



Aktions- Kochbuch

27 Rezepte für den Wahlkampf im Sommer und Winter

Niedersachsengerechter.



Vorwort

Liebe Genossinnen und Genossen,

wir setzen auf 88 Wahlkämpfe bis zum 27. Januar 2008, einem gemeinsamen und die 87 Wahlkämpfe in den Wahlkreisen. Wir setzen auf direkte Kommunikation. Dazu brauchen wir eine Vielzahl von kreativen Veranstaltungs- und Aktionsformen, die unsere Wählerinnen und Wähler zur Wahl mobilisieren. Die Erfahrung aus anderen Wahlkämpfen hat gezeigt, dass man einerseits schon lange vor der heißen Wahlkampfphase mit bestimmten Aktionsformen auf sich aufmerksam machen kann. Andererseits ist aber auch eine Mobilisierung mit bestimmten Aktionsformen bis zum 27. Januar 2008, um 18.00 Uhr nötig, um eine Wahl zu gewinnen.

Mit diesem Kochbuch habt Ihr 27 Rezepte für Aktionen bis zur Wahl am 27. Januar 2008. Die vorgestellten Aktionen eignen sich sowohl für Sommer, Herbst und Winter, als auch für einen zielgenauen Einsatz von Wahlkampfressourcen. Das erhöht Eure Schlagkraft vor Ort und der SPD in Niedersachsen insgesamt. Wenn Ihr selbst gute Ideen und Beispiele für gelungene Aktionen entwickelt habt, lasst sie uns wissen, damit *alle* davon Nutzen haben. Unser »Kochbuch« soll stets aktuell sein.

Viel Erfolg.

Euer


Frank Wilhelmy

Targeting für den zielgenauen Sieg im Wahlkreis

Im Wahlkampf können wir nicht überall zu gleich sein. Daher macht es zur Durchführung eines effizienten Wahlkampfes Sinn, die eigenen Ressourcen und Aktivitäten zielgerichtet einzusetzen. Die Entscheidung, auf welche Bereiche man sich konzentriert ist nicht immer leicht zu beantworten, da dies auch immer bedeutet, in bestimmten Bereichen nicht aktiv zu werden und deutlich »NEIN« zu sagen.

Wenn die eigenen Ressourcen begrenzt sind, sollte die Konzentration der Aktivitäten auf solche Stimmbezirke erfolgen, die noch »erobert« werden müssen: Stimmbezirke mit Mobilisierungspotential und Stimmbezirke mit Überzeugungspotenzial. Gerade bei der Landtagswahl 2003 haben wir es nicht geschafft, unsere Wähler zu mobilisieren und ausreichend Wechselwähler zu überzeugen bei uns ihr Kreuz zu machen.

Für das Targeting gibt es spezielle Berechnungsmethoden. Die könnt ihr über die BASIS 08 bekommen (Kontakt über lars.klingbeil@spd.de und kolja.baxmann@spd.de). Mit dieser Methode lassen sich die Stimmbezirke (kleinste politische Einheit) mit größten Potentialen bei der Mobilisierung und Überzeugung identifizieren. Diese Berechnungen und auch die Einschätzungen anhand von soziostrukturellen Daten sollten Grundlagen für eure Wahlkampfplanung sein.

Wahlkampf in Stimmbezirken mit Mobilisierungspotential

Stimmbezirke, in denen die SPD durchschnittlich gute Ergebnisse erzielt, die aber nur eine mittelmäßige Wahlbeteiligung haben, sollten im Fokus einer verstärkten Mobilisierungskampagne stehen. Im Mittelpunkt steht dabei die Aufgabe, Sympathisanten der SPD an die Wahlurne zu bringen.

Aktionen sollten sich zunächst auf den Zeitpunkt konzentrieren, an denen die Briefwahlunterlagen zugestellt werden, also ca. vier Wochen vor dem Wahltermin. Hier können schon unzählige Wählerinnen und Wähler motiviert werden, ihre Stimme abzugeben. Dann kommt es vor allem auf den Zeitraum unmittelbar vor der Wahl an, im Besonderen auf die letzten Stunden vor Ende der Wahl. Neben Hausbesuchen, ausreichend Plakaten, Verteilaktionen und Wahltagsaktionen, wie etwa das Verteilen von Brötchen oder Türhängern.

Veranstaltungsformen sollten auch eher auf die Mobilisierung abzielen. Dies kann durch kulturelle Veranstaltungsformen passieren, aber auch durch Informationsveranstaltungen, die die Unterschiede zum politischen Gegner deutlich machen und die eigene Anhängerschaft zum Urnengang bringt.

Wahlkampf in Stimmbezirken mit Überzeugungspotential

Stimmbezirke, in denen die SPD durchschnittlich eher mittelmäßig abschneidet, die aber eine hohe Wahlbeteiligung haben und ein hohes Wechselwählerpotenzial, sollten mit einem argumentativen Wahlkampf begleitet werden, der auf Überzeugung der Wählerinnen und Wähler setzt.

Ziel muss es hier sein, dass die Kandidatin bzw. der Kandidat langfristig die Basis für ein Vertrauen der Wähler schafft. Persönliche Kontakte stehen deswegen im Vordergrund des Wahlkampfes. Mit Hausbesuchen, Nachbarschaftsfesten, Vereinsbesuchen und Ortsbegehungen können effektiv viele Hände geschüttelt und Gespräche geführt werden. Dabei sollten immer die örtlichen Belange durch die Kandidatin bzw. den Kandidaten aufgenommen werden.

Neben den Direktkontakten sollte die thematische Überzeugung im Mittelpunkt stehen. Thematische Veranstaltungen zu Themen, die in diese Gegend passen sind hier erforderlich (In einem Wohngebiet mit vielen jungen Familien sollte man beispielsweise etwas zur Familien- und Bildungspolitik anbieten). Prominente Gäste sollten auch eher auf Veranstaltungen in diesen Stimmbezirken eingesetzt werden. Um Themen zu kommunizieren, sollte hier auf eine inhaltliche Öffentlichkeitsarbeit gesetzt werden.

Zu welchem Zeitpunkt sollten welche Aktionen stattfinden?

Im Landtagswahlkampf 2007/2008 muss man verschiedene zeitliche Abschnitte mit ihren jeweiligen Schwerpunkten und Zielsetzungen unterscheiden. So wird es im Sommer 2007 (Juli – August) zunächst darauf ankommen den Programm-entwurf zu kommunizieren, Bündnispartner zu gewinnen, Sympathiewerbung zu betreiben, KandidantInnen und WahlkampfhelferInnen zu schulen und ein Targeting vorzubereiten. Hierfür sind besondere Veranstaltungsformen vorgesehen, die weiter unten vorgestellt werden.

In einem zweiten Abschnitt im Herbst 2007 (September-November) kommt es darauf an das sich die Kandidatinnen und Kandidaten in ihren Wahlkreisen profilieren, wir die Kampagnefähigkeit der SPD in Niedersachsen herstellen und das Ansprechen von Stammwählerinnen und –wählern sowie von bestimmten Zielgruppen testen.

In der Vorweihnachtszeit und zum Jahreswechsel 2007/2008 (November – Dezember) wird es darauf ankommen die Sympathiewerbung zu verstärken, den Slogan und Claim zu kommunizieren und schließlich die Zentralbotschaft (»Die SPD ist in der Lage, die Wahl zu gewinnen!«) aufzubauen.

Vom 27. Dezember bis zum 24. Januar 2007 wird die heiße Phase des Wahlkampfes sein. Hier kommt es darauf an die Kommunikationsdisziplin zu halten, ein Maximum an WählerInnenkontakten zu erreichen, effektives Targeting zu betreiben, die Ansprache der StammwählerInnen zu organisieren und die Botschaft (»Der Wechsel ist möglich«) zu kommunizieren. Zum Schluss vom 24. Januar bis zum 27. Januar kommt es die letzten 72 Stunden vor der Schließung der Wahllokale unter dem Motto »Keine Stimme wird verschenkt« darauf an die letzten und Unentschlossenen für die SPD zu mobilisieren.

Zu diesen Abschnitten und die jeweiligen Stimmbezirke bieten wir euch hier ein paar Ideen für Aktionen und Veranstaltungen.

Allgemeines zu den Aktionsformen

Für Aktionen und innovative Veranstaltungsformen gibt es natürlich einiges zu beachten. Daher haben wir euch die folgende Checkliste hier zusammengestellt.

Checkliste

Aktionsinhalte

- An wen richtet sich die Aktion konkret?
- Welchen Charakter hat die Aktion? kommunikativ, informativ
anklagend stigmatisierend, verurteilend,
- Welches ist die wesentliche Aussage/Botschaft?

Zielsetzung

- Welche Ziele wollen wir mit der Aktion erreichen?
- Passen Ziele und Aktionsidee/-gestaltung zusammen?

Kooperationspartner

- Mit wem lässt sich die Aktion gemeinsam veranstalten?
- Wer sollte in die Aktion einbezogen werden?
- Welche Vor-/Nachteile bringt diese Kooperation?

Zeitplanung

- Nicht zu engen Zeitplan visuell im Team festlegen und jedem Teammitglied mitgeben.

Materialien und Standort

- Welche Materialien benötigen wir für die Aktion?
- Gibt es preiswertere, anschaulichere, leichter transportierbare und handhabbare, großflächige Alternativen?
- Sind diese Materialien auch bei ungünstigen Bedingungen einsetzbar? (z. B. bei Regen)
- Haben wir alle Risiken (z.B. Befestigungsprobleme) bedacht?
- Ist der Ort und genaue Standort für uns und Medien (bei kommunikativen Aktionen auch für Passanten) günstig?
- Ist der Ort mit dem Einsatz der gewählten Materialien vereinbar?
- Ist den Beteiligten der Umgang mit ihnen vertraut?

Organisation

- Aufgaben und sich ergebenden Personal- und Zeitbedarf ermitteln.
- Zuständigkeiten für bestimmte Aufgaben bei der Vorbereitung und Durchführung der Aktion im Team festlegen (möglichst visuell für alle sichtbar) (ggf. Ersatzpersonen festlegen).
- Die ganze Aktion aus der Sicht des Veranstalters UND aus der Sicht der Passanten und der Medien durchspielen, um Mängel im Aufbau und Ablauf frühzeitig zu erkennen.
- Genehmigung beim Ordnungsamt einholen.
- Transport von Material und Personen

Kostenplan

- Welche Finanzmittel werden für die Aktion benötigt und gibt es preiswerte Alternativen?

Öffentlichkeitsarbeit

- Ankündigung der Aktion und Einladung an alle relevanten Medien mit Bezug zur Region, dem Thema oder der Person (Zeitungen, Hörfunk, TV, Agenturen, Anzeigenblätter – der Verteiler sollte immer aktuell und mit den richtigen Ansprechpartnern vorliegen) mit Hinweis auf den Charakter der Aktivität, die zentrale Botschaft und genauer Uhrzeit. Gegebenenfalls gehört noch eine Wegbeschreibung und in jedem Fall ein Ansprechpartner mit Kontaktmöglichkeit für Rückfragen auf die Einladung.
- Immer auch an ein geeignetes Fotomotiv denken! (z.B. fotografierbare Aktivität: Passant kreuzt gerade eine Aussage auf der Bodenzeitung an)
- Eigene Pressemitteilung vorbereiten und mit Foto (entweder mit Link-Verweis zum Downloaden oder als niedrig aufgelöste Datei versenden mit dem Angebot, eine Datei mit hochauflösenden Daten zuzusenden. Bei Bedarf auch als Printabzug vorhalten) sofort nach der Aktion nicht vertretenen Medien zuleiten. Auch hier unbedingt Kontaktdaten für evtl. Rückfragen mit angeben!
- Hintergrundpapier mit weiterführenden Themeninfos für anwesende Medienvertreter vorbereiten.
- Idealerweise habt Ihr die Möglichkeit, Eure Aktion mit Bildern als Nachberichterstattung auf Eure Internetseite zu stellen.

Personalbetreuung

- Bei allem Zeitdruck darauf achten, dass das Aktionsteam nach Abschluss der Aktion noch kurz zusammensitzen kann (Erfahrungsaustausch, Dampf ablassen, »klönen«). Das ist wichtig für den Erhalt der Motivation.
- Darauf achten, NEUE in zunächst kleine Aufgaben bei der Aktion einzubeziehen, um sie für ein weiteres Engagement zu gewinnen.
- Braucht das Team noch zusätzliche inhaltliche Informationen?

Verknüpfung mit anderen Maßnahmen

- Haben wir die Aktion in bisherige und weitere Aktivitäten ausreichend eingebunden?
- Ist abgesichert, dass die Durchführung der Aktion in unseren Gremien im Anschluss wahrgenommen wird?

Auswertung

- Abschließende kritische Bewertung der Aktion

Nachdem diese Checkliste abgearbeitet ist, kann man sich eine oder mehrere der im Folgenden vorgestellten Aktionen starten.

Vier Rezepte für klassische Aktionsformen

1. Rezept: Innovativer Infostand

Der klassische Infostand (oft mit dem Tisch als »Barriere« zwischen Interessent und Wahlkämpfer) wird modern aufgepeppt: Er kann z. B. aus zwei Bistrotischen plus Stellwänden bestehen und einfach ein bisschen bunter gestaltet sein als sonst. Bäume, die in der Fußgängerzone stehen, könnten integriert werden, indem man eine Wäscheleine spannt und daran Info-Materialien befestigt. Kurzum: Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt!

Variante 1: Informationsstand speziell für Junge Menschen

Der moderne Infostand wird an den Stellen aufgebaut, wo junge Menschen sind – vor Diskotheken, in Fußgängerzonen, an Baggerseen. Verteilt werden dort SPD-Give-Aways, die besonders junge Leute ansprechen (Kondome, Brausepulver, Glückskekse). Zudem soll natürlich auch hier Infomaterial – von der Kandidatin/ dem Kandidaten, der SPD verteilt werden.

Variante 2: Erste-Hilfe-Informationsstand

Mit einem »Erste-Hilfe-Informationsstand« werden nur Themenangebote gemacht, die in Bezug auf die Landtagswahl 2008 aktuell relevant sind. Der Infostand leistet »Erste Hilfe« im allgemeinen Informationswirrwarr, indem er die Herausforderungen beim Namen nennt, vor denen Niedersachsen steht. Wir als SPD in Niedersachsen beziehen auf Grundlage unseres Wahlprogramms klar Position.

Variante 3: Bodenzeitung

Für die Bodenzeitung wird eine Frage inklusive Anrede mit breitem Filzstift über die ganze Breite (ca. 3m) einer durchsichtigen Abdeckfolie geschrieben. Später wird die Folie mit Papier oder vielleicht auch farbiger Lackfolie als Kontrast unterlegt, aber nur auf die Abdeckfolie wird geschrieben. In den linken Zeilenblock werden etwa acht Antworten zum Ankreuzen in den linken Zeilenblock unter die Frage geschrieben. Rechts bleibt für Passanten Platz zum Ankreuzen der Antworten, denen sie besonders zustimmen wollen. In die unterste Spalte wird in ganzer Breite der Herausgeber geschrieben bzw. das Logo eingefügt. Die Folie mit Klebeband oder Dachpappennägeln in den Rissen des Bodens oder in Spalten zwischen Platten befestigen.

Materialliste:

- Durchsichtige Abdeckfolie
- Farbige Lackfolie oder farbiges Papier als Kontrast
- Filzstifte
- Klebeband
- Dachpappennägeln

2. Rezept: Podiumsdiskussion aufgepeppt

Als einzelne Aktion oder noch besser in Verbindung mit einem Sommerfest, SPD-Fußballturnier oder dergleichen eignen sich Talk-Runden. Sie transportieren Politikeraussagen in den meisten Fällen besser als traditionelle Reden. Bei Talk-Shows muss man nicht immer auf große Namen zurückgreifen. Ein Blick in die heimischen Gefilde bringt interessante Gäste zutage. Eingeladen werden können z.B.:

- Bürgermeisterinnen und Bürgermeister
- Andere Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker
- Sozialdemokratische Landes- oder Bundespolitikerinnen und -politiker
- Fußballtrainerinnen und -trainer
- Vereinsvorsitzende
- Kneipenwirtinnen und -wirte
- »Originale« aus der Region

Die musikalischen Zwischenblöcke werden durch örtliche Musikgruppen bestritten. Geleitet wird die Talk-Runde durch einen redegewandten und strukturierenden Gesprächspartner, der vor Ort nach etwas Suchen immer gefunden wird. Aber Vorsicht, ein Talk ist nicht so leicht, wie er im Fernsehen aussieht. Wichtig sind genaue Kenntnisse über den Gesprächspartner, eine thematische Vorstrukturierung des Gespräches und die Fähigkeit, sich auf seine Gesprächsrolle zu beschränken. Besonders pressowirksam ist der Auftritt der/ des Landtagskandidaten/in in der eigenen SPD-Talk-Show, wenn die Aktion mit einem Markenzeichen und einem attraktiven Veranstaltungsort kombiniert wird. So kann z.B. ein rotes Sofa mal vor dem Kindergarten (Thema: »faire Familienpolitik«), mal vor dem Hauptbahnhof (Thema: »bezahlbare Mobilität«), mal vor dem Finanzamt (Thema: »Steuervereinfachung und Entlastung«) aufgestellt werden. Auf dem Sofa diskutiert die Kandidatin/ der Kandidat mit einem Gast oder kann von den Vorbeikommenden befragt werden. Dabei sind ZuschauerInnen erwünscht und die Medien werden eingeladen.

Materialliste:

- Rotes Sofa (alt, aber ansehnlich mit rotem Bezug)
- Schnurloses Mikrofon
- Anlage mit Lautsprechern
- Wenn drei Personen mithelfen, braucht man für die Vorbereitung, Durchführung und Auswertung etwa sechs Stunden.

3. Rezept: Hausbesuche

Diese Aktion eignet sich für die Schlussmobilisierung vor dem Wahl-/Briefwahltermin in den Mobilisierungsbezirken. Sie ist aber auch in den »Überzeugungsbezirken« im Sommer/Herbst 2007 wirksam. Die jeweiligen Stimmbezirke sich durch Targeting zu identifizieren.

Bei einem Hausbesuch geht die/der örtliche Landtagskandidat/in mit maximal ein bis zwei weiteren Personen, wie zum Beispiel der/dem Ortsvereinsvorsitzenden, buchstäblich von Haus zu Haus und stellt sich als Landtagskandidat/in den Wählerinnen und Wählern in seinem Wahlkreis persönlich vor. Es eignet sich hierfür bereits einen Tag zuvor den Besuch anzukündigen. Der Besuch lässt sich durch ein Flugblatt, das in den Briefkasten geworfen wird, oder eine Karte, die man den Türgriff hängt, ankündigen. Vielleicht könnt Ihr damit eine Abendveranstaltung verbinden und auf dem Flugblatt den Hinweis geben »sollte sie unser Kandidat an diesem Tag nicht treffen können, so kommen Sie zu unserer Veranstaltung am/um, dort wird er sich gern Ihren Fragen stellen« – oder so ähnlich) Wichtig ist sich vorher bereits zu überlegen, was man sagen möchte, um schnell ins Gespräch zu kommen. Besonders ältere allein lebende Menschen freuen sich über solche Besuche.

Materialliste:

- KandidatInnenfaltblatt zum Übergeben beim Besuch
- Ankündigungsfaltblätter
- Türklinkenanhänger für die Ankündigung

4. Rezept: Plakatieren/Flugblätter/Transparente

Plakatierungsaktionen sind einer der Kernelemente einer jeder Aktion und sollten in jedem Falle eingesetzt werden. Dabei gibt es natürlich Unterschiede in Format und Gestaltung, die der Umgebung und dem Zweck der Aktion angemessen sein sollten.

Doch man kann davon ausgehen, dass eine gut gemachte Plakatserie viel Aufmerksamkeit erregt. Transparente dienen besonders gut als Protestmittel, wenn sie z.B. in die Fußgängerzone gehängt werden. Eine Gestaltungsmöglichkeit dazu wäre z.B. ein sehr großes Transparente mit einer zentralen Aussage in der Mitte, zu der Passanten schriftlich auf dem Transparent Stellung beziehen können.

Flugblätter sollten klar gestaltet sein und müssen den Herausgeber eindeutig benennen (Herausgeberzeile z. B. »Herausgeber: Ortsverein xyz, Straße, Ort« zusätzlich kann man noch einen »Verantwortlich im Sinne des Presserechts« kurz V.i.S.d.P benennen.) und können jeder Zeit verteilt werden, wobei Plakate teilweise angemeldet werden müssen (Plakatständer) und teilweise sogar Gebühren dafür erhoben werden. Wenn man die Plakate allerdings nur für wenige Stunden aufstellt, fallen sie meistens unter das Versammlungsrecht.

In manchen Fällen kann es natürlich nicht schlecht sein, durch unangemeldete Großaktionen noch mehr Aufmerksamkeit zu erregen.

Materialliste:

- Plakatträger bspw. aus Spanplatten und zwei Dachlatten
- Fertige Plakate mit der Botschaft oder der/dem LandtagskandidatIn
- Kleister und Quast
- Transparent bspw. weißes Bettlaken
- Farbe zum bemalen der Transparente

Dreizehn Kochrezepte für den Sommer

5. Rezept: Eis verteilen zum Ferienbeginn

An Bahnhöfen, Autobahnraststätten in den Ferienorten oder auch an Freizeitparks werden in der Hauptferienzeit vorzugsweise Eis (evtl. auch Erfrischungstücher) verteilt. Beim Eis sollten nur rote Sorten wie zum Beispiel rotes Wassereis zum Einsatz kommen. Diese Aktion kann noch aufgepeppt werden in dem rote und schwarze Eisbecher verteilt werden, in die roten kommt das gute Eis, in die schwarzen kommen geschmacklose Eiswürfel. »Sie haben die Wahl«, »rot schmeckt gut« wären mögliche Slogans für diese Aktion.

Materialliste:

- Wassereis
- Eiswürfel
- Evtl. Eisbecher
- Kühltasche

Checkliste:

- Je nach Ort ist zu klären, ob man die Aktion dort machen darf
- Im Zweifel einen Infostand beim Ordnungsamt anmelden.

6. Rezept: Klassenlotterie

Mit dieser Aktion werden die sozial ungleichen Zugangschancen zu Bildung und Ausbildung aufgegriffen. Darüber hinaus lässt sich dies auch für Arbeitsplätze in Niedersachsen umsetzen. Die PassantInnen ziehen aus einer Lostrommel mit ca. 100 Loszetteln Lose für Bildungsabschlüsse, Ausbildungsplätze bzw. Arbeitsplätze. Wer eine Niete zieht, kann keinen Abschluss machen, der Joker ist natürlich der Gesamtabschluss. Präsente in Form eines Polaroid-Fotos oder eines SPD-Giveaways gibt es für diejenigen, die einen guten Abschluss oder Ausbildungsplatz ziehen. Bei den Ausbildungsplätzen sind die Nieten in entsprechender Höhe natürlich das Wichtigste. Die Aktion sollte am Besten vor einem symbolträchtigen Ort (Arbeitsamt, Universität o.ä.) stattfinden. Dringend notwendig ist bei dieser Aktion, dass durch Flugblätter oder Info-Stand über den Sinn der Aktion und die Forderungen der SPD Niedersachsen im Bereich Bildungs- und Arbeitsmarktpolitik zu informieren.

Materialliste:

- Lostrommel
- 100 Lose
- Polaroid/Digital Kamera
- Giveaways

Checkliste:

- Infostand anmelden
- Überlegen auf welche Zielgruppe es zugeschnitten sein soll

7. Rezept: Basar der Kulturen

Diese Aktion soll den Fokus auf die gescheiterte Integrationspolitik der Wulff-Regierung richten und sagen: Mit uns geht es besser!

Ziel ist es einen Basar der Kulturen zu organisieren, wo sich alle Vereine, Organisationen, Gaststätten und Verbände, speziell die mit einem Migrationsschwerpunkt, mit einem Stand ganz nach dem Motto »Currywurst neben Dönerbude« vorstellen können? Dabei ist es wichtig, dass alle Beteiligten bei den Planungen von vornherein miteinbezogen werden. Dennoch muss deutlich werden, dass dieses Event von der SPD organisiert wird. Dies gelingt durch einen eigenen Stand und dem Verteilen von Give-Aways.

Checkliste:

- Basar frühzeitig ankündigen
- Einen geeigneten Standort finden
- Interessante Stände mit vielfältigem Programm organisieren

8. Rezept: Stolpersteine

Bei dieser Aktion gilt wie bei allem anderen auch: Sehen und gesehen werden. Damit kann besonders gut eure Kritik an der gegenwärtigen Politik dargestellt werden, aber auch Vorschläge zur Verbesserung gemacht werden. Dazu nehmt ihr würfelförmige Kartons (ca. 1 Kubikmeter groß), auf die ihr das Motto bzw. eure Forderungen in großer Schrift schreibt, so dass sie gut zu erkennen sind. Jetzt steigt ihr in die Kartons ein/legt sie euch um und stellt euch in diesem Aufzug an einen Ort, der eine Rolle bei eurer Kritik spielt – so könntet ihr z.B. beim Protest gegen Studiengebühren auf den Stufen einer Uni positionieren und den Zugang erschweren.

Materialliste:

- 1 Kubikmeter große Kartons
- Farbe
- Filzstifte
- ggf. farbiges Papier zum Einschlagen

9. Rezept: »Wir bringen es auf den Punkt!«

Man kennt die Formulierung aus der Umgangssprache. Hier wird der Gedanke wortwörtlich umgesetzt: Etwa zehn Scheiben (ca. 45–90 cm Durchmesser, je nach Fläche) werden in Laufrichtung ausgelegt, so dass die/der Passant/in sie aus beiden Richtungen kommend lesen kann.

Erst jeweils der dritte Punkt trägt das Motto der Aktion, damit der/die Betrachter/in im Vorübergehen gespannt bleibt, was auf den einzelnen Punkten steht. Die einzelnen Punkte können wieder über Inhalte berichten, auf Forderungen aufmerksam machen, die/den PassantInnen fragen oder zu einer Reaktion animieren oder auch ganz einfach zu einem Termin einladen. Diese Aktion lässt sich gut auf Straßen einsetzen, auf denen wenig Fußgängerverkehr herrscht, die aber trotz allem Aufsehen erregt.

Materialliste:

- Scheiben aus robustem Material
- Beschriftungswerkzeug,
- Klebeband oder Dachpappennägel zum Befestigen der Scheiben

10. Rezept: Cola-Kisten Stapeln

Mit Hilfe eines riesigen Säulendiagramms aus vielen gestapelten Getränkekisten können abstrakte statistische Entwicklungen provokant rübergebracht werden. So zum Beispiel die Relation zwischen den gestiegenen Netto-Gewinnen von Unternehmen und dem Abbau von Ausbildungsplätzen. Es kann aber auch der Ausfall von Unterrichtsstunden und Busemanns 100 Unterrichtsversorgung im Vergleich dargestellt werden. Für die Aktion müssen die Kisten mit Kabelbindern verbunden werden. Damit das Ganze nicht umfällt kann man die Kisten gegen eine Laterne lehnen oder schwere Gewichte in die unterste Kiste stellen. Die Paneelen zur Illustration der Säulen habt ihr vorher DIN-A3-Papier am Kopierer erstellt und klebt sie nun mit doppelseitigem Klebeband an allen vier Ecken der Getränkekiste fest. Schon nach wenigen Minuten ist das Säulendiagramm fertig. Die beeindruckten PassantInnen werden mit Flugblättern versorgt und ins Gespräch gezogen.

Materialliste:

- Getränkekisten (Cola-Kisten, bekommt man beim Getränkegroßhandel)
- Kabelbinder
- DIN-A3-Blätter (Beschriftung für Kisten)
- Doppeltes Klebeband

Checkliste:

- Infostand anmelden

11. Rezept: Wulffs unsoziales Netz – Blindengeld

Mit einem dicken roten Seil spannt ihr symbolisch ein soziales Netz in der Fußgängerzone o.ä. Zur Veranschaulichung könnt ihr Wörter wie Lernmittelfreiheit, freier Hochschulzugang, Ausbildungspakt, Arbeitnehmerrechte, soziale Absicherung von Behinderten (z.B.: Blindengeld) etc. an dem Seil befestigen. Einer von euch verkleidet sich als Christian Wulff und schneidet mit einer übergroßen Schere Löcher in das soziale Netz, so dass es zusammen fällt.

Materialliste:

- Rotes Seil
- Schere
- Zettel und Stift
- Wulff-Verkleidung

12. Rezept: Hammelsprung Bildung

Vor einem öffentlichen Gebäude werden PassantInnen verschiedene Türen »zugewiesen« – ähnlich dem Hammelsprung bei parlamentarischen Abstimmungen –, um so auf die willkürliche Selektion im Bildungswesen aufmerksam zu machen. Dazu wird ein öffentliches Gebäude mit 2–3 Türeingängen benötigt, über denen man mit Schildern die verschiedenen Schulabschlüsse oder gesellschaftliche (Rand)Gruppen symbolisieren kann. Hinter der Tür könnt ihr die Leute dann mit einem Zeugnis in Empfang nehmen, das ihnen ihre jeweiligen Berufschancen eröffnet. Auf dem Zeugnis sollten unbedingt unsere Kritik an den traditionellen Selektionsmechanismen des Bildungssystems sowie eine Kurzform unserer »Zukunft der Bildung« enthalten sein. Erkundigt euch unbedingt vorher, ob ihr für die »Nutzung« des Gebäudes eine Genehmigung benötigt.

Materialliste:

- »Zeugnisse«
- Flyer »Zukunft der Bildung« (über die BASISo8 zu beziehen)

13. Rezept: Ministerpräsidenten Casting

Beim Ministerpräsidenten-Casting rüstet ihr euch am besten mit einem Camcorder und einem Mikrofon aus und spricht Jugendliche darauf an, was sie tun würden, wenn sie MinisterpräsidentIn wären. Dazu haben sie 20 Sekunden Zeit. Die fertigen Clips werden auf eine Website gestellt und man kann für den besten namentlich abstimmen. Die drei Besten bekommen Preise. Zudem kann man unter den Abstimmenden noch kleinere Preise verlosen, um die Beteiligung zu pushen.

Materialliste:

- Digitaler Camcorder mit Mikrofon
- Computer mit Schnittprogramm und Internet
- Einverständnislizenzen zur Veröffentlichung im Internet

14. Rezept: Speaker's Corner

Auf jeder geselligen Veranstaltung und auch auf Marktständen kann man eine Art Pult aufstellen, wo jeder, der will seine Meinung zu landespolitischen Themen kundtun darf.

Mit mittelgroßem Aufwand lässt sich diese Aktion organisieren. Auf einem Straßenfest/Marktplatz wird ein Rednerpult aufgestellt. Der Stand wird im SPD-Design dekoriert. Interessierte können eine Rede halten, entweder frei oder unter Zuhilfenahme von vorbereiteten SPD-Redebausteinen, die unsere Politik vorstellen. Mithilfe einer Lautsprecheranlage wird die gewünschte Außenwirkung erzielt. Zwischendurch erfolgt eine Moderation durch den/die Vorsitzende, Junge Teams und/oder den/die KandidatIn mit Musikeinspielung. Ergänzend könnten die Reden bei verfügbarer Technik auch aufgezeichnet und z.B. auf eurer Website veröffentlicht.

Materialliste:

- Podium
- Mikrofon
- evtl. Camcorder etc.

15. Rezept: Unterschriftensammlung

Eine Unterschriftensammlung ist immer ein guter Weg, um Aufmerksamkeit zu erlangen und mit dem man viele Leute in einen politischen Entscheidungsprozess mit einbinden kann.

Sucht euch ein kontroverses Thema aus, bei dem ihr euch argumentativ sicher fühlt und stellt dann dazu eine professionell aussehende Unterschriftenliste her. Hierfür eignet sich insbesondere das Thema Mindestlohn. Fertige Unterschriftenlisten können über den SPD Landesverband bezogen werden.

Falls ihr das Ganze etwas spektakulärer erscheinen lassen wollt, könnt ihr auch eine große Liste in der Fußgängerzone aufbauen, in der sich die Leute medienwirksam verewigen können! So ist euch Platz in der Zeitung auf jeden Fall sicher!

Materialliste:

- Unterschriftenliste (bspw. zum Thema Mindestlohn)
- Alternativ eine Gewebeplane, die entweder am Boden oder an einer Wand festgemacht wird
- Einen Infostand

16. Rezept: Roter Faden

Der »rote Faden« politischer Arbeit ist nicht immer gleich leicht zu finden. Diese Aktionsidee macht ihn sichtbar.

Auf einer übergroßen Gewebeplane wird eine rote Linie erläutert mit dem Motto der Aktion: »Roter Faden unserer Arbeit« durch Textfelder ergänzt. Die wichtigsten Handlungsfelder beschreiben. Am unteren Eck der ausgelegten (nicht aufgehängten) Plane findet sich ein Logo der SPD Niedersachsen wieder.

Diese Aktion eignet sich auch gut als Gesprächsaktion.

Materialliste:

- Große Gewebeplane (3 x 2m)
- Bunte Filzstifte (insbesondere rot)
- Kabelbinder/ Bindfaden zur Befestigung

17. Rezept: Nachbarschaftsfeste

Nachbarschaftsfeste dienen dazu im Vorfeld des Wahlkampfes die/den Landtagskandidaten bekannt zu machen. Dazu organisiert man in seiner Straße oder Dorf ein kleines Nachbarschaftsfest. So lädt man die Nachbarn bspw. zu einem kleinen Grillabend auf der Terrasse oder dem Balkon ein. Die/der Wahlkreiskandidat/in wird natürlich auch eingeladen und kann sich allen persönlich vorstellen. Hierdurch ergeben sich viele direkte Kontakte zwischen der/dem KandidatIn und den Wählerinnen und Wählern. Wichtig ist hierbei die Rolle der Gastgeberin/des Gastgebers. Die/der KandidatIn kann nicht jeden selber kennen und so sollten die Gastgeber die/den KandidatIn den Gästen vorstellen.

Materialliste

- Einladungszettel (möglichst selbst geschrieben und unterzeichnet)
- Eigene Wohnung/eigener Garten für die kleine Feier
- Ausreichend zu essen und zu trinken

Zehn Kochrezepte für den Winter

18. Rezept: Weihnachts-Meinungsbaum

Weihnachten ist die Zeit im Jahr, in der soziale Themen ganz groß geschrieben werden und an das soziale Gewissen der Menschen appelliert wird. Diese Stimmung kann genutzt werden, um wichtige Wahlkampfaussagen in den Blickpunkt zu rücken. Ein Meinungs-Weihnachtsbaum ist eine gute Möglichkeit, um die Wünsche der (potentiellen) Wählerinnen und Wähler in den Mittelpunkt zu stellen. Dazu benötigt ihr einen mittelgroßen Nadelbaum, der nicht zu groß, aber doch aufsehenerregend ist. Dieser sollte im Voraus schon mit größeren und farbigen Schildern (am besten rot natürlich) und um den Effekt noch zu verstärken, am besten noch mit Kerzen, Lichterkette etc. geschmückt sein. Jetzt können vorbeigehende Passanten auf vorgefertigten andersfarbigen Zetteln ihre Wünsche an die Politik aufschreiben und an den Baum hängen. Daneben sollten auch Leute sein, die sich ggf. über gewisse Themen unterhalten und diskutieren können.

Er sollte am besten in einer viel besuchten Gegend und/oder einer sozialen Einrichtung (Kirche, Essenshäuser etc.) stehen.

Materialliste:

- einen mittelgroßen Nadelbaum
- Kerzen oder Lichterketten
- also auch für Stromversorgung sorgen
- verschiedenfarbige Kärtchen
- Stifte

19. Rezept: Grünkohlessen

Das Grünkohlessen im Winter ist eine alte norddeutsche Tradition, bei der sich vor allen Dingen Dorfgemeinschaften zusammenkommen. Diese Aktion kann gut im Winter gemacht werden; zuerst bei einer Wanderung im Gespräch mit den SPDlern und später dann in gemütlicher Atmosphäre beim Essen im Gasthaus den Tag ausklingen lassen. Diese Aktion ist am besten in eher ländlichen Gegenden durchzuführen und richtet sich besonders an die Alteingesessenen der Gemeinschaft.

Checkliste:

- Geeignete Gaststätte finden
- Die richtigen Multiplikatoren für die Veranstaltung ansprechen
- Auch an etwas zu Essen denken, die keinen Grünkohl essen

20. Rezept: Lichter in Innenstadt

Ebenso wie die Weihnachts-Meinungsbaum-Aktion ist eine Lichteraktion besonders für den Winter geeignet, da sie da den größten Effekt erzielt und gleichzeitig auch die winterliche Abendstimmung mit aufgreift. Licht bietet immer eine ganz besondere Anziehungskraft und es reicht schon aus Aktionen mit Licht noch zu verstärken, also z.B. Plakate noch einmal extra mit Scheinwerfern zu beleuchten. Eine Alternative wäre euer Anliegen mit Lichtern bzw. Kerzen auf die Straße zu schreiben oder an Hauswände zu projizieren.

Materialliste:

- Kerzen
- Streichhölzer/Feuerzeug
- Evtl. Scheinwerfer und Strom
- Evtl. Plakate/Transparente

21. Rezept: Holzfäller Sander

Kaum etwas hat in der letzten Zeit in der niedersächsischen Politik soviel Aufsehen erregt wie FDP-Umweltminister Sanders Fällen von Bäumen im Biosphärenreservat Elbtalauen. Dies bietet den Anlass, um die Inkompetenz des Wulff-Kabinetts darzustellen und zu parodieren. In der Innenstadt wird ein Holzklotz aufgestellt und PassantInnen sind dazu aufgefordert mit einem Beil Holz klein zu hacken. Dazu bekommen sie eine Schürze umgehängt, auf der ein Bild von Hans-Heinrich Sander beim Abholzen der Bäume an der Elbe aufgedruckt ist. Das klein gehackte Holz kann man zur Belohnung mitnehmen.

Material:

- Holzklotz
- Beil
- Schürze mit Sanderporträt

22. Rezept: Kinonacht

Eine sog. »Kinonacht« bietet eine gute Gelegenheit, Wahlkampfthemen in einem populären Film oder auch mehreren zu verpacken und ist am besten für junge Leute und Studenten geeignet. Dafür müsst ihr erst einmal eine passende Örtlichkeit finden, die eine große weiße Wand zu bieten hat oder kleines Kino für eine Nacht anmieten und ggf. das technische Zubehör besorgen (Beamer etc.). Open-air Veranstaltungen z.B. im Freibad müssen vorher bei der Stadt angemeldet werden.

Bei der Auswahl des Films ist es wichtig, dass der Film auch mit dem SPD-Wahlkampf in Verbindung gebracht werden kann (zum Beispiel »Eine unbequeme Wahrheit« – ein Film über die Folgen des Klimawandels). Wichtig ist, dass Ihr Euch die Genehmigung einholt, um diesen Film öffentlich zeigen zu können! Wendet Euch dazu an den jeweiligen Verleih, der wird Euch dazu weiter helfen. Dazu solltet ihr optisch ansprechende Flyer und Eintrittskarten haben, die im Nachhinein sogar noch Wirkung zeigen.

Eine Kinonacht ist eine schon relativ große Aktion, viel Aufwand macht. Damit das Ganze dann auch so erfolgreich wird, wie ihr euch das vorstellt, braucht ihr gar nicht bescheiden zu sein. Ladet ruhig regional Promis aus Kultur und Politik ein, damit die Veranstaltung sich auch lohnt und nach außen getragen wird.

Ganz wichtig ist wie bei allen anderen Aktionen auch ist, dass ihr die Presse einladet, damit die Veranstaltung die Aufmerksamkeit erhält, die ihr auch zusteht. In diesem Zusammenhang solltet ihr eine professionelle Pressemappe herstellen, wo die Kandidaten und auch die Filme vorgestellt werden (s. auch Kapitel »Öffentlichkeitsarbeit«).

Die Veranstaltung kann durch das Eintrittsgeld (den Preis solltet ihr selbst festlegen) und das Catering durch einen gewissen Eigenbetrag finanziert werden.

Achtung: Sobald Ihr Eintritt nehmt, gilt es als kommerzielle Veranstaltung und die Filmvorführung ist GEMA-pflichtig (die GEMA verwaltet die Rechte von Künstlern und erhebt Lizenzgebühren). Mehr Infos und Ansprechpartner findet Ihr unter www.gema.de.

23. Rezept: Fahrradtour/ (Winter-) Wanderung/Laternenumzug

Eine Fahrradtour oder eine Wanderung bieten eine gute Gelegenheit mit einem Politiker vor Ort mal ins Gespräch zu kommen und ihn nebenbei auch noch ein bisschen besser kennenzulernen. Diese Art von Aktion ist zu jeder Jahreszeit interessant und ist besonders gut natürlich in landschaftlich schönen Gegenden, die auch einen niedersächsischen Charakter verkörpern – im Winter würde der Harz u. U. eine super Kulisse für einen Winterspaziergang bieten. Ein passendes Motto bei dieser Aktion wäre z.B. »Umweltpolitik« mit besonderem Fokus auf die Region.

Fangt dabei allerdings frühzeitig mit der Organisation an – Route aussuchen, Presse einladen und ganz besonders wichtig – die/den KandidatIn nach einem Termin zu fragen, damit er sich ausreichend Zeit nehmen kann. Die Gäste für eine Wanderung oder eine Fahrradtour sollten nicht zufällig ausgewählt werden, sondern dem Motto passend sein. Wählt ihr also das Thema »Umweltschutz«, dann ladet UmweltschutzaktivistInnen oder AnwohnerInnen eines gefährdeten Gebiets ein und regt zu Diskussionen an.

Checkliste:

- Motto und Route festlegen,
- Kandidaten/Politiker anrufen
- Leute offiziell einladen
- Abschluss überlegen – Gasthaus usw.

24. Rezept: Soziale Wärme- Sommer im Winter

Dies ist eine einfache und kostengünstige Aktion. Womit bekommt man an einem kalten Wintertag Aufmerksamkeit? Wenn man entspannt in T-Shirt oder Badehose/Bikini und Flip-Flops an öffentlichen Plätzen mit viel Laufpublikum Flyer, Infomaterial u.v.m. verteilt. Das alles unter dem Motto, »Die CDU/FDP-Regierung verbreitet Soziale Kälte in Niedersachsen – Wir sagen ›Es geht anders!‹ und wollen wieder soziale Wärme im Norden einziehen lassen«. Infomaterial zum Verteilen gibt es immer wieder aktuell über die Basis zu beziehen. Denn schließlich ist in diesem Wahlkampf eines sicher: Die Landesregierung betreibt aktiv und entgegen früherer Versprechen den Abbau von sozialer Gerechtigkeit.

25. Rezept: Seniorenfrühstück

Wir kennen den Senioren-Nachmittag. Das Seniorenfrühstück stellt eine Alternative dar. Es bietet neben einem kleinen Frühstück einige Gäste, die sich mit den TeilnehmerInnen zunächst nach ihrer Vorstellung zwanglos an den Tischen unterhalten.

In einer zweiten Runde erörtert man gemeinsam im Plenum einige Stichpunkte, die bisher Gegenstand der Gespräche an den Tischen waren und weitere Fragen.

26. Rezept: Neujahrsempfang

Zu einem Neujahrsempfang sollte man sämtliche wichtigen Personen aus Politik und Gesellschaft des Wahlkreises einladen und als Multiplikatoren nutzen. Wichtig sind vor allem Schulleiter, Vorsitzende von Vereinen und Verbänden sowie der anderen Parteien, Bürgermeister, Landrat, Leiter von anderen sozialen Einrichtungen (Altenheime, Kindergärten, etc.) Der UB-Vorsitzende, der/die Kreistagsfraktionsvorsitzende, die/der Bundestagsabgeordnete halten kurze Grußworte und der Kandidat/ die Kandidatin zu guter Letzt eine Rede. Ein ausreichendes Buffet, sowie Getränke runden einen gelungenen Empfang ab.

27. Rezept: 24-Stunden-Wahlkampf (Wulffs letzte 24 Stunden)

Der 24-Stunden-Wahlkampf ist eine Aktion, die am Ende des Wahlkampfes, am Besten in den Wahltag hinein vom jungen Team durchgeführt werden kann. Am Besten fängt man mit einer Tour über möglichst viele Marktstände im Wahlkreis an, geht nachmittags zur Unterstützung zu eventuellen Veranstaltungen der OV und macht einzelne Verteilaktionen, z.B. vor Kinos, oder nachts kann man vor den Diskos Kondome verteilen.

Zum Abschluss kann man selbst noch etwas feiern, zusammen frühstücken und ggf. gemeinsam wählen gehen. Ganz motivierte (und finanzkräftige) Teams können auch am Ende noch Brötchenverteilaktionen mit einem Aufruf zur Wahl machen. Weniger finanzkräftige Teams können einfach ein Türschild »Am Sonntag SPD wählen« an die frei zugänglichen Haus- und Gartentüren hängen.

Materialliste:

- Give-Aways
- Getränke
- Verpflegung

Herausgeber
BASIS o8
SPD-Team Niedersachsen
Herrenstraße 6
30159 Hannover