

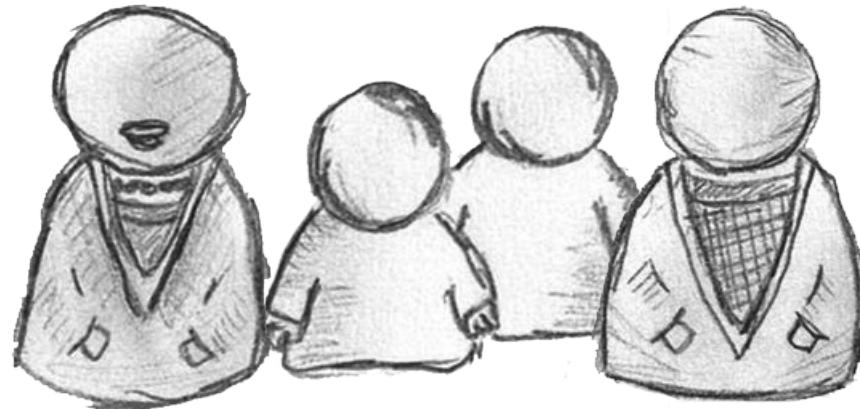


PIRATENAKTION

Ideen die bewegen

@michamo & @nuunjaa

Für wen machen wir den Wahlkampf?





Für die Bürger



Für uns, die Piraten

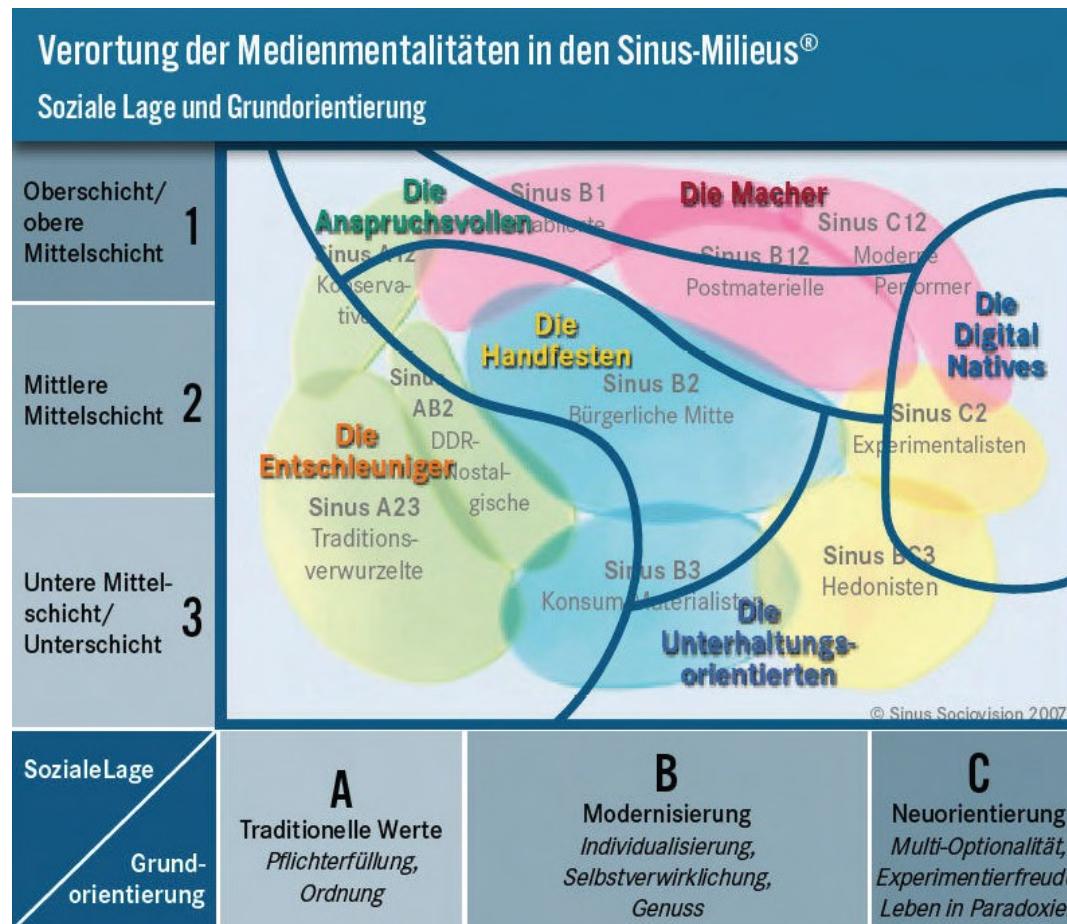
Was für einen Wahlkampf wollen die Bürger?

Was für einen wollen die Piraten?



Zielgruppenanalyse der SG-Medienstrategie

Medienmentalitäten in den Sinusmilieus

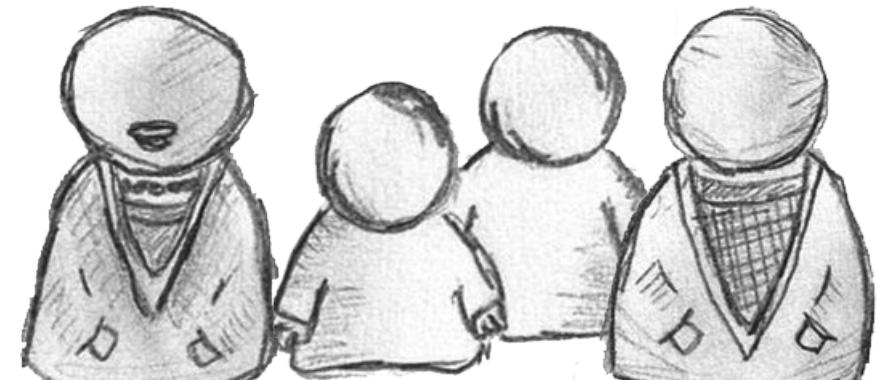


Aus: aktuelle analysen Bd. 55 | Die Piratenpartei - Hype oder Herausforderung für die deutsche Parteienlandschaft?
Zolleis, Udo/ Prokopf, Simon/ Strauch, Fabian. Hanns-Seidel-Stiftung e.V.. München 2010

Zielgruppenanalyse der SG-Medienstrategie

Zielgruppenbeschreibung

- stark sozial
- hedonistisch
- legt Wert auf ein selbstbestimmtes Leben
- zwischen 18 und 39 Jahre alt
- unangepasst
- grenzt sich von konservativen Werten wie z.B. Materialismus ab
- setzt auf mehr Beteiligung, weniger Hierarchien
- themenorientiert

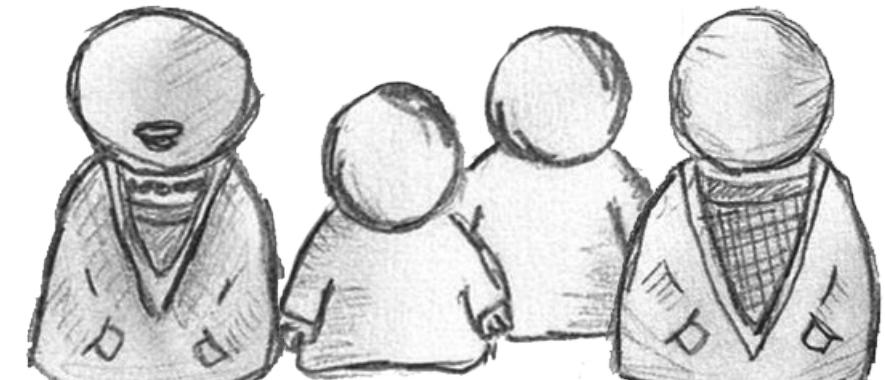
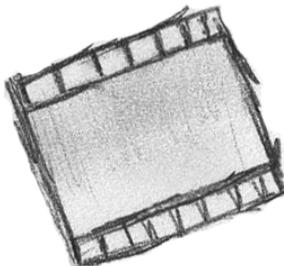


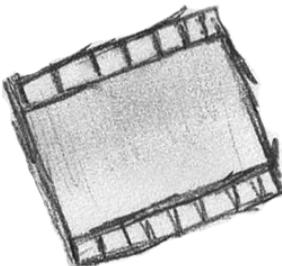


Erwartungen der **Zielgruppe** wie unserer
Botschaften transportiert werden sollten:



- frech
- humorvoll
- selbstironisch
- spielerisch
- aktiv
- lustvoll
- experimentierfreudig





Erwartungen der **Piraten** wie unserer Botschaften transportiert werden sollten (Selbstbild):

Die Piratenpartei ...

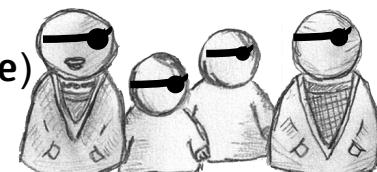
- ist radikal
- ist schuld
- ist gegen Rechts
- ist bunt
- der intellektuelle Stachel im Fleisch der Bionadebourgeoisie
- ist Links
- ist unkonventionell
- ist linksliberal!
- ist lebendig
- ist visionär
- ist mehr als ein Wahlprogramm
- ist geil

Liquid Feedback (304 Teilnehmende)

Die Piratenpartei ...

- Nicht käuflich, aber wählbar
- ist mehr als ein Wahlprogramm.
- ist was Du daraus machst
- ist nicht die Lösung,
aber der Weg dorthin
- ist in deinem Land ... verfügbar!
- bist Du.
- ist Deine Lobby.
- transparent und stört daher im Parlament
- ist ein Demokratieupdate
- Ist bunt
- ist Transparenz
- ist unkonventionell

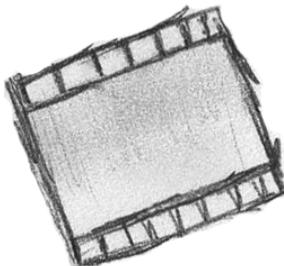
LimeSurvey (788 Teilnehmende)





Erwartungen der Piraten

- radikal
- Links
- unkonventionell
- lebendig
- visionär
- mehr als ein Wahlprogramm
- transparent und stört daher
- ein Demokratieupdate



Erwartungen der Zielgruppe

- frech
- humorvoll
- selbstironisch
- spielerisch
- aktiv
- lustvoll
- experimentierfreudig

=unkonventionell, radikal, visionär, persönlich, lustvoll, störend

= Positiv, mutig & mit Leidenschaft

Warum wählt ihr nicht Piraten?

Christopher Lauer

Klarmachen zum Ändern

DU LIEST GERADE

23. Januar 2013

Warum wählt ihr nicht Piraten?

In Ich frage

183 Kommentare

1

Liebe Leserinnen und Leser dieses Blogs,

ich würde gerne verstehen, warum es uns als Partei nicht gelungen ist in Niedersachsen die 5%-Hürde zu nehmen. Ich würde gerne verstehen, warum wir im Moment Bundesweit in Umfragen unter der 5%-Hürde liegen.

Deswegen würde ich mich freuen, wenn ihr mir die folgenden Fragen freundlich und konstruktiv beantworten könntet:

3

Piratenpartei Bayern: „Yet Another Niedersachsen Analysis“



Wohin steuern die Piraten? Chancen und Risiken einer neuen Partei

Sozialpsychologische Studie zu den Hintergründen von Auf- und Abstieg der Piraten

2

Kritik ernst nehmen und lernen

Kommunikation

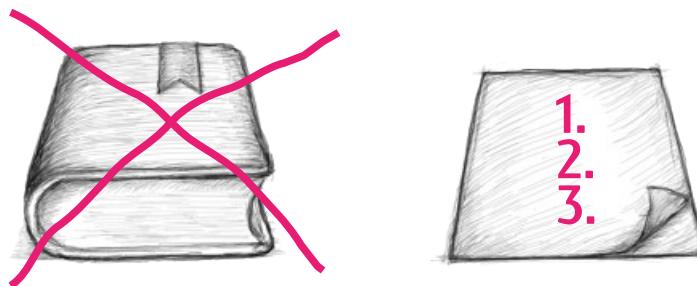
- Keine Insidersprache verwenden (Meme, Abkürzungen, seltsame Tools...), die Nichteingeweihte nicht verstehen
- kein Vorwissen voraussetzen
- kurze und prägnante Texte verwenden
- Im Netz EINEN zentralen Webauftritt haben
- Facebookauftritte müssen intensiv gepflegt werden
- Kaperbriefe (Zeitungen) verteilen. Kleine Artikel, einfache Sprache, viele Bilder: Ein bisschen Boulevard eben



Kritik ernst nehmen und lernen

Themen

- zentrale Themen hervorheben
- Viele Wähler sind enttäuscht, dass unsere „Kernthemen“ im NDS-Wahlkampf kaum vorkamen
- Inhalte vermitteln, nicht nur das Anderssein



Kritik ernst nehmen und lernen

Aktionen

- Zeigen wir mit konkreten, mutigen Forderungen und Aktionen in den Kern-Themenbereichen, dass sie uns noch wichtig sind!
- Zurück auf die Straße - statt am PC zu hocken



Plakate Landtags wählen



Berlin 2010: 8,9%



Saarland 2012: 7,4%

Nordrhein-Westfalen 2012: 7,8%



Schleswig-Holstein 2012: 8,2%

Niedersachsen 2013: 2,1%



Aktionen

2006 | Bundestrojaner





Aktionen

2009 | Killerschach





Aktionen

2009 | Reverse Graffiti



Dreiste Werbung oder pfiffige Idee?

Die Piratenpartei bearbeitet verschmutzte Wände mit dem Dampfstrahler so, dass ihre Wahlmottos sichtbar werden.

Burghausen. Graffiti mit dem Wahlslogan „Wählt Piratenpartei“ oder einfach ein großes, stilisiertes „P“. Zehn Stellen im Landkreis Altötting, darunter die Mauer am Umgehungsberg in Burghausen und das König-Karlimann-Gymnasium in Altötting, sind seit diesem Wochenende mit Wahlwerbung der Piratenpartei eingedeckt. Das Besondere dabei: Freie Flächen wurden von Mitgliedern der Partei nicht etwa mit Farbe beschmutzt – nein ganz im Gegenteil, an besonders dreckigen Stellen wurde der Schmutz mit Hilfe eines Hochdruckreinigers abgetragen und so die Wahllogos für die Kleinpartei lesbar.

Richtiglich scheint die spektakuläre Aktion der Piratenpartei legal zu sein: Laut Strafgesetzbuch ist es nämlich nur verbotten, eine öffentliche Fläche dauerhaft zu verändern. Dies ist hier nicht der Fall, da die betroff-

enen Stellen von selbst wieder verschmutzen. Die Piratenpartei, 2006 nach streng basisdemokratischen Grundsätzen gegründet, tauchte erst in diesem Jahr ernsthaft in der politischen Landschaft auf. Worum es der neuen Partei geht, macht Maximilian Weiß aus Kirchweidach, Beisitzer des Vorstands Oberbayern, deutlich: „Ich komme wie viele aus der Partei aus dem IT-Sektor. Wir wissen, was es zwischen für technische Möglichkeiten gibt, und wie damit eine Gesellschaft überwacht, ja sogar manipuliert werden kann. Wir wollen die Bevölkerung für den Datenschutz und die schrittweise Beschneidung der Privatsphäre sensibilisieren.“

Der Partei, die heuer einen enormen Zulauf bei jungen Menschen erlebt hat, werden laut Umfragen bei der Bundestagswahl bis zu drei Prozent zugeschaut.



Werbung mit Hochdruck: Die Piratenpartei macht mit einer spektakulären Aktion auf sich aufmerksam. Die Mitarbeiter des Burghauser Bauhofs reinigen die Mauern zurzeit wieder. Foto: Willmer



Aktionen

2011 | Leistungsschutzrecht

Finger
vom Weg
Zitatrecht

Welche Leistung?

VIVA

Openm
#oml



Aktionen

Wie weit wollt ihr gehen?

Für die Planung von Aktionen, müssen wir wissen

- wie viele Piraten bereit sind sich zu beteiligen
- wann die Piraten bereit sind sich zu beteiligen
- wie weit sie bei Aktionen gehen würden

Um diese Fragen beantwortet zu bekommen, wäre eine Umfrage super.

Themenfindung

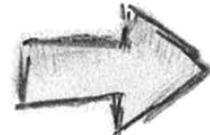
[Wiederholung] Themen

- zentrale Themen hervorheben
- Viele Wähler sind enttäuscht, dass unsere „Kernthemen“ im NDS-Wahlkampf kaum vorkamen
- Inhalte vermitteln, nicht nur das Anderssein

Themenfindung

Frage: Wie finden wir unsere Themen?

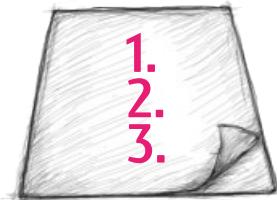
Problem:



schneller Prozess nötig

Vorschlag:

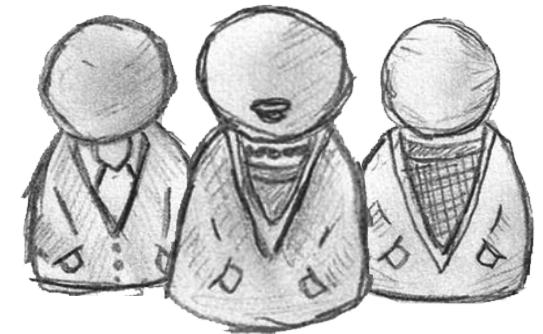
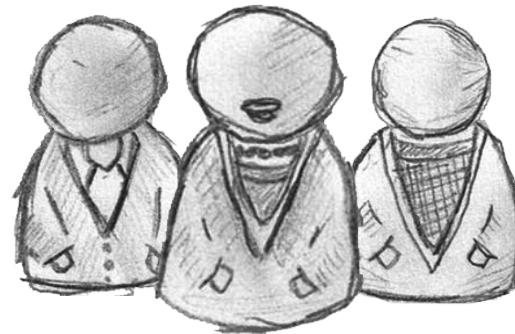
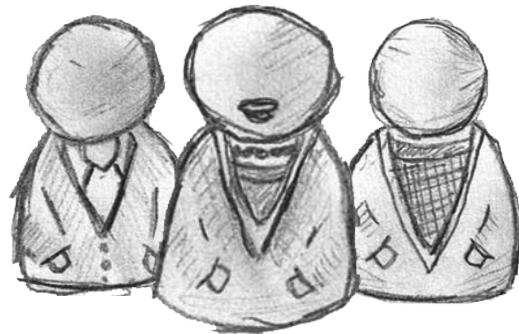
Umfrage/Meinungsbild, in dem jeder 3 Themenbereiche wählt



Themenaufbereitung

Vorschlag:

Für jeden der gewählten Themenbereiche bildet sich ein Thementeam

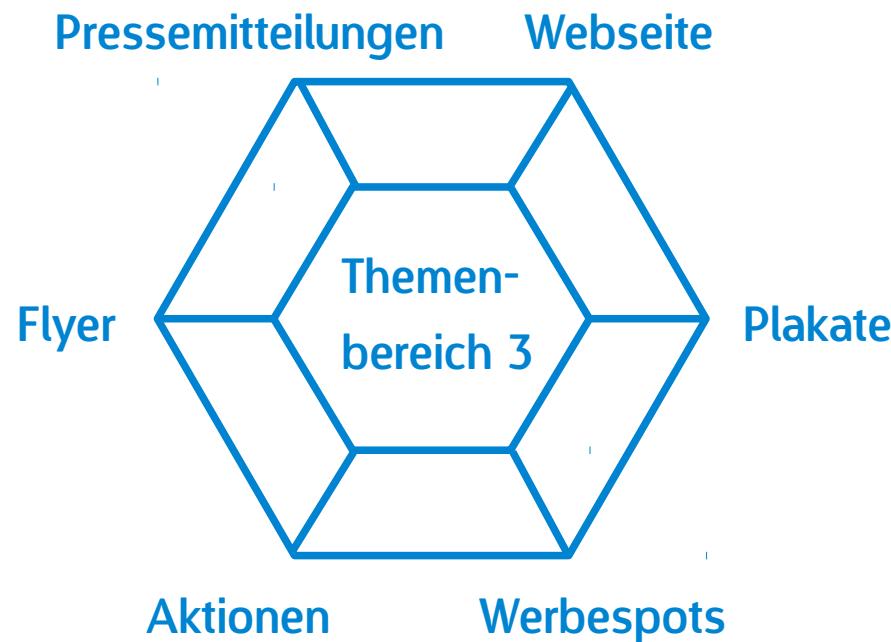
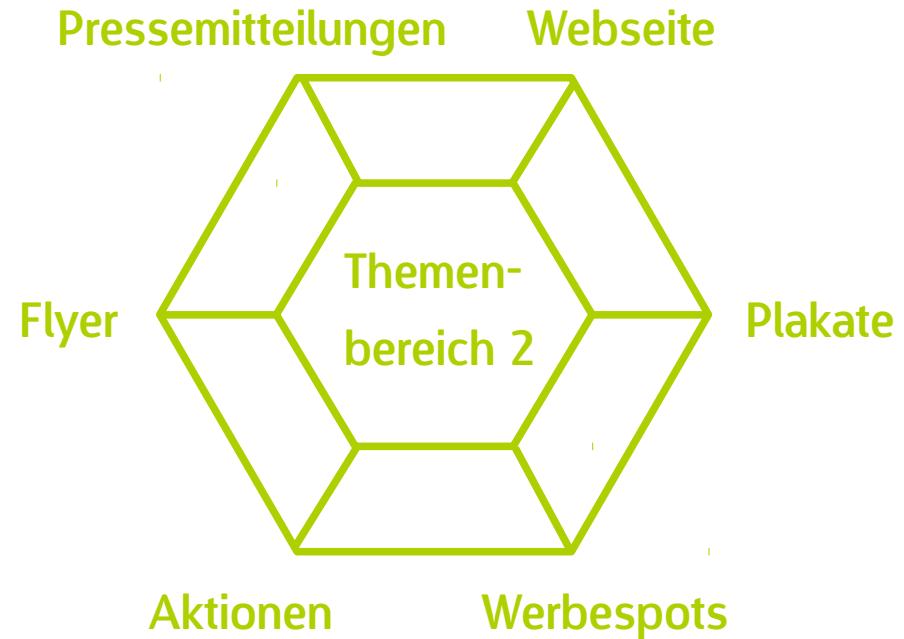
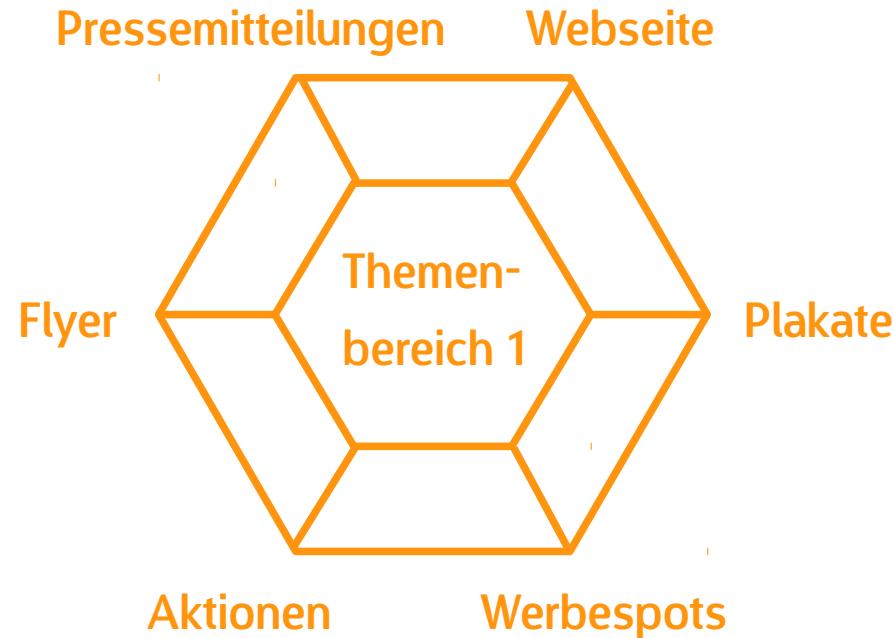


Auftrag für die Teams:

Themen für die verschiedenen Kanäle die wir bedienen müssen aufarbeiten.

Wer würde die Bildung der Teams in die Hand nehmen?

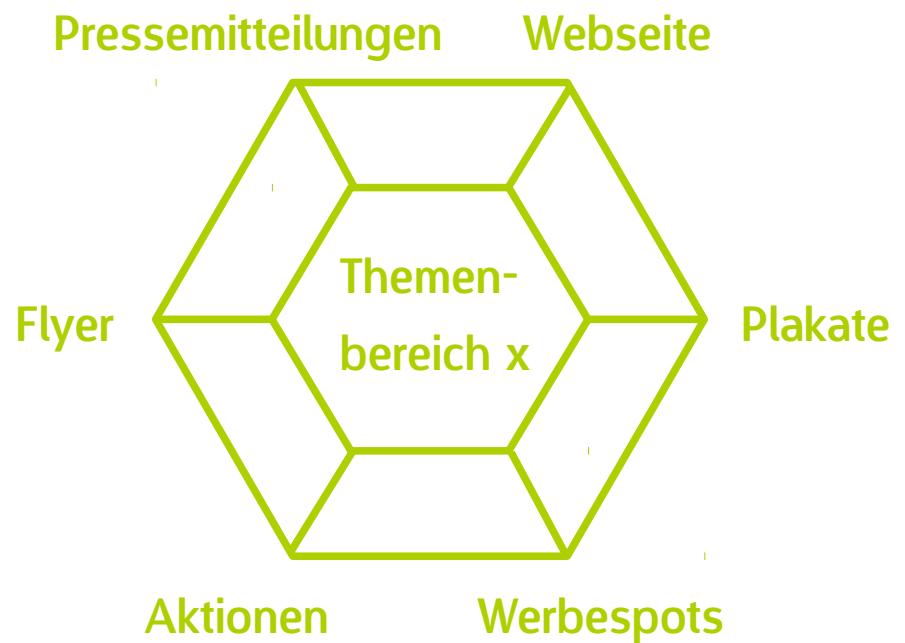
Auf Themen lenken / Themen verankern



Workflow / Zusammenarbeit / Koordination

Damit wir unsere Ziele, die Vermittlung der Themen, erreichen, müssen wir Zusammenarbeiten.

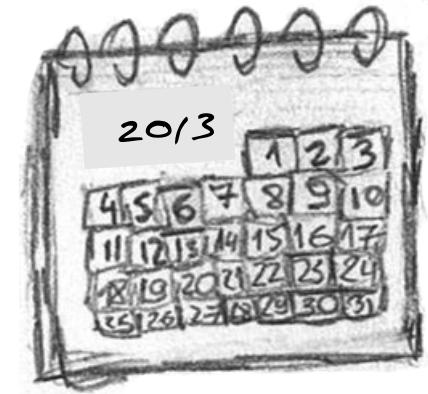
- Pressteam
- Aktionen
- Social Media
- Diskussionsteilnehmer etc.
- Alle die ich vergessen habe



Zeitplan

bis 10. Februar

Themenbereiche für die LTW sammeln



bis 17. Februar

Wahl der Themenbereiche für die LTW (vmb?)

bis 24. Februar

„Gründung“ der Thementeams

bis 03. März

Aufarbeitung der zentralen Themen in den Themenbereichen

09./10. März

Kampagnen Barcamp: Vorstellung der Themen → weiter arbeiten



PIRATENAKTION

Ideen die bewegen

***Wenn wir Menschen bewegen möchten,
müssen wir sie erreichen.***