

Wahlkoordinationskonzept der Piratenpartei Deutschland

Wirken

Digital, Modern und lösungsorientiert. Nutzt Wissenschaft als Fundament.

Wertgrundlage

Freiheit. Würde. Teilhabe. Gerechtigkeit, Solidarität, Nachhaltig (Empowerment)

Schwerpunktthemen

Hauptline: wissenschaftliches Herrangehen mit digitalen Methoden in Bildung (Schule & Studium), Gesundheit (CoViD19) und Klima- und Umweltschutz.

Zusätzlich "Call for Papers" an TbA, AGs & LaVos ...

Themen in Hauptlinie als gesetzt, zusätzliche Themen aus "Call for Papers" via Limesurvey.

Einbinden der Partei

WK-Koordinatoren der Länder | Koordinatoren von Arbeitsgemeinschaften | Themenbeauftragte |

Ziel ist ein konstruktives Mitnehmen der Partei.

Einbindung von LVs & BundesPR.

Methode

Administrative Treffen.

(WK-Koordinatoren der Länder | Koordinatoren von Arbeitsgemeinschaften | Themenbeauftragte)

Diese Gruppe soll maßgeblich die Ergebnisse in andere Verbände und Organe der Piratenpartei tragen und als Ort für ehrliches Feedback dieser Gliederungen dienen.

Dieses zentrale Treffen soll zudem auch Brücken zwischen den Verbänden bauen und gegenseitige Hilfen ermöglichen.

Arbeitstreffen:

Zentrale Veröffentlichungen sollen geplant werden. Verantwortlichkeiten für Textarbeit, Grafiken und Verteilung werden für die Periode festgelegt und Posts, Pressemitteilungen nach Wichtigkeiten gruppiert. Der standardmäßige Fluss der Piratenkanäle kann beibehalten und wird nur um den Wahlkampf ergänzt werden. Veröffentlichung von Content und Pressemitteilungen erfolgt bevorzugt über etablierte Wege, wie die BundesPR und die etablierten Kommunikationskanäle der Untergliederungen.

Kontinuierliche Arbeit:

Schnelle Absprachen laufen über Matternost oder andere von den Treffen vorgeschlagenen Tools.

Werkzeuge

Für eine effektive Zusammenarbeit zwischen den Vorständen, Presse- und dem Wahlkampfteam ist neben einer zentralen und schnellen Kommunikation auch ein effektiver Datenaustausch unerlässlich.

Neben dem Mattermostserver sollte sofort eine Bundes-Nextcloud bereitgestellt werden.

Plakate

Auffällige Plakate mit Social-Media-Faktor sind zu bevorzugen. Diese sollten in Auftrag gegeben werden.

Grafiken

Da die Landeslisten und Direktkandidaten in den Ländern Support beim Gestalten von Direktkandidaten-Plakaten und hochqualitativen Sharepics brauchen sollten Grafiker*innen für den Wahlkampf angestellt und bezahlt werden. Kampagnen könnten auch durch unterschiedliche Designer vorbereitet werden.

Untergliederungen unterstützen

Die Texte, PMs und Grafiken der Bundesebene sollten immer direkt die Landeslisten unterstützen und anderes herum. Es muss schnellstmöglich eine Hilfe für Landesverbände für die Unterstützungsunterschriften bereitgestellt werden.