

Wahlkampf in Zeiten von Corona – „Best-Practice“- Beispiele für eine gelungene Mobilisierung unter schwierigen Bedingungen

Liebe Genossinnen und Genossen,

durch die Pandemie hat sich vieles anders entwickelt, als man es erwartet hätte. Der Arbeitsalltag hat sich verändert, Familienfeiern wurden verschoben und Masken und Kontaktbeschränkungen sind längst Teil des Alltags geworden. Was hingegen noch bevorsteht ist der Wahlkampf unter völlig neuen Bedingungen, als wir ihn aus der Vergangenheit gewohnt waren.

Als SPD und besonders als SPD in Rheinland-Pfalz sind wir nah bei den Menschen. Diese Bürgernähe müssen wir in Zeiten der Kontaktbeschränkungen neu denken. „Nähe trotz Abstand“ heißt das Gebot der kommenden Wochen. Dafür werden wir im Wahlkampf neue Wege finden und auch gehen. Neue Wege, das heißt einerseits erprobte Konzepte neu zu denken, andererseits aber auch komplett neue Konzepte auszuprobieren.

Die Landesgeschäftsstelle möchte euch dabei bestmöglich unterstützen. Diese Handreichung soll dabei ein offenes Dokument sein, dass wir alle gemeinsam bearbeiten und erweitern. Wenn ihr also zusätzliche Ideen oder Anmerkungen habt, würden wir uns sehr freuen, wenn ihr euch bei uns meldet! Indem wir alle Ideen zusammenbringen, Methoden vergleichen, voneinander lernen und auch gute Ansätze aus den Nachbarländern oder sogar vom politischen Wettbewerber früh erkennen und adaptieren, schaffen wir auch in diesen Zeiten einen wirklich starken Wahlkampf!

Auf den folgenden Seiten haben wir und ihr vor Ort verschiedene gute Ideen und Erfahrungen aus den letzten Monaten gesammelt. Mit dieser tollen Sammlung gehen wir jetzt an den Start! Es ist natürlich klar, dass sie in den nächsten Monaten noch um viele – um eure! – Erfahrungen reicher werden wird.

Schreibt uns deshalb unbedingt, wenn ihr tolle Ideen habt oder seht! Wir erweitern unsere Sammlung kontinuierlich. Schaut also gerne regelmäßig im Druckportal vorbei und auch in euer Mailfach, was es Neues gibt!

Ich freue mich auf den Wahlkampf mit euch!

Euer



Daniel Stich

Generalsekretär

Inhaltsverzeichnis

Allgemeines	4
Informationen zur Corona Lage in Rheinland-Pfalz	4
Veranstaltungen sind möglich	4
Briefwahl	4
Kapitel 1: Klassischer Wahlkampf neu gedacht	5
Corona-konforme Haustürbesuche	5
Gartenzaungespräche	7
Dezentrale Infostände und Distanz-Infostände	7
Pendlerverteilkaktionen	8
Banner und Vorgartenschilder	8
Telefonketten im eigenen sozialen Netzwerk	8
Persönlicher Brief an die Nachbarinnen und Nachbarn	9
Werbung in Printmedien – Anzeigen richtig schalten	9
Das “Rundum-sorglos-Paket”: Die Ortsvereinszeitung	10
Kapitel 2: Digitale Formate	11
BürgerInnen-Foren als digitales Format	11
Regelmäßige Postings auf Social Media	12
Digitaler Stammtisch / digitales Kaffeekränzchen	13
Livestreams und Aufnahmen	14
O-Töne und Schnittmaterial	15
Veranstaltungen wie der Digitale Politische Aschermittwoch	16
Kommentare beantworten – nebenbei oder gezielt	16
Kapitel 3: Wahlkampf-Tipps von Wolfgang Nafroth	17
Die Bodenzeitung	17
Selbstgemachte Straßenschilder	18
Das Info Fahrrad	19
Der Autowürfel	20
Öffentliche Abstimmung zu Themen - Das Entscheidungsspiel	20
Kapitel 4: Angebote für die Bürgerinnen und Bürger	21
Open-Air-Sprechstunde / Telefonsprechstunde	21
Die Nachbarschaftshilfe	21
BürgerInnenforen im Freien	22
Gemeinsam die Region erkunden: Beispiel Fahrradtouren und Sternwanderungen	22
Waldspaziergänge / Biotop-Erkundungen	23
Neujahrspunsch und Wintergrillen	23
Kapitel 5: Multiplikatorinnen und Multiplikatoren erreichen	24
Serviceorientiertes Handeln: Gastronomie unterstützen	24
Mit Kulturzentren zusammenarbeiten: Win-Win!	25
Vereine systematisch ansprechen	25
Kapitel 6: Kleine Publikationen	26
Freundebuch / Kochbuch mit Kandidierenden	26
Kontakt	27

Allgemeines

Informationen zur Corona Lage in Rheinland-Pfalz

Alle Neuerungen in Rheinland-Pfalz bezüglich der Corona-Pandemie finden sich immer tagesaktuell auf der Webseite der Landesregierung: <https://corona.rlp.de/de/startseite/>. (29.12.2020).

Dort gibt es unter anderem die wichtigsten Verordnungen und Regelungen sowie eine Übersicht über die derzeitigen Inzidenzwerte. **Davon unabhängig sollte das jeweilige regionale Infektionsgeschehen bei allen Planungen stets die Richtschnur eures Handelns sein.** Das bedeutet: Wenn die Infektionsraten steigen, ist es unter Umständen besser eine Aktion oder Veranstaltung zu verschieben oder in den digitalen Raum zu verlagern, wo dies möglich ist. **Die Gesundheit der Bürgerinnen und Bürger als auch die unserer Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer steht an erster Stelle!**

Veranstaltungen sind möglich

Im Folgenden stellen wir zwar alternative Veranstaltungsformen vor, aber auch Präsenz-Veranstaltungen können möglich sein, wenn auch nicht auf die gewohnte Art und Weise. **Das gilt allerdings nur, wenn es keine anders lautenden Regelungen durch die Landesregierung gibt und sich an alle Regeln gehalten wird.** Das bedeutet insbesondere: **Maske tragen, Abstand halten, Hygienekonzepte haben und respektvoll mit dem Thema und den Sorgen der Menschen umgehen.** Wichtig ist, dass sich die Menschen bei Begegnungen wohlfühlen und sich keine Sorgen machen müssen, Regeln zu brechen. Falls es einen Lockdown oder andere Kontaktbeschränkungen gibt, muss von Präsenzveranstaltungen natürlich Abstand genommen werden.

Für die Umsetzung von Veranstaltungen hat der Landesverband ein umfassendes Hygienekonzept erstellt, inklusive eines Musters zur Kontaktnachverfolgung. Beides könnt ihr bei uns anfragen.

Briefwahl

Die Briefwahl wird relevanter denn je! In anderen Bundesländern, wie beispielsweise bei den nordrhein-westfälischen Kommunalwahlen im Sommer 2020, hat sich gezeigt, dass mehr als 40 Prozent aller Wählerinnen und Wähler von der Briefwahl Gebrauch gemacht haben. **Bei der Landratswahl in der Vulkaneifel und der Bürgermeisterwahl in Daun waren es im November und Dezember sogar schon um die 60 Prozent!** Da wir derzeit damit rechnen müssen, dass sich auch die Bedingungen für die Landtagswahl im März 2021 nicht wesentlich verändern, wird die Briefwahl ein ganz entscheidender Faktor sein. **Die Briefwahl beginnt ab dem 01. Februar,** darum nehmt möglichst früh den Kontakt zu den Bürgerinnen und Bürgern auf!

Kapitel 1: Klassischer Wahlkampf neu gedacht

Ganz unabhängig von einem harten oder weichen Lockdown ist die Kontaktfreudigkeit von potentiellen Wählerinnen und Wählern stark zurückgegangen. Die Vorsicht vor Kontakten sorgt dafür, dass Wahlkampf, wie wir ihn in den letzten Jahren erfolgreich betrieben haben, schwer umsetzbar ist. **Die Antwort in Zeiten der Pandemie muss aber gerade jetzt heißen: Sichtbar bleiben**, damit Bürgerinnen und Bürger Vertrauen in die Politik und am besten in die SPD gewinnen können! Alte Tugenden des Wahlkampfs im neuen Gewand sind daher ein Ansatz, um Bürgerinnen und Bürger zu erreichen, das wichtigste: **Material an die Leute bringen!** In der aktuellen Phase lautet die Devise "Mehr ist mehr". Der 14. März 2021 steht quasi schon vor der Tür; wir haben noch etwa zwei Monate Zeit, die Bürgerinnen und Bürger von unserer Politik und unseren Kandidierenden zu überzeugen!

Entsprechend weisen wir auch gerne hier nochmals auf die Möglichkeit hin **Flyer, Plakate und andere Printprodukte über unser Druckportal zu erstellen** oder aber auch direkt drucken zu lassen. Falls ihr nicht ohnehin schon euer Material bestellt habt, möchten wir euch bitten, dies zeitnah zu tun.

Das Druckportal erreicht ihr entweder über unsere Webseite:

<https://www.spd-rlp.de/web/> (29.12.2020)

oder direkt über den SPD-Shop:

<https://shop.spd.de/mein-spd-shop/de/shop/laenderportale/rlp/> (29.12.2020)

Corona-konforme Haustürbesuche

Haustürbesuche sind für die SPD Rheinland-Pfalz immer eines der zentralen Wahlkampf- und Mobilisierungsinstrumente gewesen. **Hier erreichen wir unser Kernklientel, sind als Partei ansprechbar und zeigen, dass wir „nah bei den Leuten“ sind.** In Zeiten von Corona, ist die Ansprache allerdings zunehmend schwieriger geworden. Solltet ihr Haustürbesuche planen, gilt grundsätzlich: Maske tragen, respektvoller Abstand und Fragen, ob ein Gespräch gewünscht ist. Wenn ihr Interesse an Haustürbesuchen habt, findet ihr hier ein Hygienekonzept für die Organisation und Durchführung von Haustürbesuchen in Zeiten von Corona:

<http://news.spd-rlp.de/go/15/43N2SLTR-4390823X-43KGV1FI-XEIMD.docx> (29.12.2020)

In diesem Konzept erklären wir euch, was ihr bei Haustürbesuchen beachten müsst und zeigen auch einige nützliche Tipps auf, die Corona-konformen Haustürwahlkampf einfacher machen, unter anderem das Vorpacken von Give-Aways in kleinen Tüten, die richtige Auswahl von passenden Gebieten und natürlich, wie ihr eure ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer und die Menschen an den Türen optimal schützt. Nun sorgt die aktuelle Lage dafür, dass Haustürbesuche schwieriger werden. Eine Grunddistanz zu anderen Menschen kann den persönlichen Kontakt erschweren, macht ihn aber nicht unmöglich. Wir wollen nicht sagen “macht keine Haustürbesuche”, haben aber Verständnis, wenn aktuell darauf verzichtet wird.

Auch wenn ihr keine klassischen Haustürbesuche machen wollt, kann die SPD trotzdem “vorbeikommen”: **Türanhänger** können so gestaltet werden, dass sie auf Telefonsprechstunden hinweisen, Botschaften beinhalten oder zur Wahl aufrufen und sind dabei oftmals persönlicher als ein Briefkasteneinwurf – dafür aber auch aufwendiger. Trotz des Mehraufwands ermöglichen solche Produkte aber einen direkten Kontakt zu SPD. Gerade in Corona-Zeiten fehlt es vielen Menschen an Kontakt. Jetzt, mehr denn je, ist deshalb Austausch wichtig.



Bild: Beispiel Türanhänger aus dem Druckportal

Gartenzaun gespräche

Wenn Haustürbesuche nicht möglich sind, braucht es eben das Gespräch vor der Tür im Freien. Zu sogenannten **Gartenzaun gesprächen**. Hierbei geht ihr durch Straßen mit Einfamilienhäusern und sprecht mit den Bürgerinnen und Bürgern, die ihr im Vorgarten oder auf der Straße trifft. Natürlich sind die Wintermonate etwas anderes als der Hochsommer, aber heißen Tee oder Punsch mitzunehmen, ist meist nur ein geringer Aufwand und kommt gut an. Die Termine können dabei über Social-Media-Kanäle angekündigt, per Flugblatt verteilt oder mit Plakaten beworben werden.

Tip p: Ihr könnt Gartenzaun gespräche auch mit Verteilaktionen kombinieren, etwa wenn ihr neue Flyer oder eine Ortsvereinszeitung habt. Auch das Verteilen amtlicher Publikationen, wie z.B. Abfallkalender, bieten sich hierfür an. Dadurch entsteht keine offensichtliche Wahlkampf-Situation und die Menschen reagieren sehr offen und freuen sich sogar, dass ihr Landtagskandidatin oder Landtagskandidat bei ihnen vorbeischa ut. Wenn ihr in eurem Wahlkreis häufiger auf Briefkästen trifft, die mit einem „Keine Werbung“-Aufkleber versehen sind und ihr euch unsicher seid, ob ihr trotzdem eure Flyer, etc. einwerfen sollt, klingelt einfach kurz und fragt nach. Aus eigener Erfahrung können wir sagen, dass die meisten Leute sehr positiv reagieren!

Distanz-Infostände und Dezentrale Infostände

Viele Bürgerinnen und Bürger haben trotz Corona großes Interesse, informiert zu bleiben und wollen Informationen zur Wahl. **Distanz-Infostände** ermöglichen das weiterhin. Statt direkt auf die Leute zuzugehen, bereitet man seinen Wahlkampfstand so auf, dass verschiedene Materialien griffbereit ausliegen. So kann jede Bürgerin und jeder Bürger selbst entscheiden, ob er oder sie bereit ist, auf die Helferinnen und Helfer zuzugehen, um das Gespräch zu suchen. So ist die SPD sicht- und ansprechbar, ohne dabei aufdringlich zu sein.

Dezentrale Infostände wiederum werden in Wohngebieten oder nicht ganz so stark frequentierten Gebieten aufgestellt. Sie sind nicht besonders groß (z.B. ein Stehtisch, ein Schirm und ein paar Give-Aways). Dadurch dass die Infostände in Wohngebieten stehen, ist der Andrang weniger groß und die Menschen können ausweichen, falls sie dies wünschen. **Tip p:** verbindet die dezentralen Infostände mit Verteilaktionen oder Gartenzaun gesprächen. Falls eine Bürgerin oder ein Bürger erweiterten Gesprächsbedarf hat, schickt sie zum dezentralen Infostand um die Ecke, wo sie mit unseren Genossinnen und Genossen ins Gespräch kommen können.

Übrigens: Wenn ihr mit Veranstaltungsplakaten werben wollt, gibt es diese auch im Shop:

<https://shop.spd.de/mein-spd-shop/de/shop/laenderportale/rlp/rlp-ltw/rlp-ltw-a1/veranstaltungsplakat-rlp/?card=4351> (29.12.2020)

Pendlerverteilkaktionen

Rheinland-Pfalz ist in vielen Orten eine Pendlerregion. Deswegen lohnen sich Frühverteilkaktionen, insbesondere an Verkehrsknotenpunkten. Vor Bahnhöfen und zentralen Bushaltestellen hat man sehr viel Laufkundschaft. Auch hier lassen sich typische „Frühstücks-Give-Aways“ verteilen, die nicht teuer sind und gerne entgegengenommen werden (Rosinenbrötchen, Äpfel, Tee, Kaffee, etc.). Dazu braucht es nicht viel Kontakt zu anderen Menschen und trotzdem kann für eure SPD vor Ort effektiv geworben werden. Bitte sorgt dafür, dass die Menschen, sich die Give-Aways selbst nehmen können (z. B. auf einem separaten Stehtisch), um eine Hand-in-Hand-Übergabe zu vermeiden. Falls ihr kleinere Give-Aways habt, können diese auch mit Hilfe einer kleinen Servierzange, o.ä. an die Menschen übergeben werden.

Banner und Vorgartenschilder

Um sichtbar zu bleiben und Botschaften zu senden, braucht es nicht viel. Manchmal reicht der eigene Gartenzaun, der eine politische Botschaft, einen Wahlaufufruf oder ein Thema gut sichtbar auf einem Banner verbreitet. Dieses Banner kann dabei gestaltet und produziert werden oder, wenn ihr kreativ werden wollt, im Ortsverein handgemalt werden. Eine weitere Möglichkeit sind sogenannte **Vorgartenschilder** (Englisch: „Yard Signs“), die man vor allem aus dem US-amerikanischen Wahlkampf kennt. Diese Schilder werden an Kunststoff- oder Holzständern befestigt und können dann in den eigenen Vorgarten gestellt werden. Je mehr Freiwillige man findet, die bereit sind, solche Schilder auf das eigene Grundstück zu stellen, desto besser. **Vorgartenschilder in unserem Kampagnen-Layout könnt ihr übrigens ab Ende Januar direkt über das Druckportal bestellen.**

Telefonketten im eigenen sozialen Netzwerk

Die klassische Telefonkette bekommt in Zeiten von Corona eine neue Bedeutung. Bittet alle eure ehrenamtlichen Unterstützerinnen und Unterstützer, dass sie **fünf bis zehn Menschen anrufen**, die sie in ihrem eigenen Freundes- oder Bekanntenkreis haben. Ziel ist es, ein kurzes Telefonat zu führen, in dem folgende Informationen geteilt werden: Dass man selbst die SPD unterstützt und am 14. März wählen gehen wird (oder sich per Briefwahl beteiligt). Weiterhin ist eine kurze Begründung sinnvoll, warum gerade die SPD bzw. ihr als

Kandidierende richtig für unser Land sind. Wenn das Gespräch gut lief, wird die Person am Telefon gebeten, ihrerseits fünf bis zehn Personen anzurufen und an die Wahl zu erinnern.

Bitte beachtet: Ruft nicht bei fremden Menschen an (deren Kontakt ihr z.B. aus dem Telefonbuch habt). In Deutschland ist unerwünschte, telefonische Wahlwerbung verboten.

Persönlicher Brief an die Nachbarinnen und Nachbarn

Bittet eure Unterstützerinnen und Unterstützer, einen persönlichen Brief an ihre Nachbarn, Freundinnen, Freunde und Bekannte zu verfassen, in dem sie für die Politik der SPD werben und zum Mitmachen, Eintreten oder zur Landtagswahl aufrufen. Ein solcher Brief sollte nicht zu lang sein und folgende Informationen enthalten: die Aussage, dass man selbst die SPD unterstützt und wählen wird, eine kurze Begründung der Entscheidung für die SPD, den Aufruf, es genauso zu machen, ein bis zwei Hinweise, was jeder selbst machen kann, den Hinweis auf den Wahltermin und die Bitte, auf jeden Fall wählen zu gehen sowie das Angebot, darüber zu sprechen. Wer die Kandidatin oder den Kandidaten persönlich kennt, sollte auch dies in einem solchen Nachbarschaftsbrief erwähnen und zur Unterstützung aufrufen.

Im Druckportal findet ihr übrigens auch Vorlagen für individualisierbare Briefbögen im SPD- Design:

<https://shop.spd.de/mein-spd-shop/de/shop/parteiarbeit/buergersprechstunde/bueromaterial-1/briefbogen-%20bundesweit/?card=2910> (29.12.2020)

oder hier (nach Anmeldung): <https://shop.spd.de/mein-spd-shop/de/shop/laenderportale/rlp/rlp-ltw/rlp-ltw-fly/briefbogen-erstblatt-rlp/?card=4345> (29.12.2020)

Werbung in Printmedien – Anzeigen richtig schalten

Im Zuge der Kampagne wollen wir in den rheinland-pfälzischen Printausgaben von Zeitungen präsent sein – wir als Landesverband und ihr als Kandidierende. Für den Zeitraum vor der Briefwahl hat die Landesgeschäftsstelle die Anzeigen-Zeiträume bereits fixiert: **In der Rhein-Pfalz und im Volksfreund werden wir ab dem 22.1.2021 präsent sein. In der Rhein-Zeitung und in der Allgemeinen Zeitung werden wir ab dem 29.1.2021 vertreten sein. Ab Ende Januar dann auch in den Mitteilungsblättern.** Plant hier strategisch und achtet darauf, dass ihr eure Anzeigen nicht zeitgleich mit den Anzeigen des Landesverbandes schaltet.

Tipp: Falls ihr bei der Gestaltung von Anzeigen Inspiration benötigt, kommt gern auf uns zu. Wir haben hierfür Material bereitgestellt, das wir euch sehr gerne zur Verfügung stellen!

Das “Rundum-sorglos-Paket”: Die Ortsvereinszeitung

Für viele Gliederungen ist es nicht möglich, viel und häufig Material zu verteilen. Entweder es fehlt an ausreichend Helferinnen und Helfern oder aber die Altersstruktur lässt mehrere Verteilaktionen nicht zu. Entsprechend sind Materialien wichtig, die viele Funktionen gleichzeitig erfüllen. Ein gutes Beispiel dafür ist die Ortsvereinszeitung. Sie kann problemlos die Kandidierenden abbilden, über Inhalte und Positionen informieren, Hintergründe erläutern oder aber auch auf die (Brief-)Wahl selbst hinweisen.

Falls ihr noch nicht über eine Vorlage für eine Ortsvereinszeitung verfügt, ist der SPD Shop eine gute Anlaufstelle, über den ihr euch verschiedene Exemplare bestellen könnt. Diese sind als 4/8/12-Seiter verfügbar:

<https://shop.spd.de/mein-spd-shop/de/shop/laenderportale/pv/pv-ov/> (29.12.2020)



Bild: Ansicht der individualisierbaren Ortsvereinszeitung im SPD Shop

Beispiele für Ortsvereinszeitungen:

Ortsverein Trier Süd:

https://www.spdtriersued.de/app/download/15996951624/2020_2_der_durchblick.pdf?t=1607289752 (29.12.2020)

Ortsverein Daun:

<https://www.spd-kreis-vulkaneifel.de/wp-content/uploads/2019/04/Dauner-Echo-2019-final-standard.pdf> (29.12.2020)

Kapitel 2: Digitale Formate

Wenn persönliche Kontakte immer schwieriger werden, verlagert sich der politische Diskurs auch in den digitalen Raum. Natürlich stellt jedes digitale Format zunächst eine Hürde dar; es kann auch sein, dass einzelne Bürgerinnen und Bürger nicht teilnehmen können. Wir erleben aber in unserer eigenen Arbeit, dass auch Ältere mit zunehmendem Verlauf der Pandemie immer affiner werden, digitale Formate zu nutzen. Wir wollen euch in diesem Kapitel ermutigen, neue Wege einzuschlagen oder euer Portfolio im digitalen Wahlkampf zu erweitern.

Grundsätzlich ist es wichtig, dass wir als Partei lernen, dass viele digitale Formate von Anfang an und in der üblichen Parteilarbeit mitgedacht werden: O-Töne, Videobotschaften, Social-Media-Postings oder eben nur die Produktion von Schnittmaterial ist gut integrierbar in die Arbeit, die jetzt schon stattfindet. Es braucht aber ein Bewusstsein dafür, dieses von Grund auf mitzudenken. Wenn Veranstaltungen in Präsenz wegfallen, können digitale Formate diese zwar nicht ganz ersetzen, sie bieten aber dennoch eine Möglichkeit des Austausches und zeigen den Bürgerinnen und Bürgern, dass man auch in dieser schwierigen Zeit weiterhin für die da ist. In diesem Kapitel werden wir euch nicht vordergründig die technischen Voraussetzungen erläutern, sondern euch Anregungen für euren Wahlkampf vor Ort geben.

Bei der Durchführung von digitalen Veranstaltungen können euch gegebenenfalls die (Regional-) Geschäftsstellen weiterhelfen oder zumindest Hinweise geben. In den letzten Monaten wurde einiges an Software und technischem Equipment angeschafft und auch das Know-How nimmt immer weiter zu.

BürgerInnen-Foren als digitales Format

Wie ermöglicht ihr den Dialog zu Bürgerinnen und Bürgern, die keine Zeit für Wahlkampfevents haben oder die in der aktuellen Zeit den persönlichen Kontakt zu anderen Menschen weitestgehend minimieren wollen? Ihr kommt zu ihnen „nach Hause“ oder direkt aufs Smartphone. **Ihr baut euch mit wenigen Mitteln ein kleines aber professionelles Studio im lokalen SPD-Büro oder in den eigenen vier Wänden auf** – das ist auch mobil möglich. Über eine Videokonferenzplattform (wie WebEx, Zoom oder Jitsi) werden die Bürgerinnen und Bürger eingeladen. Ihr braucht gutes Licht (zum Beispiel mit einem günstigen Ringlicht oder zwei Softboxen), ein Stativ für euer Handy oder eine Webcam am Laptop, ein Mikrofon (auch da gibt es bereits günstige Mikros für euer Smartphone) und eine Rückwand. Alternativ reicht auch ein schlichter, schöner Hintergrund. Achtung: bloß nicht „gegen das Licht“ filmen – ein Fenster sollte also nicht direkt in die Kamera einstrahlen, sonst wird es zu hell.

Der Vorteil an diesem Format: Ihr trefft auf eure Wählerinnen und Wähler, diskutiert mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren und verankert so die Themen eures Wahlkampfes im Wahlkreis. Um die Veranstaltung interessant zu gestalten, braucht es Abwechslung. Ein entspannter Wechsel zwischen Redephasen, Dialog und ggf. Mitmachaktionen sorgt dafür, dass die Foren Spaß machen und die ehrliche Bereitschaft zum Austausch entsteht. Sammelt schon vorab per Mail oder in sozialen Medien Fragen oder gebt den Bürgerinnen und Bürgern während der Veranstaltung die Möglichkeit, ihren Fragen Gehör zu verschaffen. Persönliche Inhalte wie ein Buch-/ Film-Tipp oder Corona konforme Ausflugsziele können den eher trockenen „Politiktalk“ auffrischen. Das ausgearbeitete und detaillierte Veranstaltungs-Konzept liegt euch vor oder kann beim Landesverband angefragt werden.

Regelmäßige Postings auf Social Media

Wiederkehrende Postings zu gleichen Zeiten an gleichen Tagen sorgen für Verbindlichkeit und können die Zahl der Menschen die ihr über die sozialen Medien erreicht, steigern. Nur wer regelmäßigen Inhalt verbreitet, den die Leute auch viel klicken, kommentieren und teilen, kann seine Reichweite steigern und so nach und nach auch Menschen außerhalb der eigenen politischen Kreise erreichen. So kann zum Beispiel das wöchentliche Format „schon gewusst?!“ auf euren Kanälen laufen, in dem ihr jede Woche eine Position eurer SPD vor Ort oder einen (skurrilen oder witzigen) Fakt über eure Gemeinde erzählt.

Darüber hinaus gibt es viele andere Möglichkeiten, regelmäßig für Inhalte auf Facebook, Instagram, Twitter und Co. zu sorgen: **Verschiedene Aktions- und Gedenktage geben immer wieder aktuelle Anlässe und Themen, zu denen man sich in Form von Texten, Sharepics oder Videos in der sozialen Medien positionieren kann.** So bietet bspw. der 27. Januar mit dem „Tag des Gedenkens an die Opfer des Nationalsozialismus“ einen wichtigen Tag zur Positionierung im Kampf gegen Rechts. Wenn auch zu diesem Tag in diesem Jahr keine Aktionen in Präsenz möglich sind, so kann man mit einem Post auch ein Zeichen setzen. Wann solche Tage sind, findet man auf verschiedenen Listen wie bspw. hier: https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Gedenk-_und_Aktionstagen (29.12.2020) oder für kuriose Anlässe auch hier: <https://www.kuriose-feiertage.de/kalender> (29.12.2020).

Nicht jedem fällt es leicht, selbst mit Grafik-Programmen ein Sharepic zu gestalten – **Für eure Sharepics in den Social-Media-Kanälen empfehlen wir euch die Nutzung unseres Sharepic Generators.** Diesen erreicht ihr unter www.sharepics.spd-rlp.de (29.12.2020). Hier können sich alle Mitglieder und auch Nicht-Mitglieder anmelden, und so Sharepics im Kampagnendesign erstellen und runterladen. Hintergründe, Texte und Bilder sind frei wählbar und ihr findet sogar eine Mediathek mit Symbolfotos vor. So könnt ihr eure eigene Botschaft gut rüberbringen.



Bild: Der Sharepic-Generator zum Erstellen eigener Sharepics

Wenn ihr nicht zu jedem aktuellen politischen Anlass einen eigenen Post machen wollt oder könnt, könnt ihr jederzeit die Posts des Landesverbands oder von Malu teilen und mit eurem eigenen Kommentar versehen.

Eine weitere Beitragsidee für eure Social-Media-Kanäle sind gelegentliche Verlosungen. Regional spezifische Besonderheiten oder Merchandise aus dem Wahlkampf oder der Stadt können über Facebook oder Instagram verlost werden und machen Leute zu dem auf die Seite aufmerksam, die sonst nicht unbedingt der Partei folgen – eine Tasse mit lokalem Aufdruck oder besonderes Give Away der Kandidierenden vor Ort oder ein Ausflug in eine lokale Sehenswürdigkeit sind denkbar. Dazu solltet ihr an die Leute verlosen, die einen Kommentar hinterlassen. So steigert ihr automatisch die Reichweite eurer Seite. Wenn dies dann noch für kleines Geld über den Facebook Ads Manager beworben wird, erreicht man auch viele Leute außerhalb der eigenen Strukturen. Politische Botschaften müssen dabei nicht zu kurz kommen!

Digitaler Stammtisch / digitales Kaffeekränzchen

Viele Veranstaltungsformate können in den digitalen Raum übersetzt werden. Digitale Stammtische oder Kaffeekränzchen sind sehr beliebt, können in der örtlichen Zeitung oder über Plakate sowie im Netz angekündigt werden und schaffen Bindung zwischen Wählerinnen und Wähler sowie der SPD vor Ort.

Beispiele:

Digitaler Stammtisch mit Heike Scharfenberger:

https://www.wochenblatt-reporter.de/ludwigshafen/c-lokales/stammtisch-mit-heike-scharfenberger_a207019 (29.12.2020)

Virtueller Stammtisch Forum Netzpolitik:

<https://spdnetz.de/event/bildung40/> (29.12.2020)

Livestreams und Aufnahmen

Auch Diskussionsformate sind im Netz abbildbar. Sie können entweder aufgenommen und im Netz zur Verfügung gestellt werden oder aber ihr strahlt sie interaktiv als Livestream aus. Mögliche Plattformen dazu sind Facebook, Instagram oder YouTube, aber auch noch viele mehr. Natürlich braucht es dafür einiges an Vorbereitung, aber oftmals finden sich ja auch technikaffine Genossinnen und Genossen vor Ort, die daran Spaß haben. Eine Kandidatin oder ein Kandidat kann sich beispielsweise einen Experten/ eine Expertin zu einem Thema oder eine lokal-prominente Person zu einem Facebook-/ Instagram-Live einladen und dort, ähnlich dem digitalen Bürgerforum, diskutieren. Über die sozialen Medien können somit potenziell mehr Menschen erreicht werden und die Bürgerinnen und Bürger können im Chat Themen anstoßen oder Fragen stellen, die dann Live beantwortet werden. So ein Format lässt sich bereits mit einem Handy, einem Ansteckmikrofon und guter Beleuchtung umsetzen. Wer möchte, kann das Ganze noch um eine professionelle Kamera (bspw. Sony Alpha III) und eine Streaming Software (bspw. OBS) erweitern.

Live-Formate können ggf., auch wenn es mal nur wenige Zuschauerinnen und Zuschauer sind, danach angesehen werden und so mehr Menschen erreichen als eine Präsenzveranstaltung die im Normalfall nicht aufgezeichnet wird und die danach nicht mehr vorhanden ist.



Bild: Malu und Daniel bei einem Malu Live

Beispiele:

Malu Live auf Facebook:

<https://www.facebook.com/malu.dreyer/videos/2369633656615442> (29.12.2020)

Malu Live mit Dunja Hayali bei Instagram:

<https://www.instagram.com/tv/CC6d0JA1zI9/> (29.12.2020)

O-Töne und Schnittmaterial

Wenn Kundgebungen fehlen, kann ein gut platzierter O-Ton dies nicht eins zu eins ersetzen, aber er erzeugt wenigstens politische Kommunikation. Dafür braucht es meist nur ein Smartphone, vielleicht ein günstiges Mikrofon und eine ruhige Hand: Erzählt in kurzen Beiträgen – nicht länger als zwei Minuten, besser maximal 45 Sekunden – von eurer Arbeit vor Ort, von eurem Gespräch mit der örtlichen Gastronomie oder warum gerade an dem Ort, an dem ihr seid, ein neuer Fahrradweg notwendig ist.

Kleine Botschaften, die ihr dann auf euren Kanälen ausspielt, sind sehr niederschwellige Produkte, um dennoch von euch und eurer Arbeit zu überzeugen.

Entsprechend denkt daran, wenn ihr unterwegs seid und auch nur wenige Menschen trifft: Fotos und auch mal ein (gemeinsames) Statement machen. Denkt dabei aber auf jeden Fall an die Persönlichkeitsrechte anderer.

Das können die Anlässe unterschiedlichster Natur sein: Ereignisse wie der 11.11. oder der Vorlesetag sind zwar vorbei, aber schöne Beispiele dafür, was man machen kann. Termine für Kommunikationsanlässe findet ihr unter anderem unter “Mein Bereich” bei spd.de: <https://www.spd.de/kampagne/material-fuer-deine-parteiarbeit/> (29.12.2020). Dort sind die Kommunikationsanlässe 2020 abgelegt. Bald wird sicher auch eine Datei mit Kommunikationsanlässen 2021 erscheinen.

Tipp: Sind Veranstaltungen demnächst bspw. in begrenzter Personenzahl möglich, ruft alle, die nicht dabei sein können oder möchten, dazu auf, ihr Statement zum Thema selbst mit dem Handy aufzunehmen und in den sozialen Medien unter einem vorher von euch benannten Hashtag zu veröffentlichen. So wird eine breite Aufmerksamkeit erzeugt.

Beispiele:

Videobotschaft zum Thema soziokulturelles Zentrum von Johannes Klomann:
<https://www.facebook.com/johannes.klmann.spd/posts/5372466172764319> (29.12.2020)

Videobotschaft Malu zum Tag gegen Gewalt an Frauen
<https://www.facebook.com/1402857076602559/videos/827874481401215> (29.12.2020)

Videobotschaft Olaf Scholz
<https://www.facebook.com/watch/?v=251559466247834> (29.12.2020)

Veranstaltungen wie der Digitale Politische Aschermittwoch

Eine gute Gelegenheit ein digitales Format anzubieten, ist beispielsweise der klassische Politische Aschermittwoch. Holt eine Referentin oder einen Referenten dazu, lasst sie per Videoschaltel middiskutieren oder euch eine Grußbotschaft zusenden und ladet Bürgerinnen und Bürger zu einer Online-Konferenz ein. Auch bspw. die klassischen Neujahrsempfänge, die wir traditionell aus den dem Januar kennen, können als digitale Formate über Videokonferenzplattform stattfinden.

Kommentare beantworten – nebenbei oder gezielt

Zwar nicht direkt ein Format der Online-Kommunikation, aber genauso effektiv im Wahlkampf ist das sogenannte „Community Management“. Das heißt mit den Abonentinnen und Abonenten bzw. den Followerinnen und Followern, also auch den Bürgerinnen und Bürgern in Austausch treten und sie so an uns und unsere Inhalte binden. Manchmal mag es lästig erscheinen, Kommentare auf der eigenen Social Media Seite zu beantworten oder bei anderen Seiten unsere politischen Ziele zu verteidigen – aber es lohnt sich. Oft sind die Hetzerinnen und Hetzer laut in den sozialen Medien und der große und anständige Teil der Bevölkerung liest eher still mit. Für diese Bürgerinnen und Bürger sollten wir auch in den Kommentarspalten aktiv für unsere Inhalte eintehen.

Wie und wo das geht, zeigt unser Online-Team für Malu:

<https://www.spd-rlp.de/web/online-team-fuer-malu/> (29.12.2020)

Tipps und Tricks zu Umgang mit Hass im Netz gibt's z.B. hier:

<https://www.spd.de/index.php?id=1167> (29.12.2020)

Kapitel 3: Wahlkampf-Tipps von Wolfgang Nafroth

Nur weil kein klassischer Infostand möglich ist, bedeutet das nicht, dass weitere kreative Möglichkeiten ausbleiben müssen. **Der sogenannte „Guerilla“-Wahlkampf ist eine kostensparende und vor allem Corona-konforme Alternative.** Ziel ist es, mit unkonventionellen, unerwarteten und witzigen Ideen auf sich aufmerksam zu machen. Häufig sind die Aktionen nicht auf den ersten Blick als Wahlkampf oder Produkt einer Partei zu erkennen, sondern sollen Passantinnen und Passanten neugierig machen und sie dazu bringen, stehen zu bleiben und sich mit dem „Produkt“ auseinander zu setzen. Das Spektrum an möglichen Aktionen ist breit gefächert, eurer Kreativität sind kaum Grenzen gesetzt. Als Anregung möchten wir euch hier die Bodenzeitung, Straßenschilder, ein Info Fahrrad und den Auto-Würfel vorstellen. Weitere Möglichkeiten und tolle Aktionen, wie z.B. Flyer-Aktionen oder Themenzebraustreifen, findet ihr auf der Webseite von Wolfgang Nafroth, einem der führenden Kommunikationsberater auf dem Gebiet des „Guerilla“-Marketings:

<https://www.nafroth.com/> (29.12.2020)

Die Bodenzeitung

Die Bodenzeitung ist der Klassiker im „Guerilla“-Wahlkampf. Hierbei wird eine weiße Bauplane mit einem informativen oder witzigen Text beschrieben, aus dem nicht auf den ersten Blick hervorgeht, dass die Urheberin oder der Urheber Wahlkampf betreibt. So könntet ihr beispielsweise einen Brief aus der Sicht eines Kindes an seine Eltern verfassen, in dem es beschreibt, dass die Eltern doch mal besser die SPD wählen sollen, weil Bildung ansonsten unbezahlbar wird. Oder ihr erstellt eine kleine Umfrage, wie im untenstehenden Bild aus Ludwigshafen zu sehen ist. („Was erwarten SIE von Ihrer Landtagsabgeordneten Heike Scharfenberger?“). Auch hier könnt ihr kreativ werden!

Die beschriftete Bodenzeitung wird dann in einer Fußgängerzone oder an einem gut frequentierten Platz ausgebreitet. Diese ungewöhnliche Aktion animiert passierende Menschen zum Stehenbleiben und Lesen des Textes. Währenddessen steht ein SPD-Mitglied unerkannt in der Nähe und passt auf, dass die Bodenzeitung nicht beschädigt oder gestohlen wird. Weitere Ideen zu Bodenzeitungen und möglicher Inhalte findet ihr ebenfalls auf der Webseite von Wolfgang Nafroth:

<https://www.nafroth.com/bodenzeitung.html> (29.12.2020)

Beachtet bitte: Auch für das Auslegen einer Bodenzeitung müsst ihr bei der örtlichen Verwaltung einen Infostand anmelden!



Bild: Bodenzeitung in Kaiserslautern

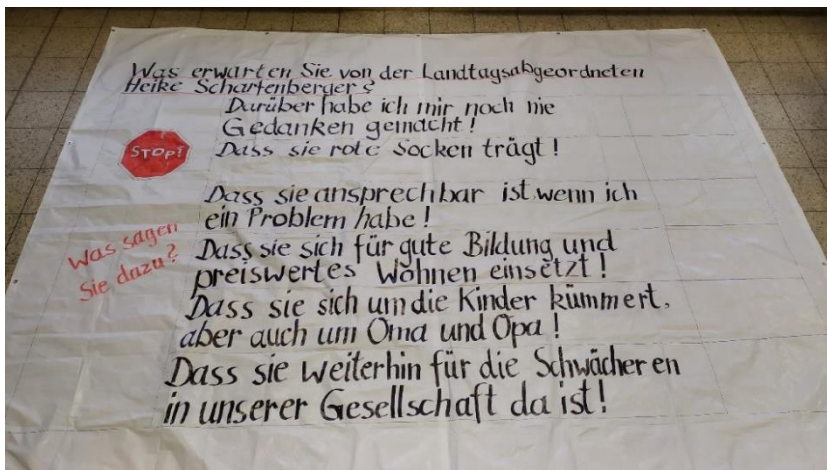


Bild: Bodenzeitung in Ludwigshafen

Selbstgemachte Straßenschilder

Bei den Straßenschildern fertigt ihr drei bis vier Pappschilder an, auf denen eine fortlaufende Botschaft steht. Mit diesen Schildern stellt ihr euch dann in einem Abstand von 30 bis 50 Metern zueinander an den Straßenrand, z.B. im Feierabend-Verkehr. Im beigefügten Bild aus Kaiserslautern steht beispielsweise: Schild 1: „Können SIE uns gut sehen?“, Schild 2: „Wenn ja, dann **nicken** SIE mal!“, Schild 3: „In der dunklen Jahreszeit ist das hier schwierig!“, Schild 4: „Deswegen soll eine Straßenbeleuchtung hier hin! ... **ihre SPD**“. **Mit dieser Aktion könnt ihr eine große Anzahl an Wählerinnen und Wählern erreichen, sie ist kostengünstig und, da die Genossinnen und Genossen weder Kontakt zueinander, noch zu den Menschen haben, auch noch Corona-konform!**



Bild: Straßenschild Aktion in Kaiserslautern

Das Info Fahrrad

Für das Info Fahrrad benötigt ihr ein (altes) Fahrrad. An diesem befestigt ihr mit Kabelbindern kleine Kärtchen, auf denen clevere oder witzige Sprüche stehen (Beispiel: „In letzter Zeit zu oft **Schwarz** gesehen? Dann ist es jetzt Zeit **Rot** zu wählen“). Ihr könnt aber auch Bezug nehmen auf kommunale politische Themen, auf eure jeweiligen Kandidierenden (Beispiel: „Die Heike hats drauf oder?“) oder einen versteckten Wahlauf Ruf einbauen (Beispiel: „Ich glaube ich mach mit.“). Das Info Fahrrad hat den Vorteil, dass man es überall abschließen kann; werden einige der Karten abgerissen oder beschädigt, kann man sie einfach erneut ausdrucken. Idealerweise besitzt ihr ein Laminiergerät, Klarsichtfolien sind aber völlig ausreichend!



Bild: Info Fahrrad für Ludwigshafen

Der Autowürfel

Der Autowürfel besteht aus einem weißen Pappkarton, den ihr auf jeder Seite mit einem passenden Text beschriftet. Besonders geeignet hierfür sind Themen wie Grundrente, kostenlose Bildung oder Pflege. Im beigefügten Bild steht beispielsweise ein Zitat eines sieben Jahre alten Jungen und seines Vaters: „Wenn ich groß bin, bau ich ein Roboter der mein Zimmer aufreimt. Tim, 7 Jahre“ und weiter „Gut, dass das Studium in RLP kostenlos ist. Papa von Tim, 38 Jahre“. Diesen Würfel könnt ihr auf euer Auto stellen, wenn ihr irgendwo parkt, wodurch automatisch Sichtbarkeit generiert wird. Tipp: Wenn ihr keinen Karton habt, könnt ihr auch drei Hohlkammerplakate auf der Rückseite beschriften und als Leporello aneinanderkleben!



Bild: Auto Würfel in Kaiserslautern

Öffentliche Abstimmung zu Themen – Das Entscheidungsspiel

Eine weitere gute Idee sind öffentliche „Entscheidungsspiele“ in der Einkaufsmeile, in denen Bürgerinnen und Bürger mit Bällen im Vorbeigehen ihre Meinung kundtun. So werden Stimmungsbilder direkt sichtbar und gleichzeitig setzen sich Bürgerinnen und Bürger mit euren Themen auseinander. Dazu benötigt ihr eine Tafel oder ein Plakat. Darauf schreibt ihr Fragen, die mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden können. Neben den Fragen lasst ihr Platz für die Ergebnisse (z.B. 18 Ja-Stimmen, 2 Nein-Stimmen). Die Fragen schreibt ihr nochmal auf jeweils ein Plakat und positioniert dieses (z.B. auf einer Staffelei) hinter Eimern oder Acrylröhren, die mit den Antwortmöglichkeiten gekennzeichnet sind. Zur Beantwortung der Fragen werfen Passantinnen und Passanten einfach einen bunten Plastikball in den jeweiligen Behälter – manche sind darüber hinaus zu einem Gespräch bereit, z.B. mit dem Hinweis, so einfach lassen sich die Frage nicht mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten. Der Infostand kann dann – mit genügend Abstand! – von ein bis zwei Genossinnen und Genossen betreut werden, die als Ansprechpersonen dienen.

Kapitel 4: Angebote für die Bürgerinnen und Bürger

Die Bürgerinnen und Bürger erreichen wir immer dann, wenn wir ihnen bei Problemen und Anliegen helfen, wenn wir für sie ansprechbar sind oder ihnen konkrete Angebote machen können.

Das gilt auch und gerade in Zeiten von Corona. Darum wollen wir euch an dieser Stelle noch einmal einige Inspirationen mit auf den Weg geben, was alles möglich und umsetzbar ist.

Open-Air-Sprechstunde / Telefonsprechstunde

Wir erhalten viele Hinweise, dass die gute alte **Telefonsprechstunde** mehr denn je gefragt ist. Richtet eine solche ein und bewirbt diese im Wahlkampf. Für viele, insbesondere Risikogruppen und damit ältere Bürgerinnen und Bürger, ist dies eine der wenigen Möglichkeiten, sich über die Arbeit vor Ort zu informieren. Dabei sollte am besten in regelmäßigen und festen Zeiten stets über die gleiche Nummer kommuniziert werden. Das Ganze geht natürlich auch **Open-Air**, wenn man quasi zu Quartiersgesprächen einlädt. Beworben werden kann das ganze via Social-Media-Kanäle, Plakate, Flyer oder Aushänge.

Die Nachbarschaftshilfe

Solidarität zeigt sich auch dadurch, dass man denjenigen ganz konkret hilft, die durch Corona besonders gefährdet sind. Das funktioniert beispielsweise indem man vor Ort eine Nachbarschaftshilfe organisiert, die sich um Einkäufe für Seniorinnen und Senioren und andere Risikogruppen kümmert. Die Jusos in Rheinland-Pfalz haben dabei von Anfang an mit gutem Beispiel gezeigt, wie man die Nachbarschaftshilfe organisieren und Informationen verbreiten kann. **Wichtig ist, dass wir Menschen zeigen, welche Möglichkeiten existieren und wie sie diese in Anspruch nehmen können.** Und so kann sich auch die SPD vor Ort an Nachbarschaftshilfen, beim Einkaufen oder anderen vergleichbaren Aktionen beteiligen.

Links zur Nachbarschaftshilfe der Jusos Rheinland-Pfalz:

<https://nh-rlp.de/> (29.12.2020)



Bild: Hilfsangebot der Jusos Rheinland-Pfalz- während der Corona Pandemie

BürgerInnenforen im Freien

Ein weiteres hilfreiches Format sind die BürgerInnenforen im Freien. Hierbei seid ihr zu festgelegten Zeiten an einem bestimmten Ort, z.B. im örtlichen Park. Die Bürgerinnen und Bürger ladet ihr über Social Media, Plakate oder Flyer ein, euch dort zu treffen, um mit euch ins Gespräch kommen zu können. Zu Anfang wird der Andrang vielleicht noch nicht so groß sein, aber wir wissen von Genossinnen und Genossen, die dieses Konzept erfolgreich in Nordrhein-Westfalen umgesetzt haben und teilweise bis zu 15 Bürgerinnen und Bürger vor Ort angetroffen haben. Die Veranstaltung selbst ist gestaltet wie eine offene Diskussion oder Fragerunde, je nach dem was zu euch passt.

Gemeinsam die Region erkunden: Beispiel Fahrradtouren und Sternwanderungen

Wenn wir Menschen nicht in Hallen einladen dürfen, sollte es uns nicht abhalten, Menschen in die Region und Natur einzuladen. Dabei können die Outdoor-Aktivitäten thematisch angepasst werden: Warum nicht eine Fahrradtour und über den Ausbau der Radwege vor Ort diskutieren? Warum nicht eine Wanderung durch den örtlichen Wald und über Naherholung sprechen? Die Veranstaltungen können dabei in der örtlichen Zeitung, über Flyer und andere Medien angekündigt werden. Im Winter gibt es natürlich Herausforderungen, aber ein Bollerwagen mit Kleinigkeiten zum Aufwärmen mitzunehmen, ist bei jeder Wanderung gut und einfach zu organisieren.

Beispiele:

<https://doris-barnett.de/die-roten-radler-waren-unterwegs/> (29.12.2020)

<https://spd-gochoheim.de/termine/?id=497939> (29.12.2020)

Waldspaziergänge / Biotop-Erkundungen

Gute Möglichkeiten auf die kommunalen Themen “Wald” aber auch “Land- und Forstwirtschaft” hinzuweisen sind geführte Spaziergänge durch den örtlichen Wald. Das Ansteckungsrisiko ist gering, Abstand ist möglich und als Referentinnen und Referenten lassen sich Waldbesitzerinnen und -besitzer, Landwirtinnen und Landwirte und weitere Expertinnen und Experten finden.

Staatliche Behörden dürfen sich nicht am Wahlkampf beteiligen, aber in unseren eigenen Reihen finden sich viele Fachkundige. Das gleiche Format funktioniert auch bei Spaziergängen durch örtliche Naturschutzgebiete, Biotope oder Naherholungsgebiete.

Beispiele:

<https://www.spd-eifelkreis.de/einladung-des-waldbauvereins-bitburg-e-v-und-des-pefc-zum-informativen-waldspaziergang-mit-jan-pauls/1482/> (29.12.2020)

<https://www.spd-hammersbach.de/2018/07/29/waldspaziergang-der-spd-fraktion/> (29.12.2020)

Neujahrspunsch und Wintergrillen

Viele Neujahrsempfänge werden im kommenden Jahr anders aussehen als gewohnt. Aber deswegen sollte das nicht unsere Stimmung trüben, sondern lässt uns kreativer werden: Statt in einer großen Halle kann ein Lagerfeuer (Achtung, Anmeldung!) organisiert werden und Glühwein, bzw. heißer Tee ausgegeben werden.

Der SPV Ortsverein im hessischen Hasselroth führt seit einigen Jahren ein ähnliches Konzept durch. Einen Beitrag und Fotos dazu findet ihr hier:

<https://www.spd-hasselroth.de/2020/02/04/maennerteam-organisierte-den-neujahrspunsch-2020-der-spd-hasselroth/> (29.12.2020)

Genauso kann die kalte Jahreszeit zum Wintergrillen genutzt werden. Viele Gliederungen deutschlandweit laden zum traditionellen Wintergrillen ein, was Corona-konform und unproblematisch zu organisieren ist.

Beispiele:

<https://spd-weiden.de/wintergrillen/> (29.12.2020)

<https://www.facebook.com/spdherne/posts/1808551212573304/> (29.12.2020)

Kapitel 5: Multiplikatorinnen und Multiplikatoren erreichen

Grundsätzlich muss sich die SPD wieder stärker in der Gesellschaft verankern, um zur alten Stärke zurückzufinden. Dazu sind ein Austausch und auch eine Auseinandersetzung mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren unausweichlich. Hierfür sind insbesondere Vereine, lokale Unternehmen und öffentliche Einrichtungen erste und wichtige Ansprechpartner.

Multiplikatorinnen und Multiplikatoren dienen aber gerade in Zeiten von Corona als Botschafterinnen und Botschafter unserer Inhalte. Wenn wir direkte Kontakte mit Bürgerinnen und Bürger nur schwer erreichen, muss sich die gute Arbeit der SPD vor Ort eben rumsprechen. Bei diesen Gesprächen sollte immer eine Verarbeitung des Termins mitgedacht werden: Kann die Presse Termine begleiten oder ist eher eine Pressemitteilung sinnvoll? Macht jemand Bilder zur Verarbeitung auf der eigenen Homepage oder Social Media? Gibt es die Möglichkeit gemeinsame Statements mit etwaigen Betroffenen vor Ort aufzunehmen?

Serviceorientiertes Handeln: Gastronomie unterstützen

In der aktuellen Situation kann die SPD durch eine ihrer Konstanten glänzen: Solidarität! Denn Politik darf nicht nur gedacht, sondern muss auch gemacht werden.

Gerade die Gastronominnen und Gastronomen leiden unter den aktuellen Auflagen und dabei sind sie so wichtig für das Wohlfühlen in einer Gemeinde oder Stadt. Die SPD vor Ort kann dabei der Gastronomie direkt helfen, indem sie z.B. auf die verschiedenen und meist neuen Lieferservices hinweist, diese verbreitet und bewirbt. Darüber hinaus sind Gespräche mit denen, die es in der Krise mit am schwersten haben, wichtig: Wo drückt der Schuh, wie kann die Gemeinde Gastronomen unterstützen? Aber auch andersherum kann die SPD vor Ort direkt helfen: Viele wissen gar nicht, welche Hilfen gerade existieren: Macht euch schlau, welche Hilfeleistungen, die übrigens von der SPD im Bund organisiert wurden, existieren. Helft, indem ihr Informationen aufbereitet und verteilt. **Außerdem sind Aufrufe sinnvoll, in denen ihr dazu appelliert bei örtlichen Geschäften und Gastronomen einzukaufen.** Dadurch wird ein Schlaglicht auf ein wichtiges Thema gelenkt und ihr solidarisiert euch mit den Menschen vor Ort.

Mit Kulturzentren zusammenarbeiten: Win-Win!

Neben den Gastronomen sind vor allem Kulturschaffende und die Kulturzentren angeschlagen. Viele SPD-Gliederungen sind deswegen im direkten Austausch mit den Kulturzentren vor Ort. Wenn ihr Diskussionen per Livestream anbietet (siehe Kapitel 2) oder wenn im Frühjahr Veranstaltungen mit einigen Zuschauern möglich sind, solltet ihr unbedingt in direkten Kontakt mit den Kulturzentren vor Ort kommen: Gerade diese freuen sich, wenn sie aktuell auf sich aufmerksam machen können und ggf. kleine Einnahmen erzielen, während die SPD im Umkehrschluss von dem direkten Austausch und der Verankerung in der Gemeinde profitiert.

Vereine systematisch ansprechen

Vereine sind für das öffentliche Zusammenleben in einer Stadt oder Gemeinde unverzichtbar. Sie organisieren Begegnung, Austausch und bieten Entfaltungsmöglichkeiten für alle Menschen vor Ort. Unter den aktuellen Bedingungen leiden aber viele Vereine unter Mitgliederschwund (bzw. fehlender Rekrutierung neuer Mitglieder), Finanzproblemen und einer unsicheren Zeit in den kommenden Wochen und Monaten. Wir empfehlen euch dringend, systematisch vor Ort eure Vereine zu Hintergrundgesprächen einzuladen und zu erfahren, welche Probleme konkret vorliegen. Natürlich kann ein solcher Termin pressetechnisch begleitet und aufbereitet werden, wichtiger ist aber, dass sich die SPD in der Stadtgesellschaft als Kümmererin zeigt.

Kapitel 6: Kleine Publikationen

Man könnte sich die Frage stellen, ob dieses Kapitel nicht eigentlich auch in den vorangegangenen Punkten aufgeführt werden könnte. Jedoch braucht jede Publikation Zeit, weshalb wir diese Ideen separat vorstellen. Kleine Publikationen dienen aber gerade in Zeiten von Corona dafür, Kandidierende oder kommunale Arbeit besser vorzustellen und damit eine Bindung zu erzeugen, auch wenn der persönliche Kontakt ausbleibt.

Freundebuch / Kochbuch mit Kandidierenden

Vielleicht kennt ihr noch die alten Freundebücher aus der Grundschule? Eine Möglichkeit, die Kandidierenden vor Ort vorzustellen, ist genau dieses Prinzip zu übernehmen! Dazu braucht es einen Fragenkatalog, der einerseits die Kandidierenden persönlich vorstellt, aber auch knapp die Positionen abfragt. Mit Fotos und persönlichen Botschaften kann so ein Produkt geschaffen werden, das die SPD sympathisch und kreativ vorstellt. Natürlich sollte dieses Produkt digitalisiert werden oder direkt digital gestaltet werden.

Eine alternative Möglichkeit wäre ein Kochbuch, welches auf verschiedene Art und Weise ausgestaltet werden kann, z.B. mit regionalen Rezepten. Ihr könnt aber auch (prominente) Bekannte fragen, ob sie bereit sind, ein Rezept beizusteuern und sich im Kochbuch ablichten zu lassen. Eine weitere gute Idee ist es, Gastwirte aus eurem Wahlkreis zu fragen, ob sie mitmachen möchten. So bewerben sie ihr Restaurant und euch. Unter Umständen sind die Gastwirte auch bereit, Verzehrgutscheine beizusteuern, damit ihr die Veröffentlichung mit einer kleinen Verlosung begleiten könnt.

Beispiele:

Kochbuch der SPD-Fraktion Mutterstadt:

<https://www.spd-fraktion-mutterstadt.de/index.php?mod=download&ansicht=5200&menu=1>

(29.12.2020)

Kochbuch der SPD Oestrich-Winkel zur KW 2016:

<https://www.yumpu.com/de/document/view/34798261/kochbuch-der-spd-oestrich-winkel>

(29.12.2020)

Kontakt

Daniel Stich
Generalsekretär | Landesgeschäftsführer

Tel: +49(0)613127061-11
Fax: +49(0)613127061-27
Email: daniel.stich@spd.de

Daniela Hohmann
Stellv. Landesgeschäftsführerin | Leiterin politische Organisation und Mobilisierung

Tel: +49(0)613127061-17
Fax: +49(0)613127061-27
Email: daniela.hohmann@spd.de

Timo Haungs
Pressesprecher | Leiter Kommunikation

Tel: +49(0)613127061-22
Fax: +49(0)613127061-27
Email: timo.haungs@spd.de

Petra Janson-Peermann
Leiterin Bildungsprogramm

Tel: +49(0)170 9303 684
Email: petra.janson@spd.de

Klaus Beißel
Referent politische Organisation und Mobilisierung

Tel: +49(0)613127061-29
Fax: +49(0)613127061-27
Email: klaus.beissel@spd.de

Alina Hanss
Referentin politische Organisation und Mobilisierung

Tel: +49(0)613127061-18
Fax: +49(0)613127061-27
Email: alina.hanss@spd.de