

#WMR2017 - Notes

- Wortmeldungen vom #WMR2017 in Dortmund
 - Wahlkampforganisation
 - Wahlkampfteam & Kandidaten
 - Wahlkampfmaterial, Plakate etc.
 - Support der Kampagne durch (v)KVs, Kandidaten etc.
 - Finanzen
 - Allgemeines



#WMR2017 - Notes

- Wortmeldungen vom #WMR2017 in Dortmund
 - Wahlkampforganisation
 - Fehlende Info zu Design
 - Erreichbarkeit der Zuständigen nicht gegeben
 - Erfahrungen aus dem Wahlkampf 2013 wurden nicht genutzt
 - Zu knapper zeitlicher Vorlauf
 - Material zu spät geliefert, Teillieferungen
 - Zuständigkeiten unklar (Fraktion / LaVo / PiKo)
 - HowTo AV fehlt
 - Wahlprüfsteine zu spät, teils nicht beantwortet
 - Fehlende oder zu langsame Feedbackschleifen



#WMR2017 - Notes

- Wortmeldungen vom #WMR2017 in Dortmund
 - Wahlkampfteam & Kandidaten
 - Kandidaten arbeiten nicht zusammen
 - Rücktritte von Listenkandidaten nicht nachvollziehbar
 - Fehlende Transparenz der Treffen auf Leitungsebene
 - Menschlicher Umgang miteinander wird vermisst
 - Spitzenkandidaten nicht im Kampagnenteam aktiv



#WMR2017 - Notes

- Wortmeldungen vom #WMR2017 in Dortmund
 - Wahlkampfmaterial, Plakate etc.
 - Material wurde zu spät geliefert, teils gar nicht
 - Intransparenz bei Entscheidung gegen P-Shop
 - Keine Preisvorteile durch Abwicklung via PiraWare
 - #smartgerecht war nicht zu verstehen, schwer zu vermitteln
 - Warum immer wieder neue Logos und Designs? Ärgerlich: erfolgreiches Kampagnendesign 2012 durch FDP verwendet
 - Kein Unterschied bei persönlichem Einsatz, Infoständen & Plakaten
 - Lila ist in Deutschland nicht mit Piraten verknüpft



#WMR2017 - Notes

- Wortmeldungen vom #WMR2017 in Dortmund
 - Support der Kampagne durch (v)KVs, Kandidaten etc.
 - Rückmeldungen zu Aktivitäten der (v)KVs an ÖA fehlten
 - KVs wurden nicht einbezogen
 - Fehlende Unterstützung für Themen der Mitglieder
 - Mitgliederaktivierung hat nicht funktioniert
 - Kandidaten ignorierten Kampagne (Retweets, Teilen etc.)



#WMR2017 - Notes

- Wortmeldungen vom #WMR2017 in Dortmund
 - Finanzen
 - Solidarisches Werbemittelbudget nicht verfügbar
 - Überhöhte Preise bei PiraWare GmbH



#WMR2017 - Notes

- Wortmeldungen vom #WMR2017 in Dortmund
 - Allgemeines
 - Fraktion war zu lange nicht sichtbar, keine ÖA, Start mit Streit
 - Überhöhte Preise bei PiraWare GmbH
 - Vorhandene Strukturen funktionieren nicht für Mitarbeit
 - Besser wieder Mitarbeit statt Zuarbeit
 - Statt Fragen und Bürger einbeziehen heute tolles Programm
 - Fehlende Unterstützung durch und Vernetzung mit NGOs
 - Zu lange Reaktionszeiten bei Piratenthemen (WannaCry)
 - Fehlende Medien- und Internetkompetenz
 - Neuanfang bei Personalidentität schwer vermittelbar
 - Wenig Info, was Piraten eigentlich ausmacht



#WMR2017 - Notes

- Wahlkampfanalyse
 - Ergebnisse Umfrage
[Mumble, Twitter & facebook]
 - Wahlkreise / Wähler
 - Kampagne allgemein
 - Kommunikation intern
 - Webseite / Social Media / Plakate / Werbemittel
 - Finanzen / Spenden
 - Struktur / Prozesse
 - Technik
 - Wahlkampf allgemein
 - Wahlkampf Orga
 - Wahlkampf Themen
 - Aufgaben / Zukunft



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkreise / Wähler

- Es gab leider nicht in allen Wahlkreisen Direktkandidaten
- In vielen Kreisen dachte man, wir stünden auf verlorenem Posten -> keine Stimme Piraten
- Die meisten haben Piraten wegen ihres Programms gewählt
- gute Oppositionsarbeit
- auch gut die Überwachungsthemen
- Man hört nichts von Piraten
- Meinung, Piraten seien eine Spaßpartei
- Piraten kommen eh nicht rein (in den Landtag)
- Bashing anderer Parteien ist schlecht



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne allgemein

- mit smartgerecht konnte ich mich immer mehr anfreunden
- Kampagne startete zu spät
- mit zunehmender Belastung der einzelnen wurde es immer unstrukturierter
- Report und Übersicht der Arbeit von zuarbeitende Personen lief nicht so gut
- wir hätten die Milestones klarer anlegen sollen
- Wahlwerbespot war professionell
- SocialMedia-Arbeit sehr gut
- LaVo - viel zu spät in die Wahlkampforga eingestiegen
- Entscheidungen haben zu lange gedauert (z.B. zusätzliche Spendenaufrufe über die Webseite)
- Gesamte Wahlkampforga
 - Wir haben unseren Slogan Smartgerecht nicht verständlich nach außen kommunizieren können
 - zu wenige, die Verantwortung übernommen haben -> Last auf zu wenigen Schultern
 - am 21.1. war kein Team arbeitsfähig
 - Negativ: Mitgliederbetreuung
 - keine Arguliner
 - kein Guerillawahlkampf



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne allgemein

- WPS waren eine der größten Katastrophen, weil gefühlt zu spät beantwortet
- Eigentlich ist klar, welche Aufgaben in einem Wahlkampf anfallen
 - Hier nächstes Mal im Vorfeld eine Liste erstellen (klar definierte Aufgaben mit Deadline) und besetzen. So war es in einigen Bereichen so, dass viele Aufgaben dann spontan verteilt wurden, wenn es irgendwo brannte. Und man dann Stück für Stück rausfinden musste, was da eigentlich alles noch zu tun ist.
(Massiver unnützer Aufwand an Recherche, Absprechen, Doppelbürokratie etc.)
- Insgesamt muss die Beteiligung größer werden - wenn der Großteil der Aufgaben an den gleichen paar Aktiven hängenbleibt, reicht die Arbeitskraft vorn und hinten nicht. Schade, wie gering die Beteiligung beim Spread der offiziellen SocialMedia-Beiträge war und wie oft erbetenen Informationen (für Kandidatenprofile etc.) hinterhergerannt werden musste.
- Es wurde nicht vorgearbeitet
- Vorstand wurde auf Planung hingewiesen, aber es hat keine Planung gegeben
- keine Roadmap
- LaVo hat bzgl. WPS nicht vorgearbeitet



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne allgemein

- LaVo hat Fragen zur Wahlkampfbudgetierung zu lange nicht beantwortet und Kven damit im Regen stehen lassen
- Wahlkampftraining der PiKo war zu exklusiv, es konnten nicht alle Interessierten mitmachen, das ist Ausschließen
- Arguliner fehlten
- Es haben einfach zu wenig Leute sich beteiligt und Verantwortung übernommen
- Zusagen zur Mithilfe wurden nicht eingehalten
- viele sind aus der Kampagne ausgeschert
- Partei scheint nicht kampagnenfähig zu sein
- Unding ist auch, dass die Direktkandidaten weder Bilder schickten noch Adressen zusandten
- Feedback zu den Direktkandidaten war eine absolute Katastrophe im Hinblick auf Reaktionszeiten
- bis zum Wahltag haben wir von einigen keine Profifotos usw. bekommen
- bedauerlicherweise sind einige Kreise aus der Kampagne ausgeschert
- noch schlimmer die Kreise, die sich bewusst entschieden haben, nicht am Wahlkampf teilzunehmen
- wir müssen lernen, künftig zu akzeptieren, dass wenn einmal eine Entscheidung getroffen wurde, die auch mitgetragen wird, ob sie einem gefällt oder nicht



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne allgemein

- Wir müssen lernen, mehr nein zu sagen, um sich nicht zu viel aufzubürden
- wenn Leute sich freiwillig melden, sind sie nicht unbedingt die richtige Wahl
- zu selten gedrängt, dass Dinge passieren
- zu sehr darauf vertraut, dass Dinge von allein passieren
- viele Aufgaben sind erst in letzter Sekunde passiert
- es gab Milestones, aber die wurden alle gerissen
- Grünenbashing positiv
- Es gab anfangs einfach zu idealistische Vorstellungen, die dann nicht realisierbar waren (Telefonate zur Mitgliederaktivierung, Plakatsmengen)
- Es war eine Leistung, mit so wenig Leuten einen Landtagswahlkampf zu wuppen
- bei einigen Direktkandidaten, die auf eine Liste kamen, damit es Kandidaten gibt, wussten diese Leute gar nicht, was sie alles erwartet
- Es war einfach alles viel zu spät
- es dauerte alles viel zu lange, bis es zu den Kampagnenseminaren kam
- diese Seminare waren zu intransparent



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne allgemein

- diese ganze Organisation war sehr unpiratig und demotivierend
- es fehlte ein echter Kommunikationsraum, über den Fragen und Infos ausgetauscht werden konnten
- Mit einigen Dingen viel zu spät angefangen
- wir haben aber auch seit der letzten Wahl überhaupt vieles zu spät angefangen und jetzt versucht, das alles aufzuholen, wenn wir jetzt mit dem Bundestagswahlkampf nicht sofort anfangen, wird es uns da genau so ergehen.
- Leute, die sich den Hut aufgesetzt haben, haben plötzlich Dinge gemacht, für die sie gar nicht vorgesehen waren, weil andere Leute ausgefallen sind
- einige wenige sind weit über ihre Grenzen gegangen, um alles zu schaffen
- es gibt nicht nur eine Bringschuld der Wahlkampforga, sondern auch eine Holschuld von allen anderen, die mithelfen wollen.
- der Workflow lief nicht
- es wurde mit heißer Nadel gestrickt
- beim nächsten Mal können wir das ja vielleicht mit einer früheren Planung fixen
- manche haben Aufgaben unterschätzt und sich selbst überschätzt
- wir haben zu lange kein Textbuch gehabt, Textbausteine, Phrasen, Redewendungen



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne allgemein

- "smartgerecht" hat nicht so richtig funktioniert
- bei den 5 Themenschwerpunkten ist es uns nicht richtig gelungen, zu vermitteln, was wir da wollen
- Kampagnenseminar: Wir müssen lernen eher nein zu sagen, Leute ersetzen, wenn es nicht klappt
- Milestones wurden gerissen, es gab aber keine Konsequenz
- Welche Leute wurden aus welchen Gründen zum Kampagnenseminar eingeladen?
intransparent (allgemein 1st come, 1st serve bis zur max. Anzahl gleich Dummheit?)
- Der eigene Slogan hängt den Leuten in der Firma als erstes zum Hals raus.
Trotzdem muss man weitermachen. Textbausteine haben die immer wiederholt werden.
Das müssen wir akzeptieren.



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne Kommunikation intern

- Kommunikation in die Partei hinein funktionierte schlecht
- Daniel und Harald waren klasse in ihrer Arbeit, die SoMe zu befeuern.
Es wurde nur nicht genug aufgegriffen. Reines RTen reicht nicht.
- Es darf nicht nur an 2 oder 5 Leuten hängen. Es müssten alle mitmachen.
- Schade auch, dass wir es nicht schafften, alle Kreise zu besetzen
- Vorbereitung war nicht sehr gut
- Zu viele Tools, auf die sich die Kommunikation verteilte
- Rückmeldungen von Kandidaten hätte besser laufen können
- ein kreativer Thinktank während der Wahlkampfphase wäre vorteilhaft gewesen
- toll, dass Menschen Podiumsdiskussionen übernommen haben, die nicht in ihrem Gebiet lagen
- Der Wahlkampf war für mich ein Spiegel der Erfahrung der letzten zwei Jahre
es ist schwierig, die Leute zu erreichen
- Problem war auch eine Liste mit zu vielen Punkten
- Mitgliederaktivierung: wie ist das personell machbar, diese Leute zu aktivieren
- Keine Aktivierung der Basis, hätte mehr gemacht werden können



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne Kommunikation intern

- Kommunikationswege müssen kanalisiert werden – Tooldebatte
- Es wurde alles über die KV 's hinweg entschieden
- Kampagnenteam: Es hätten mehr mitmachen sollen, das widerspricht dem Prinzip der Piraten
- DK waren nicht in der Lage Bilder / Infos zu schicken
- Listenkandidaten/ Direktkandidaten Katastrophe, kaum zeitnahe Rückmeldung
- Entscheidungen müssen von allen getragen werden, öffentliche Kritik bringt niemandem etwas
- bis zum Wahltag nicht geschafft alle Infos und Fotos zu haben
(gibt's ne schwarze Liste? Guck auf der Seite!) smartgerecht.nrw (mehrmals auf ML geschrieben)
- Holschuld der Mitglieder für Informationen (Mumble)
- keine Kommunikation aus den Kreisen an Land (Pressetermine WDR etc.)
- keine Kommunikation über Pressegespräche durch die Kandidaten
- Wie können wir mehr Mitglieder aktivieren? Mehr aktive Mitglieder => mehr Beteiligung



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne Webseite/SM/Plakate/Werbemittel

- negativ: Plakate; Farbgebung lila
- Budgetierung kam relativ spät
- Material kam zu spät, so dass viele Plätze zum Plakat aufhängen schon besetzt waren
- SoMe hat recht gut funktioniert, was das Quantitative angeht.
- Öffentlichkeitsarbeit war sehr gut, nur zu wenige Leute
- Redaktionsplan wurde in wesentlichen Teilen eingehalten, aber leider nicht in allen
- Wunsch: für künftige Wahlkämpfe mehr Beteiligung und Unterstützung aus der gesamten Partei
- Wir hatten eine tolle Wahlkampfwebseite, die aber leider aufgrund der vielen Grafiken zu lange zum Laden brauchte
- Serverausfall war ungünstig
- Webseite lief nicht glatt, konnte aber nicht mehr total geändert werden
- dann gab es kein Kreativteam mehr
- Plakate waren zu spät
- Anzahl an Plakaten waren zu gering und weil sie zu spät kamen, gab es nicht mehr genug Platz dafür
- die Großplakate kamen noch später und haben dann viele Ressourcen gefressen, die anzubringen
- wir müssen uns fragen, wieviele Plakate wir tatsächlich brauchen und was Plakate bringen; es waren d



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne Webseite/SM/Plakate/Werbemittel

- wir müssen uns fragen, wie viele Plakate wir tatsächlich brauchen und was Plakate bringen
- es waren dann vielleicht auch zu viele verschiedene Themenflyer
- Plakate waren Mist (Farbgebung)
- Wahlkampforga: #smargerecht konnte nicht verständlich nach außen kommuniziert werden
- Beiträge waren zu wenig geteilt bzw. immer die gleichen, da geht noch mehr
- SM war gut aufgestellt, es gab aber zu wenig Unterstützung
- es hätte mehr kommentiert werden müssen
- Viele Listenplätze haben es nicht geschafft Beiträge zu teilen (auch die 1-14 Plätze nicht)
- gute Öffentlichkeitsarbeit, Menschen die sich beteiligen wollten, haben sich nicht mehr gemeldet
- SM: Grünen Kritik war zu lang, wir sind zu spät auf die anderen losgegangen
- Besser eigen Themen bespielen, als andere angreifen



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Kampagne Finanzen

- Budgetierung kam relativ spät
- Solidarisches Werbemittelbudget. Keine Frage dazu wurde beantwortet

Kampagne Spenden

- Wahlwerbespot war professionell
- sehr erfolgreiche Spendenkampagne am Anfang
- Spendenvideo hat gut geklappt, hätte man besser verfolgen müssen



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Struktur

- keine strukturierte Plattform, um Arbeitsfortschritte, Hilfsangebote usw. erfassen und sehen zu können. Es gibt keinerlei Strukturen, die Handeln sinnvoll und zielführend machen.
- die Instrumente für ein Management in dieser Partei fehlen vollständig
- wir haben hier keine Hierarchien
- Teile des LaVo haben sich nicht zurückgelehnt, sondern haben versucht, zu durchschauen, was in dieser Wahlkampforga passiert, aber haben das nicht geschafft
- es fehlte an Strukturen
- klarer Milestones benennen und klarer anvisieren
- zunehmende Belastung von Personen
- Wahlprüfsteine viel früher beginnen
- Einzelne Freiwillige konnten die Wahlprüfsteine im RT nicht aufrufen, erst im Pad
- Hafepinte kam viel zu spät, kein zentraler Anlaufpunkt
- Prozesse wurden zu spät auf den Weg gebracht, es wurde daher viel Zeit verloren.
Beispiel: Spendenseite, Mikrospenden
- WPS zu spät, verschleppt worden, kaum Rückmeldung bei der Bitte um Hilfe
- WPS es gab nicht genug Aktive



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Struktur

- LV kennt nicht die Adressen der Mitglieder, Adresspool pflegen
- Vorstand wurde auf Planung Wahlkampf hingewiesen worden. es passierte nichts
- LV hat bei den WPS nicht zugeordnet, wer zuständig ist
- Arguliner: Kampagnenteam hat sich gleichzeitig getroffen, es gab keine Hilfe für die Arguliner
- ganz viele sind aus der Kampagne ausgeschert, wollen nur recht behalten, Entscheidungen sollen mitgetragen werden
- KV haben sich aus der Kampagne rausgenommen, haben sich gar nicht am Wahlkampf beteiligt, das hat dann an den 1% gefehlt
- Partei ist nicht kampagnenfähig
- Planung früher anfangen, alles kam viel zu spät, Kampagne wurde vom LV zu spät freigegeben
- Es gab plötzlich kein Kreativteam mehr, andere mussten diese Aufgaben übernehmen und Vieles musste dann mit der heißen Nadel gestrickt werden. Es fehlt ein Kreativteam
- Leute machen nur Dinge, auf die sie Bock haben, alles andere bleibt liegen
- Mentoren, Menschen die auf Menschen zu gehen können andere an die Hand nehmen und unterstützen
- Strukturen, wir werden niemals Leute dazu bewegen, Dinge zu tun auf die sie keinen Bock haben.
- Wir können nicht verhindern, dass Leute etwas schädliches tun



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Technik

- Der Serverausfall war tödlich, weil dadurch viele Mails nicht ankamen und uns Kommunikation verloren ging; das hätte absolute Priorität bekommen müssen
- Serverausfall war ungünstig
- Webseite lief nicht glatt, konnte aber nicht mehr total geändert werden
- Dass das mit dem Serverausfall so lang dauerte, lag an der AG Technik, in der ich dabei bin.
Wir sind immer noch im Notfallbetrieb; in den letzten 18 Monaten brannten auch etliche Leute in der AG Technik aus .
- Es ist schwierig jede Nacht ins Rechenzentrum zu fahren.



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkampf allgemein

- Einige Podien sind sehr gut gelaufen, andere äußerst mies. Die Leute müssen wissen, wie man komplette Sätze über die Bühne bringt.
- Podiumsdiskussionen, die ich mit verfolgte, liefen größtenteils sehr gut;
- Bei künftigen Wahlen vielleicht mal mehr die einzelnen Kandidaten mit ihren Themen nach vorn stellen
- Vorbereitung ist alles; man muss das eigene Programm für den Themenbereich kennen, aber auch das von anderen, um diskutieren zu können.
- wir brauchen besseres Training für Diskussionen an den Infoständen.
Kommunikationstraining; auf Passanten zugehen und nicht abseits vom Stand Unterhaltungen untereinander führen.
Wir müssen auch lernen, ein Nein zu akzeptieren von Passanten beim Flyerverteilen zB. Jedes Nein kommt einem Ja immer näher
- Was wir auch lernen müssen, ist, mit Menschen an den Infoständen fertig zu werden, die offensichtlich psychisch krank sind
- Es war mein erster Wahlkampf, der mir Spaß gemacht hat.



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkampf allgemein

- Man gewinnt keine Wahl im Wahlkampf, sondern in den Jahren davor. Wenn man es nicht schafft, in dieser Zeit die Themen an den Mann zu bringen, schafft man das auch nicht im Wahlkampf.
- Wir werden auch nie Leute dazu bringen, Dinge zu machen, die sie nicht machen wollen. Lieber sollen sich die Leute so einbringen, wie sie es können und wollen.
- Es fehlten Einzelinformationen zu den einzelnen Kandidaten
- zu sehr auf die Grünen eingedroschen
- Guerrillawahlkampf war nicht
- Wir haben da rausgeholt, was zu machen war.
- Es haben sich zu wenige aktiv beteiligt
- gute Podiumsdiskussionen
- Team Wahlkampf hat gut funktioniert
- Wahlkampf hat viel Spaß gemacht
- Eindruck von aussen: man hat mitbekommen, fleissiger Wahlkampf.
- Die Themen Soziales waren stark vertreten, aber es muss überlegt werden, mit welchem Narrativ wir nach draußen gehen.



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkampf allgemein

- Stimmenverteilung in den Kreisen. Faktor 2 zwischen dem besten und schlechtesten Kreis.
- Internet scheint wichtiger als die lokale Präsenz, diese Zielgruppe ist offensichtlich nicht an uns interessiert.
- lokale Aktivitäten haben nur unwesentlich zum Erfolg beigetragen
- Schwerpunktthemen. #smartgerecht hat nicht gut funktioniert, 5 Themen Schwerpunkte sind nicht gut kommuniziert worden
- Keine gute Kommunikation an den Infoständen
- wir haben versäumt, zur richtigen Zeit aktuelle Themen breit zu besetzen (mit mehreren Leuten thematisch dran arbeiten)
- es gab eine Zahl Menschen, die sich aktiv zur Mitarbeit gemeldet haben und dann im Einsatz waren
- Piraten wissen nicht, was Wahlkampf ist.
"Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler,,
- Die Wahlergebnisse lagen nicht am Wahlkampf, sondern an unserer Grundstruktur



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkampf Orga

- Es waren zwei Leute des Landesvorstands mit in der Wahlkampforga, aber das hat sich nicht dauerhaft als tragbar herausgestellt und hat vielleicht dazu geführt, dass man im LaVo dachte, das macht jetzt alles die Wahlkampforga. LaVo hätte sich mehr dabei einbringen müssen
- In der Wahlkampforga waren 2 Leute aus dem LVor. Die Kommunikation zwischen Orga und LV hat dennoch nicht gut geklappt.
- LaVo hat sich nicht zurückgelehnt, sondern haben es nicht geschafft, auf dem aktuellen Stand des Wahlkampfes zu sein
- Es war schade, daß nicht der gesamte LaVo in der Wahlkampforga eingebunden war Ebenfalls die Top 10 der Kandidaten.
- Bestellungen und Lieferungen: Ja wir haben da zu spät angefangen; es sollte frühzeitig ein Werbemittel- und Wahlkampfbudget festgelegt werden
- zunehmende Belastung von Personen
- Beim Kick-off war außer SoMe kein Team arbeitsfähig
- vieles wurde überschätzt, z.B. Anzahl der bestellten Plakate



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkampf Orga

- Plakate waren zu spät, Großplakate war noch schlimmer.
- Brauchen wir eigentlich so viele Plakate oder überhaupt welche?
- Flyer viel zu spät. Es waren zu viele Flyer, zu viele Themen
- Kommunikation muss besser kanalisiert werden, wenige Leute wurden ständig angesprochen



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkampf Themen

- In Zukunft nicht auf andere einschlagen, sondern mehr Videos machen, die zeigen, was wir so machen und wollen.
- Wahldaten analysieren: wo waren wir stark und warum.
- Eventuell lokale Aktivitäten etwas zurückfahren zugunsten von Onlineaktivitäten
- Ausarbeitung eines Wahlprogramms muss überdacht werden, da fehlt ein roter Faden
- Wir müssen aktueller sein und auf Züge aufspringen, zB. "wannacry,,
- zu verwechselbar mit Grünen und Linke
- Piratenwähler hatten kein Bock auf ne Antifa-Partei
- Gerade bei Piraten ist oft nicht ganz klar, was Wahlkampf ist und was er erreichen soll. Es geht nicht darum, am Infostand mit Leuten zu diskutieren und sie zu überzeugen, es geht darum, zu zeigen, dass die Partei den Willen und die Kompetenz hat, ihre Themen umzusetzen
- Wir sind gescheitert an unserem Image und an dem fehlenden Narrativ. Wir haben es nicht geschafft, ein neues Narrativ aufzubauen.
- Im Grunde müssten wir den Wahlkampf weiterführen über die Wahlkampfzeit hinaus



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Wahlkampf Themen

- Wir werden an dem gemessen, was wir umgesetzt haben, zB. innerparteiliche Demokratie, online-Parteitage usw., haben wir alles nicht geschafft.
Es muss Aufbauarbeit in der Partei geleistet werden
- Man darf sich nicht nur auf ein Thema konzentrieren
- Kandidaten sollen mehr mit kommunalen Themen gepusht werden
- Wir haben versäumt, zur richtigen Zeit aktuelle Themen breit zu besetzen
(mit mehreren Leuten thematisch dran arbeiten)
- Piraten wissen nicht, was Wahlkampf ist.
"Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler,,
- Es hiess auch, viele Wähler seien zur AfD abgewandert. Wir haben so gut wie gar nichts mit den Themen der AfD gemeinsam, also haben wir inhaltsmässig eher 0,3% dazugewonnen
- Was fehlt ist, dass wir unsere Themen nach außen bringen



#WMR2017 - Notes

Wahlkampfanalyse

Aufgaben / Zukunft

- Piratenfrühstück wieder anbieten
- UU sammeln ist eine gute Möglichkeit, offener auf Leute zuzugehen.
- Wahldaten analysieren.
- Was haben die anderen gemacht. Haustürwahlkampf? Macht das Sinn?
- Inwieweit können wir mit Apps Erfolg haben die uns im Wahlkampf unterstützen?
- Die Infos bereitstellen, die man über SM verteilen kann?
- Wie können wir in Zukunft unser Wahlprogramm besser gestalten.
Ausarbeitung des Programms reformieren, roter Faden fehlt
- Solidarisches Werbemittelbudget muss umgestellt werden
- Mit Idealismus wieder 'Basis' aufbauen. Versprechen erfüllen (Online-Beteiligung).
- Kommunalwahl 2020 ist ganz wichtig.
- Viele andere kleine Parteien sind uns stimmenmäßig nahe gekommen.
Wir müssen Abstand gewinnen.
- Klären: Sind wir eine Spaßpartei, eine Protestpartei oder eine konstruktive Partei mit Ideen für die Zukunft?



#WMR2017 - Notes

– Handelnde Akteure bei Piratenpartei NRW zur Landtagswahl 2017

- Landesvorstand
- Kandidaten (14k, 41k, DK)
- Kampagnenteam
- Wahlkampforgateam
- Presse- & SocialMedia-Team
- MdL-Landtagsfraktion
- Mitarbeiter Landtagsfraktion
- (virtuelle) Kreisverbände
- Basispiraten
- sonstige Aktive (Freunde, Angehörige, Sympathisanten)
- kommunale Mandatsträger
- PiraWare GmbH
- Piratenshop



#WMR2017 - Notes

– Handlungsfelder bei der Landtagswahl 2017

- Allgemeine Strukturen
- Allgemeine Planung
- Aufstellungsversammlungen
- Kampagnenerarbeitung
- Kampagnenvorstellung (innerparteilich)
- Designerarbeit
- Bereitstellung Material/Plakate
- Pressebetreuung
- Social Media
- Wahlprüfsteine
- Mitgliederbetreuung
- Terminbetreuung
- Wahlkampfzentrale
- Finanzen

