

DIE LINKE. Pankow

7. Hauptversammlung

1. Tagung

7. Dezember 2019

Antrag: Einrichtung eines Bezirkswahlbüros – Vorbereitung der Wahlen 2021

Antragsnummer: 6

Einreicher*in: Bezirksvorstand DIE LINKE. Pankow

Die Hauptversammlung möge beschließen:

Der Bezirksvorstand wird beauftragt, zur Vorbereitung des Wahljahrs 2021 im Frühjahr 2020 ein Bezirkswahlbüro einzuberufen. In das Bezirkswahlbüro sind die Ortsverbände einzubeziehen. Darüber hinaus können für spezifische Ausgaben, bspw. für den Social Media Wahlkampf, weitere Genossinnen und Genossen einbezogen werden.

Aufgabe des Bezirkswahlbüros ist, die bisherigen Wahlkämpfe zu analysieren und Schlussfolgerungen für die Wahlkampfführung zu ziehen. Hierzu gehören nicht nur eine ehrliche Einschätzung der uns zur Verfügung stehenden personellen und finanziellen Ressourcen, sondern unter anderem auch die Einschätzung zur Wirksamkeit der bisher eingesetzten Wahlwerbmittel, die Prüfung von umweltverträglicheren und preisgünstigeren Wahlwerbmitteln sowie die Einbeziehung neuer Formen der Öffentlichkeitsarbeit.

Begründung:

Für die Führung eines erfolgreichen Wahlkampfes ist es von wesentlicher Bedeutung, dass wir unter Einbeziehung der Ortsverbände und aktiver Genossinnen und Genossen unsere bisherigen Wahlkämpfe analysieren, die Notwendigkeit und Wirksamkeit bisheriger Wahlkampfmethoden überprüfen und erörtern, welche neuen Formen hinzutreten müssen. Dazu gehört auch eine ehrliche Einschätzung, was wir in Bezug auf Wahlkampfaktivitäten stemmen können.

Gleichermaßen gehört dazu, dass DIE LINKE. Pankow sich auch in Bezug auf die Umweltverträglichkeit ihrer Wahlkampfmaterialien überprüft. Nicht selten monieren Genossinnen und Genossen genauso wie Bürgerinnen und Bürger die Unmengen an Plakaten, die im Wahlkampf im Straßenland zu finden sind. Auch andere

Wahlwerbematerialien aus Plastik wie Luftballons und Kugelschreiber gefallen nicht jeder und jedem.

Die Forderung der Genossinnen und Genossen des OV Nordost, die bisherige Plakatierung mit Easy Plates (Hohlkammerplakaten) einzustellen und durch (noch teurere) Großflächen zu ersetzen, ist angesichts der Zerstörungen, die die Genossinnen und Genossen in den vergangenen Wahlkämpfen erleben mussten, nachvollziehbar. Gleiches gilt für den ökologischen Einwand hiergegen. Gleichwohl greift eine solche Forderung zu kurz und wäre derzeit vorschnell.

Lasst uns deshalb gemeinsam in dem zu gründenden Wahlbüro diskutieren, an welchem Wahlwerbemittel festzuhalten ist, vielleicht sogar festgehalten werden muss, damit wir keinen Wettbewerbsnachteil erleiden, welche preisgünstigen und umweltverträglichen Wahlwerbemittel wir einsetzen wollen, wie wir unseren Wahlkampf zukünftig gestalten und welche neuen Formen wir aufgreifen wollen. Der Kosten-Nutzen-Faktor ist dabei genauso zu beachten wie eine ehrliche Debatte zu unseren finanziellen, organisatorischen und personellen Kapazitäten.

Lasst uns gemeinsam erörtern, ob sich ein Wahlkampf nur auf der Straße gewinnen oder nur im Internet und in den Medien lässt oder es eine Mischung aus allem bedarf. All diese Fragen müssen sorgfältig und in Ruhe analysiert werden, um für 2021 eine erfolgreiche und zeitgemäße Wahlkampfführung gewährleisten zu können.

Dazu gehört, dass sich die Bedingungen, unter denen Wahlkämpfe stattfinden, sich rasant verändern. Als Partei gelingt uns eine adäquate Adaption technologischer Entwicklungen jedoch nicht immer. Wo früher klassische und analoge Wahlkampfformen wie Infostände, Wahlplakate, Wahlwerbepots und Infomaterial in den Briefkästen die Wahlkampfführung bestimmten, treten heute andere Konzepte und Organisationsformen hinzu.

Im Informationszeitalter ist das Internet heute der „Big Player“ der Informationsbeschaffung. Hier werden heute Diskurse, Kontroversen und Trends geschaffen. Politische Diskurse werden zunehmend durch Twitter bestimmt. Alte Leitmedien verlieren ihre Bedeutung – Stichwort Zeitungssterben. Facebook ist das Medium, in dem über zwei Milliarden Menschen teils mehrere Stunden des Tages verbringen. Selbst auf vermeintlichen Unterhaltungsmedien wie YouTube, das hat das Rezzo-Video im Vorfeld der Europawahl deutlich gezeigt, können politische Diskurse entstehen, die die ganze Republik für Tage und Wochen beschäftigen. Hier liegen enorme Potenziale Menschen direkt anzusprechen und zu erreichen.

Auf diese Veränderungen müssen wir als Partei eine Antwort finden. Auf Bundes- und Landesebene hat sich die Wahlkampfführung zum Teil schon längst dorthin verschoben. Wir im Bezirk sind bisher jedoch eher zögerlich auf diesen Zug aufgesprungen.