

A6 Arbeitsauftrag der Wahlkampfkommission

Gremium: Wahlkampfkommission
Beschlussdatum: 02.09.2019
Tagesordnungspunkt: 3.3.2 Aufgaben der Wahlkampfkommission

Antragstext

1 Der Arbeitsauftrag für die Wahlkampfkommission

2 Grundlegendes und Struktur

3 Die Wahlkampfkommission ist das Gremium zur Koordination des Wahlkampfes und
4 dessen Planung. Darunter fallen die Organisation und die Begleitung des
5 Programmprozesses, die Organisation der Listenaufstellungen sowie die Planung
6 der Wahlkampfkommunikation und des Wahlkampfes selbst. Dazu werdend Zeitpläne
7 für den Gesamtwahlkampf und einzelne Phasen erstellt. Die Wahlkampfkommission
8 fällt Entscheidungen zu den Leitlinien des Prozesses und gibt Impulse für die
9 innerparteiliche Diskussion.

10 Teil der Wahlkampfkommission sind die zwei von der Basis bestimmten Mitglieder,
11 sowie die von Grüner Jugend, Vorstand und Fraktion entsandten Personen.

12 Abstimmung: Nach ihrer Wahl werden die Spitzenkandidat*innen der Ratsliste
13 automatisch auch Teil der Wahlkampfkommission.

14 Die Wahlkampfkommission benennt intern Hauptverantwortliche für einzelne
15 Aufgaben und Projekte, Entscheidungen werden jedoch zusammen diskutiert und
16 gefasst. Hierfür tagt die Wahlkampfkommission 14-tägig, es sei denn es gibt
17 einen Grund für eine Ausnahme.

18 Finanzielle Entscheidungen liegen nicht im Aufgabenbereich der
19 Wahlkampfkommission. Hierfür stellt sie einen Antrag an den Vorstand, der dann
20 darüber entscheidet. Dies soll dabei helfen, eine Überschreitung des
21 Wahlkampfbudgets zu vermeiden.

22 Programmprozess

23 Wichtig ist uns bei der Erstellung des Wahlprogrammes möglichst viele unserer
24 Mitglieder einzubinden. Aber auch Stimmen von außen, zum Beispiel aus den
25 Bürger- und Klimainitiativen in der Stadt, sollen Berücksichtigung finden
26 können.

27 Die Schwerpunkte des Kommunalwahlprogrammes sollen durch eine
28 Mitgliederversammlung festgelegt werden. Diese werden dann im Layout des
29 Wahlprogrammes hervorgehoben und später auch die Grundlage bilden für „10 Gründe
30 für Grün“-Flyer im Wahlkampf. Sie bilden die Hauptmotive des Wahlprogrammes.

31 Inhaltlich soll es 8-10 Leuchtturmprojekte geben. Ideen dafür sollen in den
32 Arbeitskreisen für den jeweiligen Fachbereich erarbeitet werden. Welche davon
33 als Leuchtturmprojekte ins Wahlprogramm aufgenommen werden, entscheidet die
34 Mitgliedschaft durch ihre Schwerpunktsetzung. Die Leuchtturmprojekte sollen
35 unsere Vision eines „Grüneren Wuppertals“ deutlich machen und können kurz-,
36 mittel- oder langfristig gedacht seien.

37 Das Programm soll es auch in leichter Sprache geben. Außerdem soll darauf
38 geachtet werden, dass das Layout durch Grafiken oder Bilder aufgelockert wird.

39 Erstellt wird das Programm durch ein Textteam, dass die von den Arbeitskreisen
40 gelieferten Ideen und Inhalte in einen zusammenhängenden und sprachlich
41 ansprechenden, sowie kurzweiligen Text verwandelt. Dieser soll dann nach den
42 Hauptmotiven gegliedert sein und insgesamt eine zusammenhängende Geschichte
43 erzählen.

44 Listenaufstellung

45 Zu den Aufgaben der Wahlkampfkommission gehört die Vorbereitung der
46 Listenaufstellung im frühen Februar. Dazu sollen im Kontakt mit den
47 Stadtteilgruppen die Listen für die Bezirksvertretungen erstellt werden. Je nach
48 Größe der einzelnen Stadtteilgruppen ist hier auch intensivere Unterstützung
49 durch die Wahlkampfkommission möglich und geplant.

50 Zudem wollen wir versuchen eine GRÜNE Liste zur Wahl des Integrationsrates
51 aufzustellen. Auch da bemüht sich die Wahlkampfkommission darum, Kandidat*innen
52 zu finden.

53 Darüber hinaus erarbeitet die Wahlkampfkommission ein Konzept, dass die
54 Quotierung der künftigen Ratsfraktion sicher stellt, auch bei einem hohen Anteil
55 an gewonnenen Direktwahlkreisen. Das fertige Konzept wird dann einer
56 Mitgliederversammlung vorgelegt.

57 Wahlkampfkommunikation

58 Zur Wahlkampfkommunikation gehört alles von der Plakatgestaltung bis hin zur
59 Entwicklung einer Web- und Social Media-Kampagne.

60 Die Wahlkampfkommission entwickelt einen zentralen Hashtag zur Kampagne, der
61 dann die Wahlkampfaktionen der verschiedenen Plattformen verbinden kann. Dieser
62 stellt den Kampagnentitel dar.

63 Im Bereich des Social Media-Wahlkampfes überlegt sich die Wahlkampfkommission
64 welche Inhalte in welcher Form am besten für die verschiedenen Plattformen
65 geeignet sind. Auch wird ein Plan erstellt, wann diese Inhalte dann hochgeladen
66 werden. Zuvor wird geklärt, auf welchen Plattformen schon Accounts existieren,
67 die genutzt werden können.

68 Außerdem soll eine Kampagnenseite erstellt werden, die hilft die für den
69 Wahlkampf entwickelte Geschichte zu erzählen. Das Design soll möglichst locker
70 und niedrigschwellig sein, gleichzeitig aber modern und zeitgemäß wirken.

71 Darüber hinaus soll auch der „analoge“ Wahlkampf kreativer und aktivistischer
72 gestaltet werden. Dazu wird die Wahlkampfkommission die Sammlung von Aktionsideen
73 durch die Mitglieder auswerten und planen, welche Aktionen davon im Wahlkampf
74 umgesetzt werden könnten. Zusätzlich sollen natürlich weitere Aktionsformen
75 erdacht werden, gerne auch mit dem Input durch interessierte Mitglieder.

76 Auch die Plakate werden in ihrer Gestaltung und mit ihren Slogans durch die
77 Wahlkampfkommission entwickelt.

78 Weitere Aufgaben

79 Die Wahlkampfkommission wird außerdem einen Haustürwahlkampf organisieren.

80 Auch soll überlegt werden, ob Bündnis'90/Die Grünen KV Wuppertal sich um
81 Fundraising zur Kommunalwahl bemühen soll. So könnten aktiv Spenden für den

- 82 Wahlkampf gesammelt werden. Angedacht ist zum Beispiel ein gesondertes Event für
83 potentielle Spender*innen. Wichtig ist dabei vor allem abzuschätzen, ob die
84 investierte Zeit in einem guten Verhältnis zum Ergebnis steht.