



Wahlkampfkoordination NRW

Konzeptentwurf, Stand 10.04.2013

INHALT

1. Einleitung	4
2. Zentrale Aufgaben im Wahlkampf.....	5
2.1 Kandidatenbetreuung	5
2.1.1 Terminplanung und –betreuung	5
2.1.2 Mumble-Sprechstunde	6
2.1.3 Schulungen	6
2.2 Plakate/Werbemittel	8
2.2.1 Plakatgenehmigungen	8
2.2.2 Plakatekarte	10
2.2.3 Plakatier-Workshops	10
2.2.4 Plakatelogistik	11
2.3 Wahlprüfsteine	11
2.3.1 Einrichtung einer zentralen Datenbank.....	12
2.3.2 Bearbeitung der Wahlprüfsteine	12
2.4 Aktionen.....	14
2.4.1 Fahrzeuglogistik	14
2.4.2 Crowdfunding	14
2.4.3 Aktionslistung und -verbreitung	16
2.5 Büro-Leitung / Betrieb der Wahlkampfzentrale	17
2.5.1 Leitung.....	17
2.5.2 Telefondienst	17
2.5.3 Post-en.....	17
2.5.4 Social Media Betreuung	17
2.5.5 Wikigärtner	18
2.5.6 Einzurichtende Arbeitsmittel / Tools	18
3. Projektstruktur / Projektorganisation und Aufgabenverteilung im Projekt	19
3.1 Zentrale Projektbeteiligte im Überblick.....	19
3.1.1 Landesvorstand	19
3.1.2 Bundesvorstand.....	20
3.1.3 Wahlkampf-Koordinatoren	20
3.1.4 Team Kandidatenbetreuung.....	20
3.1.2 Team Plakate.....	20
3.1.3 Team WPS	21
3.1.4 Team Aktionen	21
3.1.5 Team Büro-Orga	22
3.2 Zentrale Kommunikationsstrukturen.....	23

3.2.1 Vernetzung <i>berti149</i> (Koordinatoren)	23
3.2.2 Vernetzung <i>NRW</i> (<i>intern</i>)	23
3.2.3 Vernetzung mit dem <i>Bund + anderen Landesverbänden</i>	23
4. Dokumentation und Controlling.....	24
4.1 Dokumentation.....	24
4.2 Controlling	25
5. Mögliche Fallstricke und Probleme.....	26
6. Zentrale Ansprechpartner im Überblick.....	27
6.1 Bundesebene	27
6.2 Landesebene (<i>NRW</i>)	28
6.3 Landesebene (andere Länder)	29
6.4 „ <i>Presse</i> “ (<i>intern</i>)	29
6.5 Schulungen (<i>intern</i>)	29
6.6 Schulungen (<i>extern</i>).....	29
7. ANHANG	30
Anhang A: Ausschreibung <i>Wiki-Gärtner</i> (Entwurf)	30
Anhang B: Ausschreibung <i>Wahlprüfstein-Team</i> (Entwurf).....	31
Anhang C: <i>Kick-Off-Veranstaltung</i> (Entwurf)	32

1. EINLEITUNG

Um der Sache von vorneherein den Wind aus den Segeln zu nehmen: Nein, wir haben nicht vor, euch jetzt hier „top-down“-mäßig irgendwas vorzuschreiben oder euch zu sagen, wie „die Dinge zu laufen haben“. Idee dieses Konzepts ist es vielmehr, eine Art Infrastruktur, einen Rahmen für die Wahlkampfzeit zu schaffen, denn es gibt so einiges zu tun: Plakate wollen aufgehängt werden, die Kandidaten können Unterstützung gebrauchen, Wahlprüfsteine wollen bearbeitet, Aktionen geplant und durchgeführt werden, die Kommunikation zwischen allen Beteiligten muss organisiert und sichergestellt werden...

Zunächst haben wir gesammelt, was es im Wahlkampf alles zu tun gibt. Wir haben zahlreiche Gespräche mit vielen Piraten geführt, die uns wertvollen Input gegeben und uns nicht nur einmal mit Rat und Tat zur Seite gestanden haben – DANKE dafür! Die Aufgaben haben wir zunächst in Mindmaps und Pads erfasst und in diesem Konzept nun versucht, sie in eine hoffentlich nachvollziehbare Ordnung zu bringen :D

Wir erheben dabei weder Anspruch auf Vollständigkeit noch komplette Richtigkeit! Ja, es mag sein, dass wir das eine oder andere übersehen haben oder zu kompliziert / zu viel / whatever gedacht haben. Aber: Wir sind auch nur Menschen und das Ding heißt ja auch nicht umsonst Entwurf ;) Falls ihr Anmerkungen, Verbesserungsvorschläge oder Korrekturen anzubringen habt, immer raus damit! Hier ist nix in Stein gemeißelt. Wir haben nach bestem Wissen und Gewissen gearbeitet und freuen uns über jegliche konstruktive Kritik.

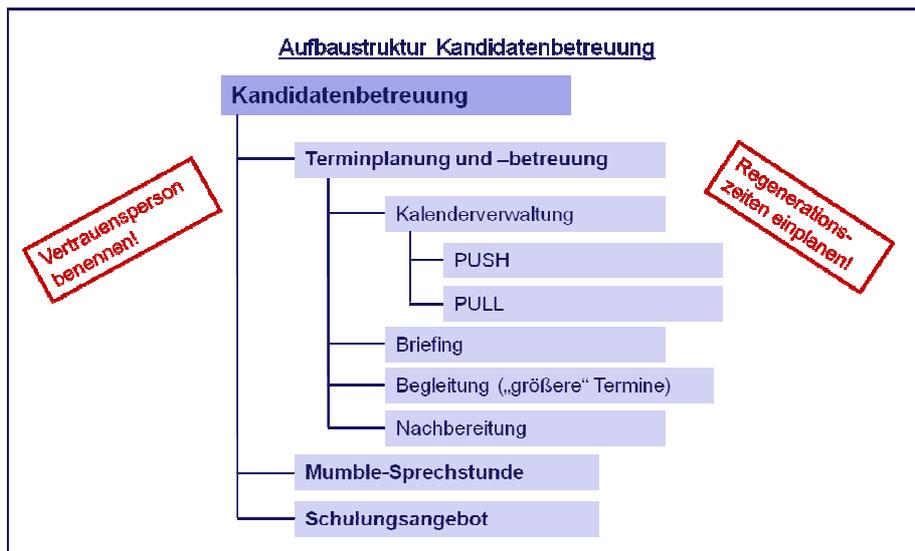
Im weiteren Verlauf werden wir zunächst besagte Aufgaben skizzieren und eine mögliche Projektorganisation bzw. eine mögliche Aufgabenverteilung innerhalb des Wahlkampfes darstellen (inkl. der dazugehörigen Kommunikationsstrukturen und Infoflüsse). In einem weiteren Abschnitt gehen wir auf mögliche Fallstricke / Probleme ein und enden mit einem Überblick respektive einer Auflistung zentraler Ansprechpartner im Wahlkampf.

2. Zentrale Aufgaben im Wahlkampf

2.1 KANDIDATENBETREUUNG

Am 26. / 27.01. diesen Jahres haben wir sie in Meinerzhagen gewählt, unsere 28 Kandidaten für die Landesliste zur Bundestagswahl 2013¹. Hinzu gekommen sind zwischenzeitlich die Direktkandidaten² für die 64 Wahlkreise³. Im Wahlkampf brauchen die Kandidaten unsere Unterstützung! Ihre primäre Aufgabe besteht darin, Inhalte zu transportieren. Sie setzen thematische Akzente in Interviews, vertreten uns bei Podiumsdiskussionen, sie verfassen Blogbeiträge, besuchen Infostände und dergleichen mehr.

Damit die Kandidaten ihrer inhaltlichen Arbeit nachkommen und aktiv nach außen gehen können, brauchen sie Unterstützung. Angelehnt an kommunizierte Wünsche / Bedürfnisse der Kandidaten und Erfahrungsberichte aus dem Landtagswahlkampf 2012 erachten wir in diesem Zusammenhang die terminliche und organisatorische Entlastung sowie die Schaffung von Kommunikationsstrukturen als die zentralen Aspekte. Es gilt, die Kandidaten zeitlich zu entlasten, sie für Interviews zu briefen und dieselben nachzubereiten, klare Schnittstellen und Ansprechpartner zu benennen, Informationen bereitzustellen und dergleichen mehr:



Damit die Kandidaten ihrer inhaltlichen Arbeit nachkommen und aktiv nach außen gehen können, brauchen sie Unterstützung! Angelehnt an kommunizierte Wünsche / Bedürfnisse der Kandidaten⁴ und Erfahrungsberichte aus dem Landtagswahlkampf 2012 erachten wir in diesem Zusammenhang die terminliche und organisatorische Entlastung sowie die Schaffung von Kommunikationsstrukturen als die zentralen Aspekte. Es gilt, die Kandidaten zeitlich zu entlasten, sie für Interviews zu briefen und dieselben nachzubereiten, klare Schnittstellen und Ansprechpartner zu benennen, Informationen bereitzustellen und dergleichen mehr:

2.1.1 TERMINPLANUNG UND -BETREUUNG

¹ https://wiki.piraten-thueringen.de/Benutzer:K%C3%A4ptn_Nemo/Enter-Crew/Bundestagswahlen/Landeslisten-Kandidaten-komplett#Landeslisten

² http://wiki.piraten-thueringen.de/Benutzer:K%C3%A4ptn_Nemo/Enter-Crew/Bundestagswahlen/Direkt-Kandidaten-komplett

³ http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Bundestagswahlkreise_2013

⁴ Treffen der Listenkandidaten am 17.02.2013 in Essen, UPH

Es gilt, die Kandidaten zeitlich zu entlasten, weshalb wir angefragt wurden, die Kalenderverwaltung zu übernehmen. Eingehende Presseanfragen müssen mit den Kalendern der Kandidaten abgeglichen werden. Dazu muss auf Arbeits- und Regenerationszeiten Rücksicht genommen werden. Gegebenenfalls ist dafür zu sorgen, dass die Kandidaten zum Termin hingefahren und abgeholt werden, sowie im Zweifelsfall einen Dolmetscher bereit zu stellen. Es ist sinnvoll, die Kandidaten nicht alleine zu den Presseterminen zu schicken, um eine spätere Auswertung des Termins zu erleichtern. Aus diesem Grund halten wir es für sinnvoll, dass die Kandidaten im Vorhinein eine Vertrauensperson zu benennen.

Vor einem anstehenden Pressetermin müssen die Kandidaten sich inhaltlich und mental vorbereiten. Hierzu dienen in erster Linie die geplanten Schulungen, aber wir möchten auch für eine spontane Wiederauffrischung des Gelernten und gutes Zureden zur Verfügung stehen. Eine solche Terminvorbereitung muss nicht vom Kandidatenbetreuer durchgeführt werden, er muss aber einen Zeitslot und medienerfahrene Unterstützer (z.B. aus der AG Öffentlichkeitsarbeit) dafür einplanen.

Auch die Direktkandidaten werden Unterstützung durch die Koordination erwarten. Hier kann der Kandidatenbetreuer per Mail oder Telefon für Rückfragen bereitstehen. Des Weiteren sollte er sich mit den Pressepiraten der einzelnen Kreise vernetzen, um gegebenenfalls Presseanfragen weitervermitteln zu können. Der Kandidatenbetreuer ist im Fall des Falls das offene für alle Kandidaten und muss zumindest wissen, an wen eine bestimmte Frage delegiert werden kann.

Wie genau sich die Aufgaben zwischen den beiden Kandidatenbetreuern aus dem Berti-Team, der AG ÖA und dem neuen externen Ansprechpartner für die Listenkandidaten gestaltet, muss noch abgeklärt werden.

2.1.2 MUMBLE-SPRECHSTUNDE

Um den Kandidaten, die es interaktiver mögen, entgegen zu kommen, ist die Einrichtung einer regelmäßigen Mumblesprechstunde (Anfangsphase alle 2 Wochen, „heiße“ Wahlkampfphase wöchentlich) geplant. In den Sitzungen werden jeweils ein Mitglied des Koordinatorenteams und ein Mitglied des Landesvorstandes NRW anwesend sein. Nach einem kurzen Bericht von Seiten der Koordinatoren und des LaVo haben die Kandidaten die Möglichkeit, Fragen zu stellen, Bedürfnisse anzumelden, Kritik (und Lob ;P) zu äußern, Verbesserungsvorschläge anzubringen und was ihnen sonst noch so einfällt. Zwecks Weiterleitung der Informationen an nicht-anwesende Kandidaten sollte in Erwägung gezogen werden, die Sitzungen aufzeichnen und über die „gängigen Kanäle“ zu verbreiten (sofern alle Teilnehmenden einverstanden sind; jeweils vor der Sitzung erfragen).

2.1.3 SCHULUNGEN

KOMMUNIKATIONSSCHULUNG

Rhetorikschulung an einem zentralem Ort (Düsseldorf Jugendherberge) am Wochenende 20.4. und 21.4. Gegenstand sind Seminare zu Kommunikationskompetenz und Körperhaltung. Zielgruppe sind die Listen und Direktkandidaten. Im Verlauf des Wochenendes soll jeder der Anwesenden die drei Module Rhetorik, schriftliche Kommunikation und Körperhaltung durchlaufen.

Eine Binnendifferenzierung der unterschiedlichen Bedarfsprofile insbesondere der Direkt- und Listenkandidaten kann über die unterschiedliche Ausgestaltung der einzelnen Seminarblöcke geschehen. Hierfür stehen vier Referenten zur Verfügung, welche in jeweils zweistündigen Blöcken die Übungen vermitteln.

VIDEOSEMINARE

Während der Veranstaltung werden die Seminare aufgezeichnet und danach als Onlineschulung publiziert. Ziel ist es, neben den vor Ort stattfindenden Schulungen eine Datenbank an Videos zur weitergehenden Fortbildung zur Verfügung zu stellen. Neben dem zentralen Seminarwochenende sollen auch einzelne Seminare für Kreise und Stammtische buchbar sein. Hierzu kann im Rahmen des externen, von Jens B. und Lukas L. derzeit im Aufbau befindlichen Schulungsprogramms eine entsprechende Buchung vorgenommen werden.

„PROGRAMM-SCHULUNG“

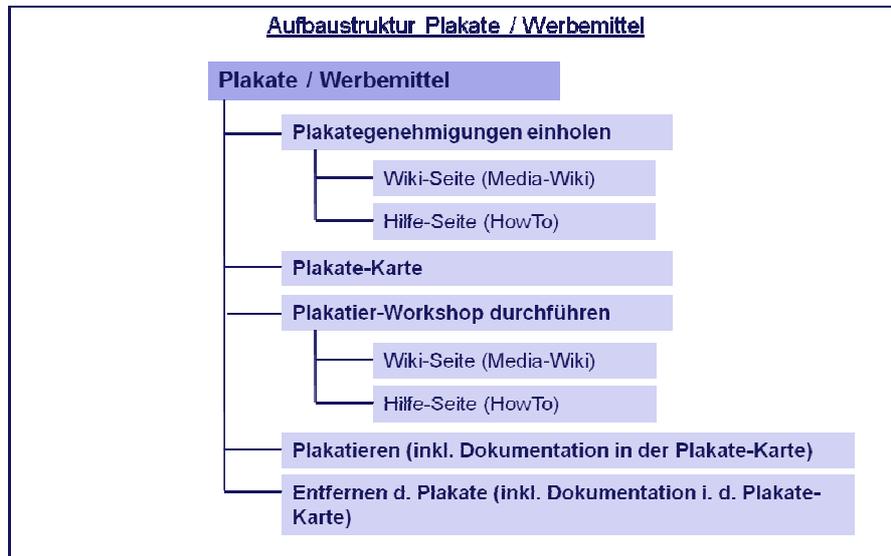
Um die Kandidaten inhaltlich fit zu machen, ist eine Art Programm-Schulung in Anlehnung an das von Jens Seipenbusch vorgestellte Konzept vorgesehen (Vortrag von der Marina Kassel, vgl. http://marina.machmaldieaugen auf.de/files/2013/03/Zusammenhaenge_des_Wahlprogramms.pdf).

Neben der Vertiefung der einzelnen Programmpunkte (Grundsatz- / Wahlprogramm) eröffnet eine solche Schulung den Kandidaten überdies die Möglichkeit, Schwerpunkte festzulegen (insofern, als dass es bspw. mehrere Kandidaten für das Thema „Netpolitik“ gibt; auf dem Treffen könnten die Kandidaten noch einmal genau erörtern, wer Experte / Ansprechpartner für welche vertiefenden Aspekte ist).

2.2 PLAKATE/WERBEMITTEL

Auch in diesem Wahlkampf wird plakatiert und gerade hier braucht's tatkräftige Unterstützung von vielen Seiten! Die Vorbereitungen in Sachen „Plakate“ sind bereits in Gang: die Gestaltung, Entwurf und Implementierung eines „Plakategenehmigungs-Tools“ sowie der „Plakate-Karte“, Ideen für Workshops werden diskutiert, Überlegungen zu einer Videoschulung angestellt, ...

...aber es bleibt noch allerhand zu tun:



2.2.1 PLAKATGENEHMIGUNGEN

Das Plakatieren im Rahmen des Wahlkampfes obliegt der Freigabe und den Regelungen der einzelnen Kommunen. Jede Kommune hat dabei ihre eigenen Regelungen (Plakatierungszeitraum, Plakattypen, Begrenzungen hinsichtlich der Anzahl der Plakate, ...). Bevor es also mit dem Plakatieren losgehen kann, sind diese Informationen sowie eine Plakatierungsgenehmigung in jeder Kommune (!) einzuholen.

Um die Ressourcenplanung im Hinblick auf die Gestaltung der Logistik⁵, Mithilfe beim Plakatieren⁶, etc. zu erleichtern und ein koordiniertes Vorgehen zu gewährleisten, ist geplant, diese Angaben (möglichst vollständig) zu erfassen. Vorgesehen ist hier eine entsprechende Seite im Wiki, auf der mittels eines Formulars für jedes Bundesland und jede Kommune die entsprechend notwendigen Daten eingetragen und sodann automatisiert verarbeitet werden können (<http://wiki.piratenpartei.de/Plakatierungsgenehmigung>)

Anmerkung: Neben dem Nutzen in Hinblick auf die Kapazitätsplanung könnte diese Datenbank auch für spätere Wahlkämpfe interessant sein, da die Regelungen sich meist nicht ändern. Für den Einsatz wird noch ein How-To (Wiki) geschrieben, weiterhin ist eine Einbindung in das Schulungsvideo geplant.

Screenshot des Plakategenehmigungstools, Stand 31.03.2012:

⁵ Die Plakate müssen von den Lagern in die Städte und Gemeinden transportiert werden. Wenn die oben genannten Infos zugänglich wären, würde dies die Terminierung + personentechnische Koordinierung der Transporte erleichtern.

⁶ Eine derartige Übersicht würde auch eine Planung der Plakatierer-Kapazitäten erleichtern. Sollte in einer Gemeinde nicht genug (Wo)Man-Power sein, könnten wir von der berti149 gezielt zu Plakatier-Hilfe-Aktionen aufrufen. Darüber hinaus hätten Plakatier-Wütige / Gerne-Plakatierer so die Möglichkeit, zu gucken, wo sie wann helfen können.

Plakatierungsgenehmigung

Diese Seite entsteht derzeit noch.

Inhaltsverzeichnis

[Verbergen]

- 1 Bayern
 - 1.1 Adelzhausen

Plakatierungsgenehmigung Info/000 [Eintrag für eine Kommune zur Plakatierungsgenehmigung vornehmen](#)

Bundesland/Kommune Ansprechpartner Kommune/Piraten Aufhängen ab Abhängen bis Details

Frau Maria Mustermann bis zu 300 Hohlkammer, Hartfaser

Tel: +49-212-2220022 Fax: +49-212-2220040
Amt für Sicherheit der Stadt
Hafengasse 8
98765 Adelzhausen
Weiterführende Informationen#

Adelzhausen Bayern Do, 21.Mär. 2013 So, 29.Sep. 2013



Darkwind vom 12. März 2013

Kategorien: [Work in Progress](#) | [Plakatierung](#)

Diese Seite wurde zuletzt am 17. März 2013 um 15:52 Uhr geändert. - [Impressum](#) - [Über Piratenwiki](#)

Plakatierungsgenehmigung Info erstellen: Plakatierungsgenehmigung Info/00000002

Sie müssen sich [anmelden](#), um Seiten bearbeiten zu können.

Auch wenn Sie bisher kein Parteimitglied sind, so können sie sich trotzdem gerne bei uns im Wiki betätigen. Legen sie sich doch dazu einfach einen Account für unser Wiki an: [anmelden](#)

Bundesland	<input type="text" value="Bayern"/>	Bitte wähle das Bundesland aus in dem sich die Kommune befindet.
Kommune	<input type="text"/>	Bitte wähle die Kommune aus, über die du die Information eintragen möchtest.
Kontakt bei der Kommune		
Ansprechpartner	<input type="text"/>	Name des Ansprechpartners und Kontakts in der Kommune.
Telefon	<input type="text"/>	Telefonnummer, möglichst Durchwahl.
Fax	<input type="text"/>	Faxnummer
Anschrift	<input type="text"/>	Anschrift der Behörde.
Link	<input type="text"/>	Verweis auf eine Webseite für mehr Informationen oder Formulare.
Kontakt bei den Piraten		
Kontakt der Piraten für die Kommune*	<input type="text"/>	Kontakt der Piraten für diese Kommune.
Angaben zur Plakatierung		
Zeitraum von	<input type="text" value="Januar"/> 2013	Plakatierung ist ab diesem Zeitpunkt möglich.
Zeitraum bis	29 <input type="text" value="September"/> 2013	Plakate müssen abgehängt werden bis.
Art der Plakate	<input type="text" value="Hohlkammer Hartfaser Dreieckständer Plakatwand"/>	Welche Plakattypen dürfen verwendet werden.
Höchstanzahl	<input type="text"/>	Wie viel Plakate dürfen maximal aufgehängt werden.
Sonstige Bemerkungen	<input type="text"/>	Sonstige Bemerkung, die oben nicht abgebildet werden können.
Datum der Erhebung	<input type="text" value="Januar"/> 2013	Wann wurden diese Daten erhoben.
Dein Benutzername	<input type="text" value="~~~~"/>	Sonstige Bemerkung, die oben nicht abgebildet werden können.

2.2.2 PLAKATEKARTE

Das Plakatieren ist eine der zentralen Aufgaben im Bundestagswahlkampf. Wie in vorangegangenen Wahlkämpfen bereits erfolgt, wird auch im Bundestagswahlkampf eine Plakat-Karte zum Einsatz kommen. In diese Plakat-Karte sind sämtliche aufgehängten Plakate zu erfassen bzw. einzupflegen (und später wieder auszutragen). Die Plakate-Karte wird derzeit auf Bundesebene entwickelt bzw. überarbeitet. Zahlreiche Entwickler und Administratoren zum Thema Plakatkarte stehen diesbzgl. in Kontakt, das OK für den Einsatz auf dem Bundesserver wurde seitens Sven Schomakers bereits gegeben / eingeholt, eine Lösung ist in greifbarer Nähe.

Für den Einsatz der Plakate-Karte im Wahlkampf bzw. beim Plakatieren ist neben der Erstellung eines How-To's (Wiki) die Einbindung in den Plakatier-Workshop und das Schulungsvideo geplant.

2.2.3 PLAKATIER-WORKSHOPS

IN DER BERTI

Im Rahmen der Vorbereitungen auf den Straßenwahlkampf wird es zentral organisierte Plakatierworkshops geben, an denen die Wahlkampfkoordinatoren auf Kreisebene teilnehmen sollen. Besonders der Umgang mit den Tools und rechtliche Grundlagen müssen vermittelt werden. Der Schwerpunkt liegt auf der Sicherstellung, dass die Plakatstandorte für alle nachvollziehbar in die App eingepflegt werden, damit das Entfernen der Plakate gegebenenfalls auch übertragen werden kann. Zudem sollen hier auch Tipps gegeben werden, wie die Kreiskoordinatoren ihre Helfer vor Ort schulen können.

VOR ORT

Die Wahlkampfkoordinatoren auf Kreisebene geben ihr erlerntes Wissen an ihre Stammtische und die Menschen weiter, die letztendlich plakatieren werden. Am besten finden solche Schulungen vor Ort unmittelbar vor Plakatierungsbeginn statt.

Gerade für diejenigen, die in den Wikistrukturen (noch) nicht so vertraut sind, ist es wichtig, auf eine Schulung durch den Kreiskoordinator zurückgreifen zu können.

Es werden die rechtlichen Aspekte der Plakatierungsgenehmigung vor Ort und die Handhabung von verschiedenen Plakatierungsmaterialien sowie die Eintragung in die Plakatekarte behandelt. Die Schulung sollte insgesamt 60 Minuten nicht überschreiten, wobei 30 Minuten für einen Vortrag einschließlich Videoanleitung zu den Themen sicheres Anbringen von Plakaten, Arbeiten am Straßenrand in der Dunkelheit, Plakate sicher entfernen und Eintragen in Karten und Nutzung der App vorgesehen sind. Danach kommt eine Erläuterung über rechtliche Begebenheiten des Ortes und die Einschränkungen der Sondergenehmigung sowie eine kurze Erläuterung zu den jeweils im Ort zu plakatierenden Straßen und Plätze. Der Rest der Zeit kann dann für Rückfragen und die Einteilung von Teams und gegebenenfalls das Verteilen des Materials genutzt werden.

Zur Unterstützung sind neben dem Schulungsvideo und den in der zentralen Schulung verwendeten Präsentationsfolien schriftliche How-Tos im Wiki teilweise bereits vorhanden. Diese Materialien sollen den Kreiskoordinatoren bei der Wissensweitergabe und –auffrischung helfen.

2.2.4 PLAKATELOGISTIK

Werbemittel

Die Standardbestellungen (Kulis, bedruckte Luftballons, Modellierballons, Ballonpumpen, Einkaufswagenchips etc.) sind in bereits in Auftrag. Das bestellte Kontingent ist mengenmäßig derart gestaltet, dass es (plangemäß) für die gesamte Wahlkampfzeit ausreichend ist.

Plakate

In Sachen Plakate stehen die NRW-Piraten bereits in Verhandlung mit der Firma Kompla (<http://www.kompla.de/>).

Da die häufig / für gewöhnlich eingesetzten PP Hohlkammerplakate (auch bekannt als Kunststoffplakate oder Wabenplakate) eine sehr negative Energiebilanz haben und in gewisser Hinsicht eine extreme Ressourcenverschwendung bedeuten, wurde neben der üblichen Anfrage (Angebot für Hohlkammerplakate) eine weitere nach Ökoplakate aus Pappe gestellt (noch keine Rückmeldung).

Die Bestellung wird mit Blick auf die positiven Erfahrungen im Landtagswahlkampf 2012 wahrscheinlich in „drei Wellen“ erfolgen. Das bedeutet, dass während der Zeit des Bundestagswahlkampfes drei Mal Bestellungen für Plakatkontingente aufgegeben werden. Ein solches Vorgehen erscheint insofern sinnvoll, als dass Lagerkosten vermieden bzw. verringert werden und kleinere Kontingente eine schnellere „Bearbeitung“ (Auslieferung, Verteilung, Aufhängen) erlauben / ermöglichen⁷.

Die weitere Planung bzw. das weitere Vorgehen (Lagerkonzept; Lagerverwaltung; Tool) sollte zeitnah mit den Ansprechpartnern (Carsten Trojahn, Torsten Sommer) in einem persönlichen Gespräch geklärt und dokumentiert werden.

2.3 WAHLPRÜFSTEINE

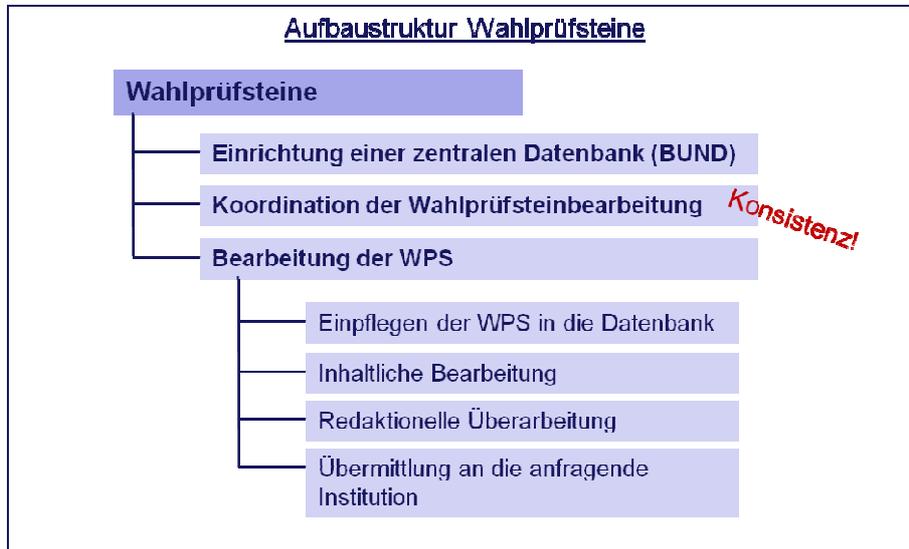
Bei der anstehenden Bundestagswahl erwarten wir wieder regelmäßig von Vereinen und Institutionen mit Wahlprüfsteinen angesprochen zu werden. Wahlprüfsteine sind Sammlungen von Fragen, an Hand derer diese Vereine/Institutionen beispielsweise Wahlempfehlungen aussprechen oder auch die Antworten verschiedener Parteien auf dieselben Fragen veröffentlichen, damit Interessenten sie selbst miteinander vergleichen können⁸.

Die Beantwortung solcher Wahlprüfsteine ist bei jedem Wahlkampf ein **wichtiger Teil der Öffentlichkeitsarbeit**. Zentrales Ziel im Rahmen der Bearbeitung ist größtmögliche Einheitlichkeit und Konsistenz! Das bedeutet beispielsweise, dass ähnlich lautende Anfragen zweier Jagdvereine aus verschiedenen Regionen Deutschlands nicht komplett unterschiedlich beantwortet werden sollten,

⁷ Nicht zuletzt sprechen personentechnische Kapazitätsprobleme für eine Bestellung in 3 Chargen: Dortmund (ca. 300 Mitglieder) bspw. braucht ca. 1 Woche um „einen Schwung“ aufzuhängen; andere Gebiete in NRW sind weitaus „dünn besiedelt“ (dort dürfte sich das Plakatieren ergo um einiges schwieriger gestalten).

⁸ <http://de.wikipedia.org/wiki/Wahlpr%C3%BCfstein>, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/wahlpruefsteine-lobby-verbaende-bitten-parteien-zum-themen-check-a-643679.html>

sondern zumindest der Grundtenor der Antworten derselbe ist. Um diese Konsistenz sicherzustellen, erfolgt derzeit auf Bundesebene die Entwicklung und Implementierung einer zentralen Datenbank zur Sammlung der Antworten. Bzgl. des konkreten Ablaufs der Bearbeitung können zum aktuellen Zeitpunkt nur Vorschläge eingebracht werden, die es noch weiter zu diskutieren gilt und bzgl. derer im weiteren Verlauf Rücksprache mit dem Bundesvorstand (Sebastian Nerz) zu halten ist (insbesondere aufgrund der aktuell noch laufenden Ausschreibung im Bundesvorstandsportal⁹).



2.3.1 EINRICHTUNG EINER ZENTRALEN DATENBANK

Wie bereits angesprochen befindet sich die Datenbank derzeit im Aufbau. Der aktuelle Stand ist hier abrufbar: <http://wiki.piratenpartei.de/Wahlpr%C3%BCfsteine>

Während das Eintragen von Wahlprüfsteinen zum aktuellen Zeitpunkt schon möglich ist, scheint die Durchsuchbarkeit der Datenbank, die für eine effiziente Bearbeitung / Beantwortung der Wahlprüfsteine (Konsistenz!) dringend notwendig ist, noch nicht gewährleistet / implementiert zu sein. An dieser Stelle wäre eine Erweiterung wünschenswert (Kontakt zum Toolverantwortlichen aufnehmen).

2.3.2 BEARBEITUNG DER WAHLPRÜFSTEINE

Es erscheint sinnvoll, bei der Bearbeitung der Wahlprüfsteine eine Trennung der Punkte „Einpfelegen in die Datenbank“ und „inhaltliche Bearbeitung“ vorzunehmen. Überdies sollte – mit Blick auf die Wahrung der Konsistenz – in Erwägung gezogen werden, die Bearbeitung in gewisser Hinsicht zu zentralisieren. Zentralisieren insofern, als dass eintreffende Wahlprüfsteine zunächst an einer oder wenigen zentralen Stellen gesammelt werden, eine Überprüfung stattfindet, ob ähnliche Wahlprüfsteine bereits vorhanden sind und dann das weitere Vorgehen beschieden wird (entweder Übernahme der Antwort aus der DB oder Einpflegen eines neuen Wahlprüfsteins).

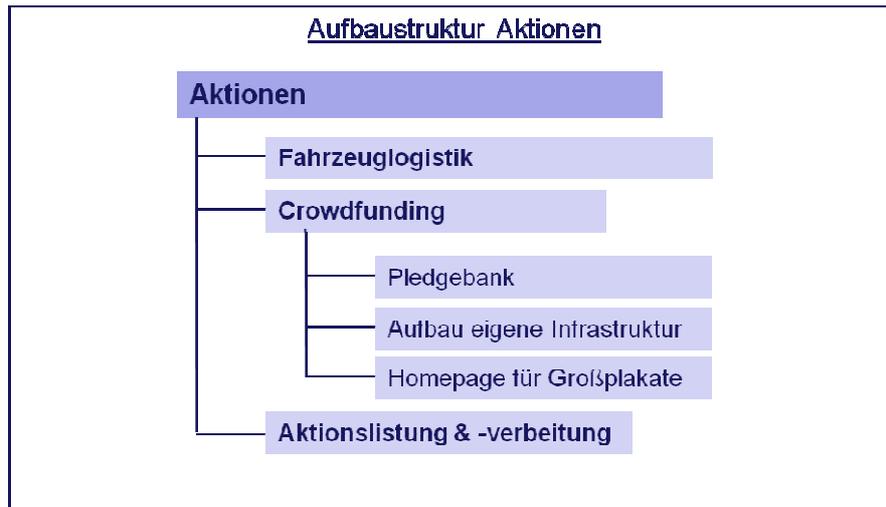
Ein erster Vorschlag / erste Überlegungen für den konkreten Ablauf finden sich in der nachfolgenden Grafik:

⁹ <http://vorstand.piratenpartei.de/2013/02/27/ausschreibung-sg-wahlprufsteine-und-kordinator/>

2.4 AKTIONEN

Mit den Aktionen haben die Koordinatoren nur in soweit zu tun, als dass bei der Vorbereitung (u.a. Finanzierung) geholfen wird, gegebenenfalls Fahrzeuge koordiniert werden und auf jeden Fall Aktionen verbreitet und beworben werden müssen.

Die Planung von Aktionen wird im Wesentlichen von der PG Strategie-BTW und der AG Events NRW durchgeführt. Außerdem gibt es noch bundesweit koordinierte Aktionen. Diese bestehenden Strukturen gilt es zu vernetzen und zu unterstützen. Im Wesentlichen sind hier die Fahrzeuglogistik und die Beschaffung von Mitteln für Aktionen via Crowdfunding zu nennen.



2.4.1 FAHRZEUGLOGISTIK

Die Fahrzeuglogistik wird von einer Person durchgeführt. Zu Beginn müssen hier alle im Landesverband im Einsatz befindlichen Fahrzeuge erfasst werden. Dies kann mit einer einfachen Liste geschehen. Der Standort und der entsprechende Ansprechpartner mitsamt Kontaktdaten ist zu aufnehmen. Wird das Fahrzeug benötigt kann die für die Fahrzeuglogistik zuständige Person kontaktiert werden und dann entscheiden, wann und wo ein Einsatz erfolgen kann.

2.4.2 CROWDFUNDING

Crowdfunding ist eine Art der Finanzierung, mit der sich Projekte oder Geschäftsideen umsetzen lassen. Ihre Kapitalgeber sind eine Vielzahl von Personen, in aller Regel Internetnutzer. Im Wahlkampf lassen sich hiermit Projekte umsetzen, für die sonst kein Budget zur Verfügung steht (z.B. Großplakate, Kaperbriefe oder verhältnismäßig teure Streumittel). Außerdem kann so ein Interesse am jeweiligen Projekt abgeschätzt werden.

Bevor eine Crowdfunding-Aktion durchgeführt wird ist in jedem Fall Rücksprache mit der Schatzmeisterin zu halten.

Der Standardweg, um über Crowdfunding Mittel zu generieren, wäre über die Plattform pledgebank.com. Als sinnvolle Alternative hierzu wird danach das Erstellen einer eigenen Infrastruktur aufgezeigt, da dies einige Vorteile bietet.

PLEDGE BANK

DAS VERSPRECHEN

Bei einer Pledge verspricht der Ersteller, einen Eigenanteil für die Aktion zu spenden, wenn eine bestimmte Anzahl Menschen einen weiteren definierten Beitrag spenden. Ist die Pledge nur von einer Person verfasst worden, ist das Versprechen einer höheren Einzelspende wichtig für die Motivation weiterer Spender. Im Wahlkampf reicht es aber vermutlich, von Seiten des Landesverbandes einen kleineren Eigenanteil aufzubringen. Ganz entscheidend für das Gelingen ist, dass der Spender sich mit der Pledge identifizieren kann. Sie sollte einem zeitnahen Ziel dienen und der Spender muss ein Interesse haben, dass dieses erreicht wird. Die Koordination mit geplanten Aktionen muss zudem beachtet werden. Die Spendenbereitschaft ist generell höher, wenn ein positives Parteiklima vorherrscht.

DER ANTRAGSTEXT

Es sollte eine geeignete Überschrift gefunden werden, aus der bereits hervorgeht, worum es bei der Pledge geht. Weiterhin muss gut erklärt werden, für welchen Zweck gesammelt wird. Auch später sollte transparent gemacht werden, was mit dem Geld geschieht.

Um unnötige Arbeit beim Buchen der Spenden zu vermeiden, sollte im Text auf der Webseite bereits stehen, was bei der Überweisung benötigt wird: Der Name des Spenders und die Mitgliedsnummer (für Piraten) bzw. die Adresse (für Nichtpiraten). Außerdem sollte für Rückfragen eine Emailadresse angegeben sein, idealerweise die des Erstellers. Insgesamt sollte der Antragstext jedoch nicht zu lang gestaltet werden.

SPENDER UND SPENDENBEITRÄGE

Die Spendenhöhe darf nicht zu klein gewählt werden, da jede Spende Buchungsaufwand bedeutet und sonst nicht im Verhältnis zum Nutzen steht. Sie darf auch nicht zu hoch gewählt werden, da dies die Bereitschaft zum Spenden senkt. Als praktikabel haben sich Spendenhöhen von 15 bis 20 Euro erwiesen.

Erfahrungswerte aus vergangenen Wahlkämpfen haben gezeigt, dass auf Landesebene ein Spendenvolumen von maximal 7500 Euro erreicht werden kann. Es ist jedoch sinnvoller, mehrere kleine Pledges mit einem Volumen von 1500 bis 2000 Euro durchzuführen, da so die gleichen Spender durch Erfolgserlebnisse (Wachsen des Balkens, Erreichen des Spendenziels) motiviert sind, mehrmals zu spenden und zudem als Multiplikator fungieren. Dies entspricht einer Zahl von 100 Spendern.

DIE VERBREITUNG

Eine Pledge funktioniert nur, wenn auch viele Leute von ihr erfahren. Sie muss also über die üblichen Social Media-Kanäle bekannt gemacht werden. Hierbei sollte nicht nur Twitter bedacht werden, gerade auf Facebook finden sich viele inaktive Piraten und Sympathisanten. Eventuell kann die Facebookseite der Bundespartei eingebunden werden. Zu Anfang ist die Spendenbereitschaft bei vielen eher gering, sodass sich ein mehrfaches, regelmäßiges Erinnern an die Pledge und Verbreiten des Spendenstands positiv auswirkt.

Weiterhin sollte auf der Homepage (in diesem Fall schon die Startseite der NRW-Homepage) ein Störer zu finden sein, der auf die Pledge hinweist. Dieser sollte auffällig und in der Corporate Identity gehalten sein.

NACHBEREITUNG

Beim Erstellen der Pledge muss klar sein, dass nicht alle, die diese unterschreiben, am Ende auch das Geld überweisen. Alles findet hier auf Vertrauensbasis statt. Beim Nichteinlösen des Spendenversprechens liegt allerdings häufig kein böser Wille des Spenders vor, es wird oft einfach Vergessen. Statistische Werte liegen nicht vor, man kann aber damit rechnen, dass 20% der Spender (Schätzwert von Matthias Schrade) letztendlich nicht überweisen. Um diesen Effekt zu mindern, sollten beim Erreichen des Spendenziels die Spender via E-Mail angeschrieben werden. Eine E-Mail-Adresse muss beim Zeichnen der Pledge angegeben werden. Außerdem sollte sich auf diesem Weg bei den Spendern bedankt werden. Dies und eine zeitnahe Ausstellung der Spendenquittungen von Seiten der Schatzmeisterin erhöhen die erneute Spendenbereitschaft.

AUFBAU EINER EIGENEN INFRASTRUKTUR

Eine sinnvolle Alternative zur Plattform pledgebank.com ist der Aufbau einer eigenen Spendeninfrastruktur, wie es beispielsweise die Bundes-IT bei der 100k-Spendenaktion gemacht hat. Die oben für Pledges aufgeführten Rahmenbedingungen gelten im Wesentlichen hier genauso.

Der Aufbau einer eigenen Infrastruktur bindet Zeit und Ressourcen. Es bieten sich jedoch einige Vorteile. Es besteht die Möglichkeit, die Spendenseite in der eigenen Corporate Identity zu gestalten, sodass der Spender nicht auf eine weitere Seite geleitet wird, was ihm ein Gefühl von Sicherheit gibt und somit die Spendenbereitschaft erhöht. Weiterhin können Änderungen kurzfristig eingepflegt werden, da man Zugriff auf das System hat.

Der wesentlichste Vorteil ergibt sich für die Schatzmeisterin: Man kann die Spendenwebseite so gestalten, dass eine Einzugsermächtigung möglich ist und die Spende so nicht in Vergessenheit geraten kann. Außerdem kann die Spendensumme flexibel gestaltet werden, beispielsweise durch ein Drop Down-Menü, das neben einer 15 Euro Spende noch weitere, höhere Beträge aufweist. Es ist auch bei Pledges möglich, einen höheren Beitrag zu überweisen, dies wird jedoch auf der Homepage nicht erfasst. Der Arbeitsaufwand für die Schatzmeisterin ist also höher und zudem ist der psychologische Effekt (dem Balken beim Wachsen zusehen) geringer.

Zum Erstellen einer eigenen Infrastruktur muss sich mit einigen Gruppierungen vernetzt werden. Im Wesentlichen besteht diese Vernetzung jedoch aus anderen Gründen schon. Hier zu nennen sind die AG-Technik NRW, die SG-Gestaltung und die Schatzmeisterin.

2.4.3 AKTIONSLISTUNG UND -VERBREITUNG

Eine Auflistung der geplanten Aktionen soll als Unterpunkt auf der Wiki-Seite zu finden sein. In Kürze anstehende Aktionen werden rechtzeitig über die Social Media-Kanäle beworben. Außerdem wird in Rücksprache mit den Wahlkampfkoordinatoren auf Kreisebene eine möglichst flächendeckende Teilnahme an Aktionen forciert.

Es wird auf Bundesebene an einer Homepage gearbeitet, die es ermöglicht, per Einzelspende Großplakate auf kommerziellen Werbeträgern zu finanzieren. Auch hier ist eine Verbreitung von unserer Seite geplant.

2.5 BÜRO-LEITUNG / BETRIEB DER WAHLKAMPFZENTRALE

In der Berti sollte täglich zumindest ein Wahlkampfkoordinator und eine Büroleitung anwesend sein. Diese Personen haben Hausrecht und kümmern sich neben ihren eigentlichen Aufgaben auch um den allgemeinen Frieden unter den Mitarbeitern.

2.5.1 LEITUNG

Die Aufgaben der Büroleitung bestehen unter anderem, aber insbesondere darin, die verschiedenen Listen (Schlüssel, Raumbelugung, Schichtplan, Telefonliste) zu führen, den Aktionskalender verwalten, die täglich wechselnden Mitarbeiter einweisen und den Empfang von Presseleuten und anderen Besuchern erledigen. Des Weiteren ist die Büroleitung für die ausreichende Versorgung mit Büromaterialien und Verpflegung zuständig. Sie kümmert sich um alle anfallenden Probleme mit Müllentsorgung, Vermieter und Reinigungspersonal und ruft ggf. Techniker zu Hilfe.

Wir möchten gerne zwei Personen als Büroleitung einstellen, von denen täglich (mindestens) eine in der Berti anwesend sein muss.

2.5.2 TELEFONDIENTST

Das Telefon in der Berti wird im Wahlkampf vermeintlich selten still stehen. Anrufe von Mitgliedern, Presse, Institutionen, interessierten Bürgern und anderen werden an der Tagesordnung sein. Diese Anrufe müssen angenommen und ggf. weitergeleitet werden, Fragen sind zu beantworten, Informationen zu übermitteln und vieles mehr. In der Berti sollte insofern mindestens ein Arbeitsplatz „Telefondienst“ eingerichtet werden. Die Aufgaben, die hier anfallen, sind schnell zu erlernen, sodass dies ein Posten für die täglich wechselnden Helfer ist.

2.5.3 POST-EN

Auch die Post will erledigt werden, sowohl online (Emails) als auch offline (Briefe, Pakete). Die Briefe müssen geöffnet, online und offline katalogisiert und weitergeleitet werden. Emails können entweder gleich beantwortet werden oder müssen entsprechend weitergeleitet werden.

Auch diese Aufgabe bedarf keiner größeren Einarbeitungsphase, sodass auch dieser Posten für die täglich wechselnden Helfer ist.

2.5.4 SOCIAL MEDIA BETREUUNG

Herzstück der Außendarstellung sind die üblichen Social Media-Kanäle wie Twitter, Facebook und Google+. Diese müssen mit Texten, Videos und Fotos gefüllt werden müssen.

Für die externe Kommunikation sind zwei Arbeitsplätze vorgesehen: Zum einen wird es einen Rechner speziell für die Erstellung und die Bearbeitung (Schnitt) von Videos bzw. das Managen des Streamings geben. In der Berti sollen Interviews gestreamt werden und natürlich auch später als Video abgerufen werden können.

Solange die Berti besetzt ist, sollte des Weiteren immer ein Arbeitsplatz für Social Media reserviert sein, von dem aus Twitter, Google+ und Facebook bedient werden. Es muss nicht nur Content erstellt werden, sondern auch eine zeitnahe Reaktion auf Tagespresse und natürlich Mentions gewährleistet werden. Hinzu kommt eventuelle Kommentarmoderation.

Um für ausreichend Bildmaterial zu sorgen, sind mehrere mobile Fototeams nötig.

Auch wenn die Berti nicht besetzt ist, sollten die Social Media-Accounts betreut werden. Um kein Chaos entstehen zu lassen, sollten höchstens vier bis fünf Personen Zugriff auf die Accounts haben und sich in der Betreuung außerhalb der „Kernzeiten“ abwechseln.

2.5.5 WIKIGÄRTNER

Die Wikiseiten im Wiki der Piratenpartei, welche für den Wahlkampf in NRW Inhalte transportieren, sollten so gepflegt werden, dass die entsprechenden Inhalte leicht erstellt, wiedergefunden, genutzt und aktualisiert werden können.

Es gilt, den Informationen Suchenden und Anbietenden einen einfachen und schnellen Austausch zu ermöglichen. Bei Bedarf sind Artikel zu gliedern, zu reorganisieren und in geeignete Kategorien zu verschieben, für eine leichte Pflege sind Vorlagen und Formulare zu entwickeln (bevorzugt mit Semantic Forms) und dergleichen mehr. Neben diesen technischen Anforderungen gibt es Aufgaben inhaltlicher Natur. Hierbei ist auf die ausreichende Verschlagwortung und optimale Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Information zu achten.

Zur Erledigung dieser Aufgaben werden wir (mindestens) 2 Verantwortliche („Wiki-Gärtner“) benennen, die als zentrale Ansprechpartner für sämtliche Probleme, Bedürfnisse und Wünsche rund ums Wiki fungieren sollen.

2.5.6 EINZURICHTENDE ARBEITSMITTEL / TOOLS

Nachfolgend eine Auflistung zu implementierender Tools / Arbeitsmittel zur Gewährleistung einer möglichst optimalen Arbeitsfähigkeit in der Wahlkampfzentrale:

Anwender-Software Desktops berti

- Open Office
- Firefox
- Chrome
- FreePDF
- Mumble / Skype
- Foxit PDF
- VLC
- Softphone
- 7ZIP
- GanttProject
- Scribus
- Inkscape
- Trello
- Freemind

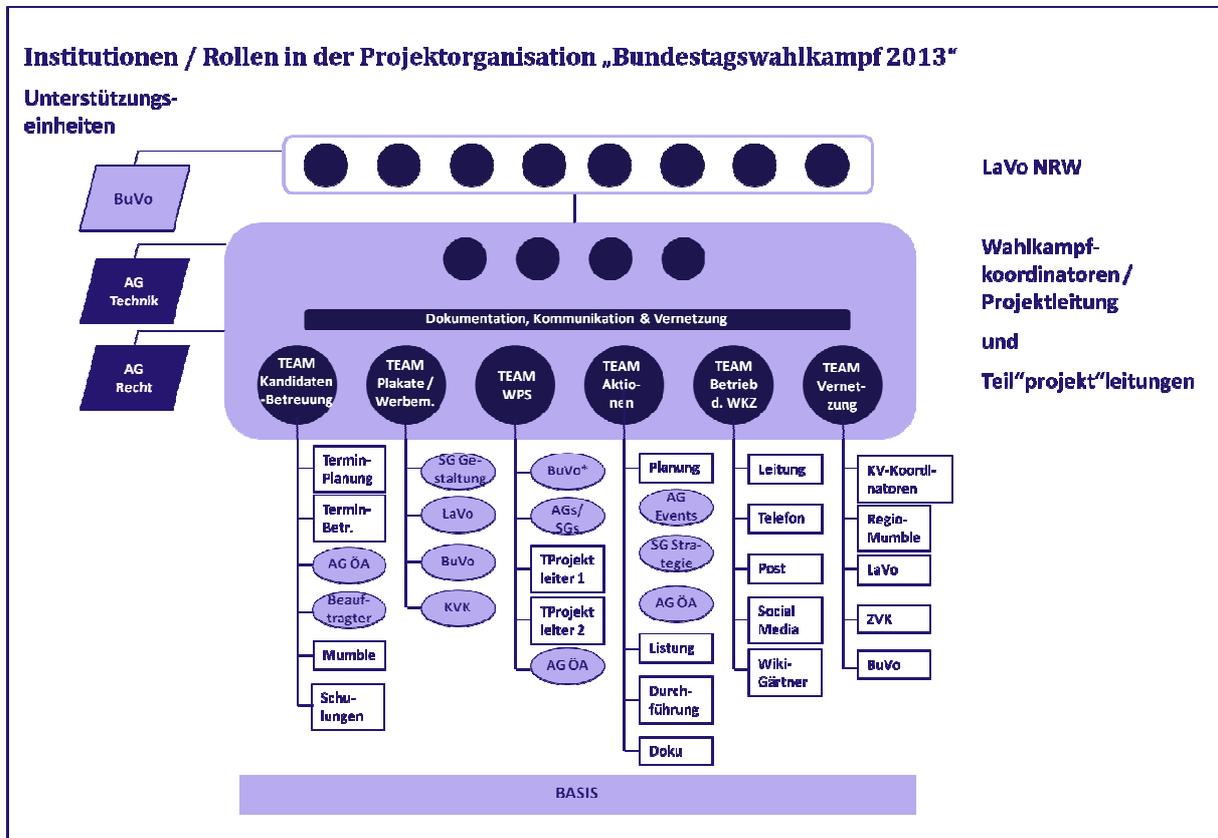
Die Einrichtung erfolgt optimalerweise durch die AG Technik

Sonstige Anforderungen

- Einrichtung eines Request Trackers (*Ansprechpartner: A. Reintzsch*)
- Mailingliste berti.info (Schreibrechte nur für Koordinatoren) (*Ansprechpartner: A. Reintzsch*)
- Liste der Wahlkampfkoordinatoren auf Kreisebene (*Verantwortliche: Koordinatoren*)
- Verwaltungstool Logistik (*Ansprechpartner: C. Trojahn*)
- Plakatekarte (*Ansprechpartner: S.Nerz, A. Reintzsch*)
- Kalenderlösung (*Ansprechpartner: AG Technik*)
- Bertiwebseite oder –unterseite (*Ansprechpartner: A.Reintzsch*)

3. PROJEKTSTRUKTUR / PROJEKTORGANISATION UND AUFGABENVERTEILUNG IM PROJEKT

3.1 ZENTRALE PROJEKTBETEILIGTE IM ÜBERBLICK



Nachfolgend eine kurze, konkrete Beschreibung einzelner Rollen /Verantwortlicher / Beteiligter im Wahlkampf (Aufgaben und Anforderungen).

3.1.1 LANDESVORSTAND

Definition: Zusammenfassung der Entscheidungs- und Verantwortungsträger

Dem Landesvorstand kommen unserem Erachten nach folgende Aufgaben zu:

- Formulierung der Ausschreibung
- Benennung des Wahlkampfkoordinatoren-Teams
- Beteiligung bei Festlegung der Wahlkampfphasen
- Freigabe einzelner Phasen durch Zwischenentscheidungen (z. B. durch die Bewilligung von Finanzanträgen)
- Konfliktlösung wenn Kompetenz des Koordinatoren-Teams nicht ausreicht
- Durchsetzung der übergeordneten Parteiinteressen.

3.1.2 BUNDESVORSTAND

Definition: (insb.) Entscheidungs- und Verantwortungsträger (Bundesebene) und Ansprechpartner

Dem Bundesvorstand obliegen folgende Aufgaben und Funktionen:

- Festlegung der Wahlkampfphasen auf Bundesebene
- Freigabe einzelner Phasen durch Zwischenentscheidungen
- Ansprechpartner für bundesweit laufende Aufgaben und Tools (Plakate-Karte; Plakategenehmigungstool; WPS-Datenbank)
- Ansprechpartner für bundesweit geplante Aktionen
- Durchsetzung der übergeordneten Parteiinteressen.

3.1.3 WAHLKAMPF-KOORDINATOREN

Definition: Die Aufgabe der Wahlkampfkoordinatoren ist das Erreichen des Projektziels unter Einhaltung des Kosten- und Terminrahmens (bei voller Erfüllung des geforderten Leistungsumfangs in der geforderten Qualität)

Die Wahlkampfkoordinatoren haben im Wahlkampf so einiges zu tun:

- Definieren und Strukturieren der Aufgaben (Projektplanung)
- Führen der Sub-/Teil-Team-Leiter (WPS; Büro-Organisation; ...)
- Koordination des Projektteams und Kommunikationssicherung
- Projekt“controlling“ (Termine + Deadlines im Auge behalten + auf Einhaltung achten ;P)
- Abstimmung mit projektexternen Stellen
- Informieren der und kommunizieren mit den anderen Projektbeteiligten
- Durchführen des Projektabschlusses
- Moderieren von Beratungstreffen und sonstigen Sitzungen
- Organisation einer Kick-Off-Veranstaltung (s. Anhang)

3.1.4 TEAM KANDIDATENBETREUUNG

Konkrete Rollenbeschreibungen folgen.

3.1.2 TEAM PLAKATE

Konkrete Rollenbeschreibungen folgen.

3.1.3 TEAM WPS

Definition: (organisatorische) Verantwortung für die Bearbeitung der Wahlprüfstein

Die WPS-Verantwortlichen haben im Wahlkampf folgende Aufgaben:

- inhaltliche Bearbeitung der Wahlprüfsteine (primär Weiterleitung an Experten)
- Einpflegen der Daten in die Bundesdatenbank (inkl. Verschlagwortung!)
- Weiterleitung der Antworten an die anfragenden Institutionen
- Aufbau eines WPS-Kernteam (5 – 10 Piraten)
- Sicherstellung der Kommunikation zwischen den Team-Mitgliedern
- Vernetzung mit dem Bundesteam „WPS“, den SGs Programmfragen, Presse, Lektorat, Webseite, den Pressesprechern sowie den inhaltlichen Arbeitsgruppen und Kandidaten
- Abstimmung der Antworten mit Programminhalten, Sicherstellung der Widerspruchsfreiheit der Antworten (Konsistenz)

3.1.4 TEAM AKTIONEN

„Crowdfunder“

Definition: Aufgabe des Crowdfunders ist der Aufbau einer geeigneten Crowdfunding-Infrastruktur und darauf aufbauend die Durchführung der Pledges

Konkrete Aufgaben des Crowdfunders sind:

- Kommunikation mit der AG Technik zwecks Klärung der technischen Aspekte
- Austausch mit der SG-Gestaltung (graphischen Gestaltung)
- Kommunikation mit der Schatzmeisterin (Spendenaufkommen)
- Formulieren / Lektorieren der Antragstexte für die einzelnen Pledges
- Verbreitung der Aktionen via Social Media (evtl. in Zusammenarbeit mit dem Social-Media-Arbeitsplatz)

3.1.5 TEAM Büro-Orga

Die Rollenbeschreibungen der Wiki-Gärtner sehen wie folgt aus¹⁰:

Wiki-Gärtner

Definition: Pflege der Wiki-Seiten der Piratenpartei, welche Inhalte für den Wahlkampf in NRW transportieren

Der **technische** Wiki-Gärtner hat folgende Aufgaben zu tun:

- Artikel bei Bedarf gliedern, reorganisieren und in geeignete Kategorien verschieben
- Erstellung von Vorlagen und Formulare (zwecks leichter Pflege), bevorzugt mit Semantic Forms
- eigenständige Vernetzung mit anderen Wikigärtnern / -helfern

→ **Anforderungen:**

- ✓ sehr gute Erfahrungen im Umgang mit dem Mediawiki
- ✓ beherrschen der gängigen Wikisyntax
- ✓ gute Erfahrung im Erstellen von Vorlagen und Tabellen
- ✓ gute Dokumentation der vollzogenen Änderung im üblichen Umfang
- ✓ bevorzugt gute Kenntnisse in der Vorlagenprogrammierung
- ✓ bevorzugt bereits erfahrener Wikigärtner/Admin im Wiki
- ✓ bevorzugt gute Kenntnisse im Erstellen von semantischen Seiten und Formulare
- ✓ bevorzugt gute Kenntnisse mit CSS und Layouting

Der **redaktionellen** Wiki-Gärtner ist verantwortlich für:

- inhaltliche Redaktion
- ausreichende Verschlagwortung
- Gewährleistung der Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Information
- eigenständige Vernetzung mit den anderen Wikigärtnern / -helfern

→ **Anforderungen:**

- ✓ sicher in der deutschen Rechtschreibung, Grammatik und redaktionellem Arbeiten
- ✓ gutes Verständnis der Funktion von Kategorien und semantischem Einordnen von Artikeln
- ✓ bevorzugt geübt mit den Mediawikiwerkzeugen für die Massenverarbeitung und -anpassung.

¹⁰ Ausschreibung → s. Anhang

3.2 ZENTRALE KOMMUNIKATIONSSTRUKTUREN

Die Wahlkampfkoordinatoren haben die zentrale Aufgabe, alle am Wahlkampf beteiligten und interessierten Personen und Personenkreis über die aktuellen Vorgänge zu informieren. Es ist eine weitere Mailingliste geplant, die neben der bereits bestehenden btw-koordination eingerichtet werden soll. Die Liste ist als reine Infoliste gedacht, auf der nur die Koordinatoren Schreibrechte haben. Besonders den Kreis-Wahlkampfkoordinatoren ist anzuraten, diese Liste zu abonnieren. Über diese Liste und die NRW Info Mailingliste sollen tägliche und wöchentliche Informationsschreiben geschickt werden. Die Koordinatoren in den einzelnen Kreisen sollen dafür sorgen, die Infos aus den Newslettern an ihre Kreise (regionale ML und ggf. offline am Stammtisch) weiterzureichen. Die Infobriefe können darüber hinaus auch den Kandidaten als Handreichung für Interviewtermine mitgegeben werden.

3.2.1 VERNETZUNG BERTI149 (KOORDINATOREN)

Die Koordinatoren der Berti treffen sich wöchentlich zu einem Meeting und kommunizieren ansonsten über die btw-koordination Mailingliste. Wichtig ist ebenso, die Wikiseite aktuell zu halten, um hier schnell und zentral alle wichtigen Fakten zu sammeln. Besonders zu beachten sind hier auch der Büroschichtplan und der Kalender, die stets aktuell sein müssen. Zudem wird es ein weiteres wöchentliches Meeting geben, an dem auch die Büroleitung und die zentralen Ansprechpartner der anderen Teams teilnehmen sollen.

3.2.2 VERNETZUNG NRW (INTERN)

Zur NRW-weiten Information dienen die täglichen und wöchentlichen Newsletter, die an die Mailinglisten NRW Info und Berti Info geschickt werden.

Des Weiteren wird das bereits monatlich stattfindende Regiomumble im Wahlkampf verstärkt genutzt und belebt werden. Aus den Protokollen der Sitzungen können die Wahlkampfkoordinatoren in der Berti Infos herausfiltern und eventuelle Unstimmigkeiten erkennen.

Natürlich können Rückfragen auch piratenintern über Telefon und E-Mail erfolgen. Falls sich abzeichnet, dass immer wieder die gleichen Fragen gestellt werden, könnte man im Laufe der Zeit eine FAQ im Wiki anlegen.

3.2.3 VERNETZUNG MIT DEM BUND + ANDEREN LANDESVERBÄNDEN

Die Vernetzung mit dem Bund und den Ländern erfolgt planungsmäßig in Anlehnung an das Konzept von Jens Seipenbusch über den Zentralen Vernetzungskreis (ZVK, vgl. <http://wiki.piratenpartei.de/Wahlen/Bund/ZVK>)

4. DOKUMENTATION UND CONTROLLING

4.1 DOKUMENTATION

Informationen aus der berti149 werden über verschiedene Kanäle / Medien kommuniziert werden:

1. Wikiseite / Webseite

Für die Wiki-Seite / Webseite ist Folgendes geplant:

- Listen mit Ansprechpartnern (siehe Anhang
 - Themenbeauftragte (<http://vorstand.piratenpartei.de/beauftragungen/>)
 - Bund (BuVo, Presse, Technik)
 - NRW (LaVo, Fraktion, KVs, virtuelle Büros, Presse, Technik)
 - andere Länder (...)
 - Aktionskalender / Zeitpläne
 - Bettenbörse¹¹

2. Infomail

Die Wahlkampfzentrale wird in täglichen *Infomails* über die Vorgänge im Rahmen der Wahlkampfkoordination informieren. In der Infomail enthalten die Aktionen und Termine (Schulungen, Aktionstage) des Tages, sowie Medienauftritte der Kandidaten aus NRW. Hinzu kommen ggf. Updates und Neuerungen von Toollösungen und „Hilferufe“ zum Plakatieren, in der Berti usw.

Jeweils zum Wochenende soll ein etwas ausführlicherer Infobrief erscheinen. Dieser soll analog zu den Infobriefen an Wochentagen eine Übersicht über aktuelle und geplante Aktionen beinhalten und darüber hinaus eine aktualisierte Übersicht über Aktionen der kommenden zwei Wochen sowie ähnlich Relevantes. Der Umfang des Infobriefes sollte zwei Seiten nicht überschreiten, um auch als doppelseitiger Ausdruck verteilt werden zu könne

3. Pressespiegel / Management-Summary / Info-sheet

Einige Kandidaten kommunizierten den Wunsch nach einem täglichen Pressespiegel. Anderen wäre ein täglicher, abendlicher Info-sheet lieb, wieder andere hätten gern ein Management-Summary. Ob hier jeweils dieselben Informationen gewünscht sind und das Kind immer nur einen anderen Namen bekommen hat oder ob unterschiedliche Vorstellungen bestehen, sollte in einem weiteren Gespräch mit den Kandidaten geklärt werden. (Soll es um innerparteiliche Vorgänge gehen, Informationen über andere Parteien, ...?)

In einem weiteren Schritt ist sodann mit der Ag ÖA zu klären, ob diese einen solchen Service leisten könnte.

4. Tagesbericht BUND

Sebastian Nerz als im Bundesvorstand für die Wahlkampfkoordination Verantwortlicher möchte gerne täglich einen Tagesbericht bekommen. Sebastian wollte hierzu eine Vorlage erstellen, nach der die beauftragten Koordinatoren sich richten können. Wichtige Fragen hierbei werden sein:

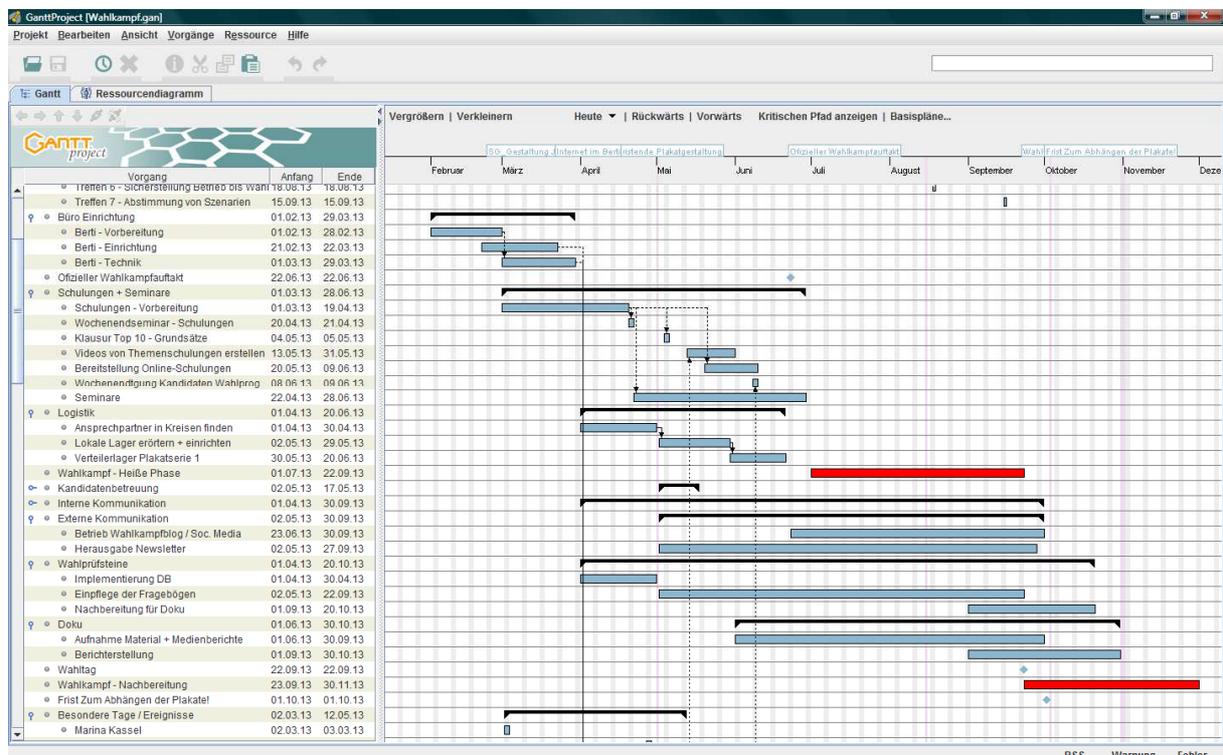
¹¹ Die Kandidaten werden während des Wahlkampfes sicher den einen oder anderen Tag in Düsseldorf verbringen. Bei mehrtägigen Aufenthalten, im Falle von Abendveranstaltungen, bei denen eine Heimreise am selben Abend unpassend wäre, benötigt der eine oder andere Kandidat vielleicht eine Übernachtungsmöglichkeit. Die Einrichtung einer Bettenbörse (insbesondere im Umkreis Düsseldorf) erscheint insofern sinnvoll (Kostenvermeidung, Vernetzung, ...).

- Welches sind aktuelle Themen im Land (Tagespolitik)?
- Welche Aktionen sind geplant / durchgeführt worden?
- Was ist gut / was schlecht gelaufen?
- Gibt es Unterstützungsbedarf?
- Gibt es Fragen?

Eventuell ist es sinnvoll, diese Tagesberichte wöchentlich zusammenzufassen und als Grundlage in die Dokumentation einfließen zu lassen. Nach Abschluss der Wahl sollte es möglich sein, aus den gesammelten Daten ein „Best Practice“ Handbuch zu erstellen, das für die Vorbereitung nächster Wahlkämpfe zur Verfügung steht.

4.2 CONTROLLING

Den Projektfortschritt werden wir mittels eines Projektmanagement-Tools (<http://de.wikipedia.org/wiki/GanttProject>) begleiten. Wir werden die für den Verlauf des Wahlkampfes relevanten Aktionen und Veranstaltungen nebst ihrer Vorbereitungs- und Nachbereitungsphasen mittels eines Gantt Diagramms abbilden¹² (Screenshot mit den ersten Terminen findet ihr anbei; neue Termine, Deadlines und Meilensteine werden eingepflegt und fortlaufend aktualisiert). Die Terminplanung ist die Grundlage des Wahlkampfkalenders, der Vorausschau in den Infobriefen und der späteren Analyse des Wahlkampfes.



¹² Die Art der Darstellung findet oftmals Anwendung im Projektmanagement und im Rahmen von Bauablaufplanungen und hat sich in dem Zusammenhang der Planung und des Controllings komplizierter und in Abhängigkeit befindlicher Projekte bewährt. Die zur Bearbeitung erforderliche Software wird auf den Rechnern in der Wahlkampfzentrale verfügbar sein.

5. Mögliche Fallstricke und Probleme

Natürlich gibt es bei einem so großen Projekt auch verschiedene Szenarien, die das Projekt behindern können. Wir haben uns Gedanken gemacht, welche Fallstricke es geben könnte. Diese Überlegungen flossen in das Konzept mit ein und wir hoffen nun, dass diese sich so und durch ständige Abstimmungen im laufenden Prozess vermeiden lassen.

Projektziele und Projektaufgaben	<ul style="list-style-type: none"> • unvollständige Projektkonzeption • fehlerhafte Aufgabendefinition • mangelnde Problemanalyse • Lösungen nicht benutzergerecht • unzureichende Überprüfung des Projektablaufs
Projektbeteiligte und Projektorganisation	<ul style="list-style-type: none"> • fehlende Unterstützung des Projekts (BuVo, LaVo, Mitglieder) • Spannungen zwischen Projektbeteiligten • Überforderung / Schwäche / Demotivation der Beteiligten • Angst und Widerstände gegen Schaffung von Organisationsstrukturen
Information und Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • unzureichende Abstimmung zwischen den Koordinatoren • ungenügende / fehlerhafte Kommunikation zwischen Projektbeteiligten • unzureichende Projekttransparenz • unvollständige Dokumentation
Methoden und Techniken	<ul style="list-style-type: none"> • keine erkennbare Logik des Vorgehens • zu starres, unflexibles Vorgehen • ineffiziente Gruppenarbeit • schlechte Umsetzung der Methoden und Techniken • benutzerunfreundliche Tools • unzureichende Verwendung der Tools • fehlende Akzeptanz von Methoden und Techniken • Technikausfall

Abb.: Potentielle Fallstricke / mögliche Probleme im Wahlkampf

6. ZENTRALE ANSPRECHPARTNER IM ÜBERBLICK

Die nachfolgenden Tabellen geben einen Überblick über zentrale Ansprechpartner im Wahlkampf (Bundes-, Landes- und Kreisebene und externe Ansprechpartner).

6.1 BUNDESEBENE

Name	Funktion / Amt	Bereich / Thema	KV/ Wohnort	Email	Telefon	Twitter	Wiki-Seite
Sebastian Nerz	Stv. BuVo	Strategie Bundestagswahlkampf	Tübingen	sebastian.nerz@piratenpartei.de		@tirsales	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:tirsales
Matthias Schrade	Wahlkampf- koordinator (Bundesebene)	Bundestagswahlkampfkoordination	Esslingen / Düsseldorf	matthiaspirat@googlemail.com	0172 294 33 92	@kungler	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:kungler
Anita Möllering	Bundes- pressesprecherin	Presse (Haupt-AP für Presse, Public Affairs)		anita.moellering@piratenpartei.de	0176 / 84 28 90 11	@anuschka78	http://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Anuschka
Andreas Bogk	Stv. Bundes- pressesprecher	Presse (Presseorganisation BPTe u. Presse- veranstaltungen)		pirat@andreas.org	030 60 98 97 514	@andreasdotorg	http://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Andreasdotorg
Martina Flasch	Leiterin Servicegruppe Presse	Schwerpunkt: Pressemeldungen, Presseverteiler		martina.flasch@piratenpartei.de	030 60 98 97 515	@drachenrose	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:tirsales
Markus Barenhoff	Stv. BuVo	WPS (Tool- verantwortlicher)	Münster	markus.barenhoff@piratenpartei-nrw.de	0174 1753457	@alios	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:alios
Dr. Philipp Riehm		Strategie Bundestagswahlkampf					
??		Logistik					
??		Technik					

6.2 LANDESEBENE (NRW)

Name	Funktion / Amt	Bereich / Thema	KV/ Wohnort	Email	Telefon	Twitter	Wiki-Seite
Alexander Reintzsch	PolIGF NRW	Schnittstelle LaVo, Logistik, IT, Wiki, WPS	Solingen	alexander.reintzsch@piratenpartei-nrw.de	0157 79098914	@darkwindholling	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Darkwind
Uwe Stein	Pressebeauftragter, Pressesprecher (NRW)	Presse	Düsseldorf	uwe.stein@piratenpartei-nrw.de	0162 21770003	@Mitrkrieger	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Mitrkrieger
Torsten Sommer	MdL NRW	Logistik	Dortmund	tosopiratas@googlemail.com	0174 1742324	@tosopiratas	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Toso
Carsten Trojahn	GenSek NRW, Sprecher AG Werbemittel NRW	Logistik	Mülheim, Essen	carsten.trojahn@piratenpartei-nrw.de	0172 1711128	@...	http://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Goody
Ansgar Flack	AG Technik	Technik / IT	Recklinghausen	?	?	@bubiman	http://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Bubiman
Tim Reuter	AG Technik	Technik / IT	Kleve (Wohnort: Geldern)	tim.reuter@piratenpartei-nrw.de	0172 1711128	@timm3y	http://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Tim_Reuter
Patrick Schiffer	SG Gestaltung, Mitglied im Strategie-Team NRW	Aktionen, Logistik (Werbemittel)	Düsseldorf	patrick.schiffer@piratenpartei-nrw.de	0176 23193442	@pschiffer	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:pakki
Jens Ballerstaedt	Mitarbeiter im LT NRW	Schulungen	Hilden	jens.ballerstaedt@piratenpartei-nrw.de	0176 63809157	@Ballerstaedt	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:Ballerstaedt
Ines Schorsch	Mitarb. LTNRW, Wahlkampfkoordinatorin LTW 2012	Büro		ines.schorsch@landtag.nrw.de		@Ines_Schorsch	

Wahlkampfkoordination Kreise

Thomas Heinrichs	Düren	thomas.heinrichs@piratenpartei-nrw.de	0151 68128100	@dummfilm	https://wiki.piratenpartei.de/Benutzer:dummfilm
Dieter McDevitt	Dortmund				

6.3 LANDESEBENE (ANDERE LÄNDER)

Die Liste ist im weiteren Verlauf zu erstellen.

6.4 „PRESSE“ (INTERN)

Die Liste ist unter abrufbar unter: <http://www.piratenpartei-nrw.de/presse/ansprechpartner/>

6.5 SCHULUNGEN (INTERN)

Die Liste ist im weiteren Verlauf zu erstellen.

6.6 SCHULUNGEN (EXTERN)

Die Liste ist im weiteren Verlauf zu erstellen.

7. ANHANG

ANHANG A: AUSSCHREIBUNG WIKI-GÄRTNER (ENTWURF)

Ausschreibung Wiki-Gärtner

Das Aufgabenprofil:

Im Wahlkampf gilt es viele Informationen möglichst benutzerfreundlich zu kommunizieren und den Informationen Suchenden und Anbietenden einen schnellen Austausch zu ermöglichen.

Gesucht werden verlässliche „Wiki-Gärtner“, die uns bei dieser Arbeit helfen wollen. Aufgabe des bzw. der Wikigärtner ist es, die Wikiseiten im Wiki der Piratenpartei, welche für den Wahlkampf in NRW Inhalte transportieren, so zu pflegen, dass die entsprechenden Inhalte leicht erstellt, wiedergefunden, genutzt und aktualisiert werden können. Dafür sind die Artikel bei Bedarf zu gliedern, zu reorganisieren und in geeignete Kategorien zu verschieben. Für eine leichte Pflege sollen Vorlagen und Formulare erstellt werden, bevorzugt mit Semantic Forms.

Neben diesen technischen Anforderungen, ist aber in gleichem Maße auch die inhaltliche Redaktion Teil des Aufgabenbereichs. Hierbei ist auf die ausreichende Verschlagwortung und optimale Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Information zu achten.

Die Wikigärtner müssen sich im Rahmen ihrer Aufgabe eigenständig vernetzen, um das Kategorie- und Vorlagenkonzept zu erstellen, weiter zu entwickeln und zu pflegen.

Das Anforderungsprofil:

- sehr gute Erfahrungen im Umgang mit dem Mediawiki
- beherrschen der gängigen Wikisyntax

1) redaktioneller Wikigärtner

- sicher in der deutschen Rechtschreibung und Grammatik und redaktionellem Arbeiten
- gutes Verständnis der Funktion von Kategorien und semantischem Einordnen von Artikeln
- bevorzugt geübt mit den Mediawikiwerkzeugen für die Massenverarbeitung und -anpassung.

2) technischer Wikigärtner

- gute Erfahrung im Erstellen von Vorlagen und Tabellen
- gute Dokumentation der vollzogenen Änderung im üblichen Umfang
- bevorzugt gute Kenntnisse in der Vorlagenprogrammierung
- bevorzugt bereits erfahrener Wikigärtner/Admin im Wiki
- bevorzugt gute Kenntnisse im Erstellen von semantischen Seiten und Formularen
- bevorzugt gute Kenntnisse mit CSS und Layouting

Der zeitliche Umfang ist flexibel. Der redaktionelle/technische Unterstützungsbedarf liegt bei etwa 10-20 Stunden pro Woche. Gearbeitet werden kann bequem von zuhause aus.

Es soll regelmäßig Rücksprache mit den jeweils zuständigen Hauptredakteuren gehalten werden. Mit kreativen Lösungen soll die Arbeit erleichtert und unterstützt werden. Daher wäre es wünschenswert, wenn der Bewerber intuitiv Bedarfe erkennt und dafür Lösungen anbieten kann.

ANHANG B: AUSSCHREIBUNG WAHLPRÜFSTEIN-TEAM (ENTWURF)

Ausschreibung Wahlprüfstein-Verantwortliche

Das Aufgabenprofil:

Bei der anstehenden Bundestagswahl erwarten wir wieder regelmäßig von Vereinen und Institutionen mit Wahlprüfsteinen angesprochen zu werden. Wahlprüfsteine sind Sammlungen von Fragen, an Hand derer diese Vereine/Institutionen beispielsweise Wahlempfehlungen aussprechen oder auch die Antworten verschiedener Parteien auf dieselben Fragen veröffentlichen, damit Interessenten sie selbst miteinander vergleichen können.

Die Beantwortung solcher Wahlprüfsteine ist bei jedem Wahlkampf ein wichtiger Teil der Öffentlichkeitsarbeit und daher suchen wir verlässliche Piraten, die uns bei dieser Arbeit helfen wollen.

Aufgabe ist zum einen die inhaltliche Bearbeitung der Wahlprüfsteine. Dabei müssen die Antworten nicht notwendigerweise von den WPS-Verantwortlichen selbst erstellt werden. Vielmehr gilt es, die jeweiligen Experten in der Partei einzubeziehen. Es gibt viele unterschiedliche Sichtweisen und Arbeitsgruppen, diese sollten berücksichtigt werden.

Neben der inhaltlichen Bearbeitung ist auch das Einpflegen der Antworten in die Bundesdatenbank (...) Teil des Aufgabenbereichs. Hierbei ist auf eine ausreichende Verschlagwortung und optimale Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Information zu achten, um doppelte Arbeit / redundante Antworten zu vermeiden sowie – trotz Berücksichtigung unterschiedlicher Meinungen – ein gewisses Maß an Konsistenz / Widerspruchsfreiheit der Antworten zu gewährleisten.

Wir suchen für den Bereich Wahlprüfsteine zwei Sub-Koordinatoren, die sich organisatorisch um dieselben kümmern. Dazu gehört zum einen, ein Kernteam WPS NRW (5 – 10 Piraten) aufzubauen, zum anderen, sich mit dem Bundesteam „WPS“, den SGs Programmfragen, Presse, Lektorat, Webseite, den Pressesprechern sowie den inhaltlichen Arbeitsgruppen und Kandidaten zu vernetzen und zur Beantwortung der Fragen auf Programm, Umfragen und Liquid Feedback zurückzugreifen.

Das Anforderungsprofil:

- sehr gute Kenntnisse der Programminhalte der Piratenpartei
- Erfahrungen im Umgang mit dem Mediawiki
- sicher in der deutschen Rechtschreibung und Grammatik und redaktionellem Arbeiten
- gutes Verständnis der Funktion von Kategorien und semantischem Einordnen von Artikeln
- bevorzugt geübt mit den Mediawikiwerkzeugen für die Massenverarbeitung und -anpassung
- optimalerweise Erfahrungen im Hinblick auf die Beantwortung von WPS

Der zeitliche Umfang ist zum jetzigen Zeitpunkt schwer einschätzbar und zudem abhängig, wie groß das Kernteam sein wird. Der Unterstützungsbedarf dürfte jedoch 15-20 Stunden pro Woche nicht unterschreiten.

Gearbeitet werden kann von zu Hause aus, wobei die Anwesenheit zumindest eines Sub-Koordinators in der Wahlkampfzentrale wünschenswert wäre.

ANHANG C: KICK-OFF-VERANSTALTUNG (ENTWURF)

Die Kick-Off-Veranstaltung dient in erster Linie der Motivation für das Projekt, soll aber auch dabei helfen, die genannten, möglichen Probleme und Fallstricke zu vermeiden. Weiterhin sind die Abstimmung des konkreten Arbeitsbeginns vorzunehmen und sämtliche Beteiligte und die (dann hoffentlich) benannten Verantwortlichen zu informieren. Teilnehmen sollten zumindest alle Mitglieder des Projektteams ggf. unter Hinzunahme des Landesvorstandes (einzelner Mitglieder). Um den Nicht-Teilnehmern die Möglichkeit zu geben, sich über die Inhalte der Veranstaltung zu informieren, sollte selbige gestreamt / aufgezeichnet und online gestellt werden.

Nachfolgend erste, konkretere Überlegungen zur Kick-Off-Veranstaltung.

Vorbereitung der Kick-Off-Veranstaltung:

Aktivitäten	Erledigt?
Agenda abstimmen	
Sämtliche Präsentationsunterlagen in einer Powerpoint-Datei zusammenstellen	
Moderator festlegen	
Referenten festlegen	
Termin festlegen (Datum, Anfangs- und Endzeitpunkt)	
Raum reservieren	
Technik für Präsentation reservieren	
Teilnehmerkreis festlegen und einladen	
Handouts vorbereiten und kopieren	
Verbreitung der Information sicherstellen	
Social Event nach der Veranstaltung planen	

Muster für Kick-Off-Agenda:

- Klares Verständnis bei Vorgehen und Zielen bei allen Beteiligten
- Vorstellungsrunde
- Wahlkampfziele und Inhalte
- Wahlkampforganisation und Rollendefinitionen
- Projektphasen, grober Projektplan
- Projektverzeichnisse und Dokumentation
- Einzusetzende Werkzeuge
- Diskussion
- Abstimmung von Folgeterminen

Erwartete Ergebnisse:

- Informierte und motivierte Mitglieder und Verantwortliche
- Klares Verständnis bei Vorgehen und Zielen bei allen Beteiligten
- Kick-Off Protokoll und Bewertung