

Impulse der Kommission II

„Parteiorganisation + Prozesse“

Vorschlag für einen Antrag für den Landesparteitag

Wahlkampf führen und Wahlen gewinnen

Ressourceneinsatz und Einbindung der Partei

Die SPD ist eine Mitmach-Partei. Wer in sie eintritt, will gestalten. Die Genoss*innen sind das Gesicht der SPD vor Ort und stehen dort, wo sie aktiv sind, für unsere Werte, Ideen und Politik. Trotz allem Idealismus und der Motivation dürfen wir nicht vergessen, dass es immer mehr weiße Flecken und sehr kleine Ortsvereine gibt, in denen Kampagnen, wie sie in heutigen Wahlkämpfen nötig wären, ehrenamtlich nicht durchführbar sind. Das führt zu Frustration und Überlastung der Ehrenamtlichen. Gleichzeitig können die hauptamtlichen Strukturen diese Probleme nicht auffangen, weil sie aufgrund der Gesamtsituation der Partei ebenfalls kleiner werden.

Wir brauchen also eine Doppelstrategie: Auf der einen Seite müssen wir die Mitglieder so gut wie möglich in den Wahlkampf einbinden, und ihre Energie und Kraft verstärken. Dafür brauchen wir, mehr anwendbarer Know-How vor Ort und eine hohe Motivation. Gleichzeitig müssen wir dort, wo Strukturen fehlen, mehr investieren. Dafür müssen die knappen Mittel der Partei zielgerichtet und in Teilen auch anders als in der Vergangenheit eingesetzt werden.

Der Landesvorstand wird daher beauftragt folgende Punkte in diesem Sinne umzusetzen:

- Aufbau und Pflege eines leicht zugänglichen und umfassenden Terminkalenders, in dem auch alle ständigen Termine enthalten sind (Termine mit größerer Vorlaufzeit = Möglichkeit zur Organisation von Fahrgemeinschaften)

- Um die Motivation für den Wahlkampf zu erhöhen, werden Genoss*innen von Beginn an bei der Erstellung von Wahlprogrammen beteiligt und können vor dem Parteitag über Kernforderungen des Programms abstimmen. Das Programm wird in den Online-Themenforen zur Diskussion bereitgestellt. Benennung einer Kontaktperson im Landesverband, die bei Bedarf Kontakt zu Expert*innen für Diskussionen in den Kreisen und Ortsvereinen vermittelt
- Flächendeckende Plakatierung und Flyerverteilung durch den Landesverband bei allen Wahlkämpfen, außer der Kommunalwahl.
- Bei der Kommunalwahl flächendeckende Verteilung der Flyer und Plakate in den von den Kreisen als „Weiße Flecken“ gemeldeten Gebieten.

Wahlkampf Vorbereitung und Zielgruppenansprache

Die letzten Wahlkämpfe und die aktuellen Umfragewerte zeigen uns deutlich: Die SPD muss sich grundlegend verändern und andere Wege finden, den Menschen ihre Ideen und Politik nahezubringen. Dies betrifft auch die Art, wie wir Wahlkämpfe führen und wen wir mit diesen ansprechen wollen. Sieht man sich die Auswertung der Wahlergebnisse nach Sinus-Milieus an, fällt auf, dass die SPD in keiner einzigen Zielgruppe überdurchschnittliche Ergebnisse erzielt. Offenbar ist vollkommen unklar, für wen wir eigentlich Politik machen.

Dieses Problem ist nicht allein mit dem Austausch von Personen oder Themen behoben. Es hat auch damit zu tun, wie wir uns präsentieren, wie wir kommunizieren, wie wir unsere Ideen erklären (oder nicht erklären), wen wir mit unseren Aktionen überhaupt direkt ansprechen und mit wem wir inhaltliche, nicht zweckgebundene, Bündnisse eingehen.

Der Landesvorstand wird daher beauftragt folgende Punkte in diesem Sinne umzusetzen:

- Wesentliche Elemente unserer Kampagnen werden mit Hilfe eines Online-Tools durch repräsentative Stichproben unserer Mitglieder auf ihre Wirkung getestet. Auf der Grundlage der ausgewerteten Ergebnisse kann eine fundiertere Entscheidung getroffen werden.
- Entwicklung/Ideensammlung für neue, inhaltliche, innovative Give Aways durch den Landesvorstand, die keine Wegwerfartikel sind, und ein Alleinstellungsmerkmal haben
- Künftig sollen nur wenige Veranstaltungen in geschlossenen Räumen als klassische Wahlkampfveranstaltungen stattfinden (siehe Gesprächstour bei LTW). Die

freiwerdenden Mittel können beispielsweise in die flächendeckende Plakatierung oder Versorgung mit Flyern umgeleitet werden.

- Ein deutlich größerer Anteil des Gesamtbudgets soll zukünftig in den Online-Wahlkampf investiert werden. Der Schwerpunkt des Mitteleinsatzes liegt dabei auf der Bewerbung und nicht auf der Produktion des Contents.
- Mehrsprachiges Infomaterial + Programme erstellen
- Programme in Alltagssprache erstellen

Haltung zeigen, belastbare Bündnisse schmieden

Einer der härtesten Vorwürfe gegen die Sozialdemokratie ist, dass wir unsere Haltung verloren hätten. Gleichzeitig haben die meisten von uns das Gefühl, zwischen den teilweise sehr unterschiedlichen Bestrebungen von Kommune, Land und Bund zermahlen zu werden. Zweckbündnisse wie mit der Union und schwer vermittelbare Kompromisse verstärken diesen Eindruck.

Gleichzeitig sind unsere echten zivilgesellschaftlichen Bündnispartner*innen für viele Menschen nicht sichtbar genug – und das obwohl zahllose Genoss*innen in vielen Ehrenämtern aktiv sind. Diese Verbindungen müssen wir im Sinne der klassischen Doppelstrategie auf allen Ebenen wieder stärken.

Der Landesvorstand und die Kreisvorstände verpflichten sich daher dazu folgende Punkte in diesem Sinne anzugehen:

- Jeder Vorstand ab Kreisebene bemüht sich, sich personell vielfältig aufzustellen und reflektiert diese Bemühungen im eigenen Rechenschaftsbericht bzw. der Jahreshauptversammlung mit neuen Vorstandswahlen
- Es werden Genoss*innen, die hauptsächlich außerhalb der SPD bei Partner*innen aktiv sind, in den Landesvorstand und in den Kreisvorständen zur Beratung bestimmter Themen regelmäßig eingeladen. Auf keiner Gliederungsebene werden private Einrichtungen gebucht, die auch an die AfD vermieten.
- Keine Vergabe von Aufträgen an Firmen, die rassistisch, sexistisch, antiziganistisch, antisemitisch, homo- oder transphob oder anderweitig gruppenbezogen menschenfeindlich sind.

- Der Landesvorstand gibt PMs heraus, falls Parteibeschlüsse auf Bundesebene von der Landesebene nicht geteilt werden bzw. Landesbeschlüssen widersprechen