für Piraten anderer Landesverbände